



Co o jedzeniu i o nas mówią reklamy?

Uczniowie codziennie widzą reklamy słodczy, napojów i fast foodów. Warto nauczyć ich odróżniać marketing od faktów, aby dokonywali bardziej świadomych wyborów.

Reklamy żywności, zwłaszcza słodczy, fast foodów i słodzonych napojów, są wszędzie: w telewizji, internecie, grach, aplikacjach i na platformach społecznościowych. Badania naukowe pokazują, że mają one realny wpływ na preferencje oraz nawyki żywieniowe dzieci, młodzieży i dorosłych¹. Marketing niezdrowej żywności jest powiązany z niezdrową dietą i rosnącym poziomem otyłości, która z kolei niekorzystnie wpływa na zdrowie i dobre samopoczucie.



TEMAT: Co o jedzeniu i o nas mówią reklamy?



OPRACOWANIE: Małgorzata Ostrowska



CZAS TRWANIA: 45 min



POZIOM NAUCZANIA: IV–VI klasa szkoły podstawowej



PRZEDMIOT: biologia, WF, godzina z wychowawcą, edukacja zdrowotna, zajęcia świetlicowe

Cele

- zrozumieć, że nie wszystko, co jest ładne w reklamie, jest zdrowe
- dowiem się, jak nie ulegać reklamom, które wprowadzają w błąd

Kryteria sukcesu

- podaję przykłady reklam jedzenia, które przeznaczone są dla dzieci i młodzieży
- wyjaśniam, po co reklamowane są słodczy i przekąski
- zauważam sztuczki w reklamach i tłumaczę, jak one działają
- rozumiem, jak można reagować na reklamy słodczy i przekąsek

Kluczowe zagadnienia: reklama, chwyt marketingowy, cukier, sól i tłuszcz, emocje wywołane reklamą, wpływ reklam

Metody: oglądanie reklamy, analiza reklamy, dyskusja kierowana

Formy pracy: indywidualna, w grupach, na forum klasy

Środki dydaktyczne potrzebne do przeprowadzenia zajęć: krótkie reklamy (np. słodzonych płatków śniadaniowych, przekąsek, słodczy słodzonych napojów), arkusz do analizy reklamy – „Zbadaj reklamę”, projektor lub komputer z dostępem do internetu, karteczki samoprzylepne, flipchart/tablica i marker

¹ E. Boyland, M. Muc, A. Coates A i in., Marketing żywności, odżywianie i wyniki zdrowotne u dzieci i dorosłych: przegląd systematyczny i metaanaliza, „British Journal of Nutrition” 2025, nr 133(6), s. 781–805, <https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-nutrition/article/food-marketing-eating-and-health-outcomes-in-children-and-adults-a-systematic-review-and-meta-analysis/4E66E9C3D358152D107F44A71DE9D03>.

Zanim zaczniesz lekcję, wyszukaj w internecie, np. na YouTube lub w mediach społecznościowych, przykłady reklam artykułów spożywczych adresowanych do dzieci i młodzieży. Możesz pracować z tą samą reklamą dla całej klasy albo przygotować kody QR prowadzące do kilku różnych reklam – dla każdej grupy kod do innej reklamy. Udostępnij każdy kod innej grupie za pomocą projektora na ekranie lub tablicy interaktywnej, aby uczniowie mogli je zeskanować za pomocą telefonów i obejrzeć reklamy w telefonach.

Pamiętaj, że reklamy produktów, które mogą być ulubionym pożywieniem dzieci i młodzieży, to delikatny temat. W związku z tym podczas całej lekcji unikaj oceniania wypowiedzi uczniów i posługuj się faktami, nie opiniami.

