Zaostřeno na voliče

Informace pro učitele

Videa

[Ukázka volebních spotů ve volbách roku 1990](https://edu.ceskatelevize.cz/video/15273-ukazka-volebnich-spotu-ve-volbach-roku-1990)

[Volební spoty ve veřejnoprávní televizi](https://edu.ceskatelevize.cz/video/17891-volebni-spoty-ve-verejnopravni-televizi)

Anotace

Volební právo umožňuje občanům volit, tím se z nich stávají voliči a zároveň cíl zájmu politických stran a hnutí. Pracovní list se věnuje voličům z různých úhlů pohledu jako například jejich motivaci k (ne)účasti ve volbách či vlivu volebních kampaní a spotů. Cílem materiálu je nejen seznámit žáky a žákyně s fakty, ale hlavně podpořit jejich zájem o participaci v občanské společnosti vyjádřenou právě aktivní účastí ve volbách. Úkoly nevyžadují sdílení konkrétních volebních preferencí. Jednotlivé části pracovního listu kombinují různé organizační formy práce i výukové metody.

Cílová skupina

Pracovní list je určen žákům a žákyním SŠ.

Výchovně-vzdělávací cíle

Žáci a žákyně budou schopni:

* uvést, kdo je v České republice způsobilý volit,
* vlastními slovy shrnout, proč občané (ne)chodí k volbám,
* analyzovat konkrétní volební spoty a jejich vliv na voliče,
* porovnat volební kampaně ve veřejnoprávním a soukromém médiu,
* vytvářet dle podkladu volební slogany pro politické subjekty různého zaměření,
* argumentovat a obhájit názor při diskusi.

Odhadovaná časová náročnost

a) **celý pracovní list – 45 minut** (zhlédnutí videa, vypracování všech úkolů a reflexe)

b) **výběr úkolů a zhlédnutí videí podle potřeby**: s úkoly lze pracovat výběrově, časová náročnost jednotlivých úkolů je 3–15 minut.

Postup výuky a poznámky k jednotlivým úkolům

**Úkol č. 1** (3 minuty) otevírá téma voličů v České republice, připomíná rozdíl mezi právem volit a být objektem volebních kampaní.

**Úkol č. 2** (10 minut) je věnován motivaci chodit volit. Žáci a žákyně porovnávají argumenty PRO a PROTI. Smyslem aktivity je nejen nahlédnout obě možnosti, které volič má, ale také motivovat žáky a žákyně k aktivní účasti ve volbách.

**Úkol č. 3** (10 minut) se odvíjí od videa s volebními spoty z roku 1990. Žáci a žákyně hledají paralely se současnými volebními spoty, uvažují také nad tím, co a proč by dnes marketingově nefungovalo.

**Úkol č. 4** (5 minut) se týká pravidel pro volební spoty ve veřejnoprávní televizi a zároveň vede k zamyšlení nad regulací volebních spotů na sociálních sítích nebo v soukromých televizních stanicích.

**Úkol č. 5** (15 minut) je tvůrčí, kombinuje týmovou práci a kreativní vyjádření spolu s efektivními marketingovými voličskými strategiemi. Úkol zároveň připomíná základní charakteristiku pravicového (strana A) a levicového (strana C) uskupení politického spektra, včetně populistických subjektů (strana B).

**Reflexe** (2 minuty)

Rozšiřující tip

[Mladí voliči: Odkdy volíme a co s volební účastí?](https://edu.ceskatelevize.cz/video/13715-mladi-volici-odkdy-volime-a-co-s-volebni-ucasti)

Odborníci se v pořadu Politické spektrum (video 8 minut) věnují aktivnímu volebnímu právu, nejvíce se zaměřují na mladé voliče a jejich (ne)zájem o volby.

Zaostřeno na voliče

Volební právo umožňuje občanům ČR volit své zástupce do *Poslanecké sněmovny, senátu, krajských a obecních zastupitelstev, Evropského parlamentu* a volit *prezidenta rep*ubliky.

