

# Oddziaływanie reklam telewizyjnych na zachowania konsumenckie dzieci w wieku przedszkolnym

## Wstęp

Reklamy telewizyjne mają znaczący wpływ na zachowania konsumenckie dzieci w wieku przedszkolnym, gdyż są one podatne na wpływy zewnętrzne i często nie rozróżniają między treściami reklamowymi a programami. Celem niniejszego referatu jest przedstawienie wpływu reklam telewizyjnych na dzieci w wieku przedszkolnym oraz zaproponowanie działań, które mogą być podjęte przez rodziców i nauczycieli w celu zmniejszenia tego wpływu.

## I. Oddziaływanie reklam telewizyjnych na dzieci

### 1. Zrozumienie przekazu reklam

Dzieci w wieku przedszkolnym często nie rozumieją, że celem reklam jest promocja produktów i usług. W rezultacie łatwo ulegają przekazom, które przedstawiają produkty jako niezbędne, atrakcyjne i wartościowe.

### 2. Wpływ na wybory konsumenckie

Reklamy telewizyjne wpływają na wybory konsumenckie dzieci, kierując ich uwagę na określone produkty i marki. Dzieci często proszą rodziców o zakup reklamowanych produktów, co może prowadzić do niezdrowych nawyków żywieniowych, materializmu czy nadmiernej konsumpcji.

### 3. Wpływ na wartości i postawy

Reklamy telewizyjne mogą wpływać na wartości i postawy dzieci,

promując określone style życia, wzory konsumpcji oraz kształtując ich poczucie własnej wartości na podstawie posiadanych produktów.

## II. Zmniejszenie wpływu reklam telewizyjnych na dzieci

### 1. Ograniczenie czasu spędzanego przed telewizorem

Jednym ze sposobów ograniczenia wpływu reklam na dzieci jest redukcja czasu spędzanego przed telewizorem. Rodzice mogą wyznaczyć konkretne ramy czasowe, w których dzieci mogą oglądać telewizję, a także wspierać alternatywne formy rozrywki, takie jak gry, zabawy czy aktywność na świeżym powietrzu.

### 2. Wspólne oglądanie telewizji

Wspólne oglądanie telewizji z dziećmi pozwala rodzicom monitorować treści, które dzieci oglądają, oraz rozmawiać z nimi na temat reklam i ich celów. Dzięki temu dzieci uczą się krytycznego podejścia do przekazów reklamowych.

### 3. Edukacja medialna

Nauczyciele i rodzice mogą prowadzić zajęcia z edukacji medialnej, ucząc dzieci w wieku przedszkolnym, jak odbierać i analizować przekazy reklamowe. Dzieci powinny nauczyć się rozróżniać między reklamą a programem telewizyjnym, a także zdawać sobie sprawę z celów reklam i technik używanych przez twórców.

### 4. Promowanie zdrowych wyborów konsumenckich

Rodzice i nauczyciele mogą wspierać dzieci w dokonywaniu zdrowych i świadomych wyborów konsumenckich, ucząc je o wartościach, które nie są oparte na materializmie i konsumpcjonizmie. Dzieci powinny być zachęcane do podejmowania decyzji opartych na potrzebach, wartościach i preferencjach, a nie na przekazach reklamowych.

## 5. Monitorowanie legislacji i działań organizacji pozarządowych

Rodzice, nauczyciele i inne osoby odpowiedzialne za dobro dzieci powinni monitorować legislację dotyczącą reklam kierowanych do dzieci oraz angażować się w działania organizacji pozarządowych, które mają na celu ograniczenie wpływu reklam na dzieci.

### Podsumowanie

Reklamy telewizyjne oddziałują na zachowania konsumenckie dzieci w wieku przedszkolnym, wpływając na ich wybory, wartości i postawy. Aby ograniczyć ten wpływ, rodzice i nauczyciele mogą podejmować różne działania, takie jak ograniczenie czasu spędzanego przed telewizorem, wspólne oglądanie telewizji, edukacja medialna, promowanie zdrowych wyborów konsumenckich oraz monitorowanie legislacji i działań organizacji pozarządowych. Dzięki tym działaniom, dzieci będą mogły rozwijać się w sposób zdrowszy i bardziej świadomy wpływów zewnętrznych, a ich wybory konsumenckie będą oparte na wartościach i potrzebach, a nie na manipulacji za pomocą reklam.

Jeśli potrzebujesz pomocy w napisaniu referatu czy innej pracy, to polecamy serwis [pisanie prac](#) - prace pisane na (prawie) każdy temat