PRZEBIEG ZAJĘĆ

ROZPOCZĘCIE ZAJĘĆ ⌚ 3 min

Przywitaj się z klasą i powiedz, że dzisiejsze zajęcia będą na temat wpływu reklam na nasze wybory żywieniowe i na to, co jemy, a także o tym, komu i jakie korzyści przynoszą reklamy produktów spożywczych. Przedstaw cele zajęć – powiedz, że uczniowie:

- **zrozumieją, że nie wszystko, co jest ładne w reklamie, jest zdrowe,**
- **dowiedzą się, jak nie ulegać reklamom.**

Poinformuj, że uczniowie będą pracować w parach i w grupach, aby móc dzielić się wiedzą i pomysłami.

MINIWYKŁAD – wprowadzenie do lekcji ⌚ 2 min

Powiedz, że naukowcy w różnych krajach sprawdzali, jak reklamy wpływają na to, co jedzą dzieci i dorośli. Chcieli też dowiedzieć się, czy oglądanie reklam ma coś wspólnego ze zdrowiem.

Okazało się, że reklamy jedzenia – szczególnie słodczy, fast foodów i słodzonych napojów – są dosłownie wszędzie: w telewizji, internecie, grach, aplikacjach i mediach społecznościowych. Takie reklamy naprawdę wpływają na to, co lubią młodzi ludzie i co wybierają do jedzenia.

Reklamowanie niezdrowych produktów sprawia, że więcej osób je rzeczy, które mogą szkodzić zdrowiu i powodować tycie. To nie jest dobre ani dla naszego ciała, ani dla samopoczucia.

Żeby lepiej zrozumieć, jak działają reklamy, przyjrzymy się kilku ich przykładom.

ZADANIE 1. Badamy reklamy ⌚ 20 min

KROK 1.

Pokaż krótką reklamę słodkiego napoju i zapytaj:

- **Co czujecie po obejrzeniu tej reklamy?**

Wysłuchaj wypowiedzi uczniów bez ich oceniania i zapytaj:

- **Ilu z Was chciałoby mieć ten napój, kupić go lub wypić i dlaczego?**

Wysłuchaj z uwagą wypowiedzi uczniów. Powiedz, że w czasie zajęć staniecie się detektywami, którzy przeprowadzą śledztwo w sprawie reklam wybranych produktów i poszukają odpowiedzi na trzy ważne pytania:

- 1. Co w reklamie jest magnesem, który przyciąga uwagę?**
- 2. Co reklama mówi o reklamowanym produkcie?**
- 3. Co reklama mówi o osobach, które kupią ten produkt?**

KROK 2.

Rozdaj uczniom kartki z listą sprawdzającą i poproś, aby się z nią zapoznali.

LISTA SPRAWDZAJĄCA

Co zostało wykorzystane w reklamie?

- postacie z kreskówek albo inni znani bohaterowie
- muzyka / dźwięki przyciągające uwagę
- dynamiczne sceny
- wizerunek gwiazd, idoli lub influencerów
- kolory i obrazy sugerujące przyjemność
- zapowiedź albo obietnice zdrowia lub wspaniałego smaku
- humor lub zabawna sytuacja
- coś innego (co takiego?)

Powiedz, że wyświetlisz jeszcze jedną reklamę (np. słodkiego batonika, żelków, Nutelli lub czegoś podobnego), i poproś uczniów, aby postarali się zapamiętać, które rzeczy z listy sprawdzającej wystąpiły w reklamie, a po obejrzeniu reklamy zaznaczyli je na liście, pracując w parach. Poproś dwie chętne osoby o przedstawienie uzupełnionej listy na forum:

- **Co w tej reklamie jest magnesem, który przyciąga uwagę?**

Zapytaj, czy ktoś dopisał do swojej listy inne rzeczy. Nie oceniaj wypowiedzi uczniów. Zapisz na tablicy/plakacie kluczowe czynniki przyciągające uwagę osób oglądających reklamę (postacie z kreskówek, znani bohaterowie, dynamiczne sceny itp.).

KROK 3.