[Ukázka volebních spotů ve volbách roku 1990](https://edu.ceskatelevize.cz/video/15273-ukazka-volebnich-spotu-ve-volbach-roku-1990)

[Volební spoty ve veřejnoprávní televizi](https://edu.ceskatelevize.cz/video/17891-volebni-spoty-ve-verejnopravni-televizi)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Pro začátek malé opakování: Kdo je v ČR považován za voliče?

………………………………………………………………………………………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………….

* Cílí politické kampaně pouze na voliče? Proč?
1. Formulujte ve dvojici konkrétní důvody občanů proč:

|  |  |
| --- | --- |
| CHODÍ VOLIT | NECHODÍ VOLIT |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

* **Sehrajte rozhovor dvou lidí. Jeden představuje člověka, který chodí k volbám pravidelně, druhý se jim záměrně vyhýbá. Zkuste toho druhého „přetáhnout na svou stranu“.**
* Co by se podle vás dalo dělat, aby se v české společnosti zvýšila volební účast?

……...…………………………..……………………………………………………………………………..………………………………………………………………………………………………………………………

1. Volební kampaně a spoty nechybí u žádných voleb. Možná tě překvapí, že nejsou žádnou novinkou. Podívej se na video [Ukázka volebních spotů ve volbách v roku 1990](https://edu.ceskatelevize.cz/video/15273-ukazka-volebnich-spotu-ve-volbach-roku-1990).
* Jak na tebe volební spoty působily?

……...…………………………..………………………………………………………………………………...………...…………………………..……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….……

* Co z ukázek najdeme ve volebních spotech i dnes?

……...…………………………..………………………………………………………………………….…..……………………………………………………………………………………………….…………………………………………………………………………………………………………………………………………….

* Co by naopak už v dnešní společnosti nefungovalo? A proč?

……...…………………………..……………………………………………………………………………...……………………………………………………………………………………………….…………………………………………………………………………………………………………………………………………….

1. Veřejnoprávní televize je povinna vysílat volební spoty všech volebních kandidátů. Pro vysílání má jasná pravidla[[1]](#footnote-1).

Patří mezi ně například podmínka, že **volební kampaň musí probíhat čestně a poctivě. Jak konkrétně podle tebe taková kampaň vypadá?**

…………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………….

* Jak je to s pravidly na sociálních sítích nebo v soukromé televizní stanici?

……………………………………………………………………………………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………….…

1. Volební kampaň musí oslovit!

Staňte se ve skupině marketingovými kreativci a navrhněte politickým stranám hesla nebo slogany, které si u vás objednaly pro svou volební kampaň.

* Strana A podporuje minimální daňové zatížení, podnikání a ekonomickou samostatnost lidí.
* Strana B zdůrazňuje, aby občané využili své volební právo, přišli k volbám a volili právě ji. Volit jinou stranu nepřinese nic dobrého.
* Strana C se zaměřuje na podporu sociálně a ekonomicky znevýhodněných vrstev obyvatel a rozsáhlejší pravomoci státu omezit možnosti jednotlivců v zájmu společnosti.
* Co se vám tvořilo nejlépe? Proč?
* Kterými reálnými politickými subjekty jsou podle vás strany A, B, C inspirovány?

Co jsem se touto aktivitou naučil(a):

……………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………………………………………….…

 Autor: Vanda Vaníčková
Toto dílo je licencováno pod licencí Creative Commons [CC BY-NC 4.0]. Licenční podmínky navštivte na adrese [https://creativecommons.org/choose/?lang=cs].

1. V případně zájmu můžete zhlédnout video [Volební spoty ve veřejnoprávní televizi](https://edu.ceskatelevize.cz/video/17891-volebni-spoty-ve-verejnopravni-televizi). [↑](#footnote-ref-1)