

## Zdrowe oglądanie telewizji

Zapewne wielu rodziców padło ofiarą próśb i nalegań własnych dzieci -jak odmówić zakupu kolejnej lalki czy zestawu klocków, gdy malec woła: „Mamusiu! Tatusiu! Jaka fajna zabawka! Możecie mi ją kupić? Będę najszcześniejszy na świecie!" i błagalnie spogląda lub się uśmiecha? Dlaczego reklama tak bardzo działa na wyobraźnię dzieci i w jaki sposób postępować z dzieckiem?

Reklamy skierowane do dzieci, promujące produkty dla nich przeznaczone, lub reklamy z udziałem dziecięcych aktorów są odbierane przez oglądających bezkrytycznie i wywołują najwięcej czułych skojarzeń w odbiorcach dorosłych.

1. Ogranicz czas oglądania telewizji.
2. Przestrzegaj nałożonych przez siebie ograniczeń (tylko sytuacje wyjątkowe mogą decydować o odstępstwach, np. choroba dziecka).
3. Określaj pory oglądania telewizji - nigdy podczas posiłków czy spotkań rodzinnych.
4. Oglądaj telewizję wspólnie z dzieckiem - to okazja do wymiany krytycznych uwag na temat oglądanego programu.
5. Uaktywnij oglądanie telewizji - wybieraj programy, w czasie których możesz zaproponować dziecku zabawę ruchową lub ilustrowanie piosenki ruchem wraz z bohaterami z ekranu.
6. Nie traktuj telewizji w kategoriach „darmowej opiekunki dla dziecka”.
7. Nie traktuj oglądania telewizji jako karty przetargowej w kontaktach z dzieckiem ani jako formy nagrody lub kary.
8. Zastępuj oglądanie telewizji inną formą spędzania czasu z dzieckiem (najlepiej aktywną): spacerem, wycieczką rowerową, wspólnym rysowaniem czy nawet porządkami w domu.

**Bezkrytyczny odbiór treści, często kończący się rozczarowaniem przy zakupie danego produktu** - jeśli lalka w reklamie potrafiła mówić, a kupiona nie ma tej umiejętności, dziecko czuje się oszukane przez dorosłego (albo kupił mi inną lalkę niż ta z telewizji, albo okłamał, mówiąc, że ona w ogóle potrafi mówić)

**Traktowanie reklam jak zwykłych filmów** - im więcej kolorowych, zmieniających się obrazków z dobrze dobraną wesołą muzyką i uśmiechniętymi aktorami, tym lepiej: film jest ciekawszy, a dziecko pragnie być jego częścią, czyli posiadać reklamowany produkt, by też móc się uśmiechać i poczuć się szczęśliwym

**Wyrabianie poczucia braku oraz niedostatku** - dziecko pragnie mieć konkretny produkt, „bo inne dzieci już go mają”; nalega na kupno danego wyrobu, ponieważ chce się pochwalić kolegom, że posiada jakąś nowość, natomiast jej brak wywołuje poczucie, że jest się gorszym oraz pokrzywdzonym, co z kolei prowadzi do smutku (na szczęście krótkotrwałego) oraz żalu do rodziców

**Wyrabianie fałszywych przekonań i poglądów** - na podstawie reklamy dziecko wyrabia sobie nieprawdziwy pogląd o otaczającym świecie, np. uważa, że tylko soczek, na którego etykiecie jest słonik czy inny zwierzak, da mu siłę do zabawy, zdrowy i piękny uśmiech, a mama będzie zadowolona, że dziecko go pije; reklamy animowane wyrabiają przekonanie, że jakaś zabawka jest ruchowa lub samodzielnie potrafi wykonać jakieś czynności

**Tworzenie fałszywego systemu wartości** - reklama wpaja dzieciom przekonanie, że o wartości człowieka stanowią takie atrybuty, jak siła, nieskazitelna uroda, duża ilość pieniędzy na spełnianie zachcianek, stan posiadania itp.; reklama budzi w dzieciach próżność, powierzchowność albo nawet efekciarstwo

**Wpędzanie dzieci w kompleksy** - dziewczynka w telewizji ma ładniejsze włosy czy uśmiech, a chłopiec ma więcej kolegów i mieszka w ładniejszym domu niż ja - to powoduje, że dzieci na siłę wymuszają na rodzicach zakup określonego produktu, ponieważ chcą „poprawić” siebie same

**Wywoływanie strachu i dyskomfortu emocjonalnego** - dziecko oglądające po raz tysięczny reklamę pasty do zębów dla maluchów dochodzi w końcu do wniosku, że jeśli nie będzie tego produktu używało, jego zęby będą brzydkie i zepsute; jeśli reklama dotyczy bardzo zdrowego jogurtu, dziecko zaczyna myśleć, że musi go jeść, bo jeśli tego nie robi, inne dzieci nie zaproszą go do wspólnej zabawy i będzie nielubiane

**NIGDY nie obiecuj, że kupisz dziecku produkt, którego żąda.** Uświadom maluchowi, że nie wszystko, co widzi i słyszy w reklamach, jest zgodne z prawdą. Możesz zaproponować, że przy okazji wspólnie

obejrzyjcie dany przedmiot, ocenicie, czy jest on wart zakupu i czyjego cena nie jest zbyt wygórowana jak na możliwości domowego budżetu

**Jeśli dziecko upiera się przy jakimś zakupie**, wytłumacz mu, że reklamy to to samo co bajki czy filmy dla dzieci; dziecko musi zdawać sobie sprawę, że całość reklamy jest wyreżyserowaną fikcją, a osoby tam występujące nie są realne

**Od najmłodszych lat koryguj w dziecku postawę roszczeniową** i kształtuj świadomość, że posiadanie określonych przedmiotów nie sprawi, że ktoś je bardziej polubi lub chętniej będzie się z nimi bawił;

**Tłumacz dziecku, że powinno cieszyć się z tego, co ma**, ponieważ wiele dzieci wychowuje się w gorszych warunkach, a mimo to są szczęśliwe;

**Przytocz przykłady z przeszłości**, które zobrazują dziecku, że jego zachcianki są krótkotrwałe i tak naprawdę upragnione wcześniej zabawki leżą w kącie - sprowokuj dziecko do zabawy w twórcze sprzątanie

**Działaj na konkretnych przykładach** - w czasie zakupów weź do ręki pożądaną przez dziecko produkt, wspólnie przeanalizujcie jego skład (czytając etykiety) i uświadom dziecku, że to, co usłyszało na temat tego produktu w reklamie, nie jest zgodne z prawdą, ponieważ jednak zawiera konserwanty, polepszacze lub jest przeznaczony dla dzieci starszych niż maluch;

**Zachęć dziecko do wspólnego wykonania np. podobnego soku**, dania czy zabawki w domu, a przy okazji zabawy rozmawiaj z dzieckiem o zaletach produktów domowych i ich przewadze nad produktami sklepowymi;

**Uświadom dziecku, że obrażanie się, wymuszanie, płacz czy złość to zachowania, których nie akceptujecie** i za które dziecko z reguły jest karane, więc takie postępowanie dziecka w reklamie z pewnością nie jest prawdziwe, a z pewnością udawane

**Baw się z dzieckiem w „mam - nie mam”** - zaproponuj zabawę, w trakcie której oboje wypiszecie lub narysujecie na osobnych kartkach wszystko to, co posiadacie, na jednej połowie (ubrania, kosmetyki, książki itd.), a to, czego nie macie, na drugiej. Przeanalizujcie kolejno obrazki i wspólnie zastanówcie się, czy posiadanie produktów z listy „nie mam” sprawiłoby, że czulibyście się szczęśliwsi

**Wyjaśnij dziecku, że o człowieku świadczą zupełnie inne rzeczy niż wygląd zewnętrzny i stan posiadania** - w reklamach występują specjalnie wybrani ludzie, którzy są charakteryzowani, czesani i ubierani tylko do występu i nie wyglądają ani nie zachowują się w taki

sposób w codziennym życiu.

**Zabawa: „i żyli długo i szczęśliwie”** - zaproponuj dziecku zabawę polegającą na wyszukiwaniu na wyścigi przykładów postaci z bajek, które, mimo że nie były bogate, czuły się szczęśliwe (podobne przykłady można podać na podstawie znanych dziecku, realnych osób)

**Zabawa: „lustreczko, powiedz przecie...”** - uświadom dziecku, że reklamowane kosmetyki, rzekomo zdrowe produkty żywnościowe lub witaminy nie są w niczym lepsze od tych, które dziecko ma do dyspozycji w domu - dajemy dziecku lusterko, wypowiadamy formułkę i prosimy malucha, by wymienił wszystko, co jego zdaniem jest w nim najładniejsze

**Pozostawienie śladu w psychice** - jeśli dziecko nie doczeka się zakupu „tej jedynej na świecie zabawki” reklama nie pozostaje bez wpływu na jego emocje i psychikę. Przejawia się to w zabawach (cytowanie sloganów reklamowych lub śpiewanie piosenek z reklam), w naśladowaniu zachowań, strojów czy sposobu mówienia osób z reklam

**Rozbudzanie łakomstwa, agresji oraz erotyzacja wyobraźni dziecka** - wpływ na odbiór reklam przez dzieci mają nie tylko dziecięcy aktorzy, ale również osoby dorosłe; rozbudzanie pragnień, często niemożliwych do zrealizowania, wzbudzanie łakomstwa i frustracji z braku możliwości osiągnięcia celu

**Łakomstwo** objawia się w życiu codziennym łapczywością, zamianą nawyków żywieniowych, wybredzaniem przy stole.

**Agresja w reklamie powoduje** skierowanie agresji dziecka na rodzica, który nie chce lub nie może spełnić oczekiwań dziecka i podarować mu konkretnego produktu; jeżeli reklama ukazuje dwie strony, które (nawet jeśli tylko w formie zabawy) walczą o cukierki, to żadne dziecko nie będzie chciało być w drużynie pokonanych, słabszych i jednocześnie (w pojęciu dziecka) mniej wartościowych osób; jeżeli dziecko będzie musiało rywalizować o jakiś produkt, np. z rodzeństwem, istnieje duże prawdopodobieństwo, że wykaże się agresją, by osiągnąć cel; reklamy wyrabiają w dziecku przekonanie, że agresja jest czymś normalnym, akceptowanym i powszechnym, skoro jest obecna nawet w telewizji.

Dziecko uodparnia się na przejawy agresji, złości, przemocy - staje się mniej wrażliwe i nieskore do pomocy osobie słabszej czy poszkodowanej, nie ma poczucia winy wynikającego z braku udzielenia tej pomocy lub stosowania agresji wobec innych ludzi

**Staraj się eliminować ze słownika dziecka slogany, hasła, piosenki czy powiedzonka pochodzące z reklam** (najczęściej można je wychwycić w czasie swobodnej zabawy z dzieckiem); tłumacz, że świat z reklamy nie jest prawdziwy, a w świecie realnym nikt w ten sposób nie mówi i nie używa takich określeń; **różnicę doskonale pokażesz za pomocą dwóch pacynek**, lalek, misiów czy samochodzików, z których jeden np. obsługiwany przez dziecko mówi w sposób potoczny i naturalny, a drugi obsługiwany przez rodzica w sposób sztuczny czy przesadzony, używając wyrazów nieistniejących lub zlepków wyrazowych

**Zabawa: „krytyk filmowy”** - nagraj i obejrzyj wspólnie z dzieckiem kilka lub kilkanaście reklam przeznaczonych dla dzieci, z udziałem dzieci itd., po każdej obejrzanej reklamie poproś, by dziecko wyraziło swoją opinię o spocie (co mu się w nim podobało, a co nie; co dziecko zmieniłoby w oglądanej scenie; co jego zdaniem było prawdziwe, a co nie)

**Wyjaśnij dziecku**, że jeśli kupowałoby się wszystkie reklamowane produkty i przedmioty, wszyscy ludzie na świecie mieliby wszystko identyczne, natomiast to, że mądrze wybieramy i kupujemy to, co potrzebne, daje nam poczucie indywidualności, odrębności i wyjątkowości

**Powtarzaj przy każdej okazji, że należy szanować wszystko to, co się już ma**, i zniszczenie jakiejś rzeczy wcale nie jest jednoznaczne z tym, że kupuje się na jej miejsce nową, np. dziurę w kurtce można ładnie zasłonić kolorową aplikacją (weź dziecko do pasmanterii i pozwól jemu dokonać wyboru) - dzięki temu strój będzie wyglądał jak nowy i na dodatek będzie niepowtarzalny

**NIGDY nie ulegaj, jeśli dziecko w sposób agresywny stara się wymusić kupno jakiegoś produktu** (nawet w miejscu publicznym). Jednorazowe ustępstwo spowoduje utratę twojego autorytetu jako rodzica, a na dodatek utrwali w dziecku przekonanie, że jest to doskonały sposób na podporządkowanie sobie dorosłego, który „dla świętego spokoju ustąpi”