Przedstaw trzecią reklamę, np. słonej przekąski (chipsów, prażynek, paluszków, solonych orzechów arachidowych itp.). Poproś, aby oglądając ją, uczniowie zapamiętali:

- **Co reklama mówi o reklamowanym produkcie?**

Po obejrzeniu reklamy zaproś ich do krótkiej rozmowy w parach, aby ustalili odpowiedź na to pytanie. Po chwili zbierz informacje od uczniów na forum klasy i zapisz je hasłowo na tablicy lub liście sprawdzającej wydrukowanej w dużym formacie / przedstawionej na tablicy interaktywnej / narysowanej na plakacie lub tablicy. Podsumuj wypowiedzi uczniów bez ich oceniania.

KROK 4.

Poproś, aby podczas oglądania kolejnej reklamy uczniowie skupili się na tym:

- **Co reklama mówi o osobach, które kupią ten produkt (np. o wyglądzie, samopoczuciu, uczuciach itp.)?**

Nie musi być to wyrażone wprost, ale za pomocą obrazu, dźwięku, gestu, mimiki itp. Wyjaśnij uczniom, co to znaczy. Przedstaw kolejną reklamę – fast foodów (np. frytek, burgerów, hot dogów, nuggetsów). Po projekcji poproś uczniów, aby ustalili odpowiedź w parach. W rozmowie na forum zbierz odpowiedzi uczniów i zapisz hasłowo na tablicy/plakacie. Nie oceniaj ich.

KROK 5.

Podsumowanie zadania. Odczytaj zapisane na tablicy hasła odnoszące się do wszystkich trzech pytań na temat reklam. Poproś uczniów, aby na tej podstawie powiedzieli:

- **Czy reklamy informują o wartości odżywczej produktów?**
- **Kto ma największej korzyści z reklam? Czy ktoś może tracić na reklamach?**

Skonkluduj wypowiedzi uczniów stwierdzeniem: **Reklamy nie mówią o składzie produktów, tylko chcą je sprzedać.**

ZADANIE 3. Badamy produkty spożywcze ⌚ 5 min

Powiedz, że wprowadzanie reklam często kształtują nasze wybory, ale my sami możemy podejmować świadome decyzje. Nie wszystkie reklamy dotyczą produktów, które są niezdrowe, ale żeby się przekonać, czy reklamowany produkt jest dobry dla zdrowia i samopoczucia, trzeba przed zakupem zbadać, co zawiera.

Połącz uczniów w czteroosobowe zespoły. Każdej grupie przekaz dwie etykiety:

- **zdrowego produktu,**
- **słodkiego produktu lub słonej, paczkowanej przekąski.**

Możesz przygotować dla każdej grupy etykiety innych dwóch produktów albo etykiety takich samych dwóch produktów dla całej klasy. Etykiety te mogą mieć postać fizyczną, a jeśli będą takie same dla całej klasy, możesz wyświetlić je na tablicy interaktywnej.

Zadaniem grup jest ocenienie, który produkt jest zdrowszy. Pomocne w tym będą zapisane na tablicy lub na plakacie trzy proste zasady:

Zdrowszy produkt:

- zawiera mniej cukru,
- ma krótszy skład (liczy mniej składników),
- ma mniej sztucznych dodatków (zwykle oznaczanych symbolami „E” albo mających trudne nazwy chemiczne).

ZEBRANIE EFEKTÓW PRACY GRUP I PRZEDSTAWIENIE ICH NA FORUM ⌚ 5 min

Po zakończeniu pracy zespołów poproś, aby przedstawiciele grup omówili na forum wyniki swojej analizy etykiety:

- **powiedzieli, który produkt ich zdaniem jest zdrowszy,**
- **uzasadnili, dlaczego tak myślą.**

Docień osiągnięcia uczniów w analizie etykiet. Podkreśl, że oparte były na analizie składu reklamowanych produktów, a nie na przekonaniu, że są zdrowe. Dodaj, że tak właśnie postępują nie tylko badacze, ale także świadomi konsumenci, którym zależy na zdrowym odżywianiu i zrównoważonej diecie.

Zapytaj, jak zapoznanie się etykietą produktu i porównanie jego składu z treścią reklamy może wpłynąć na wybory żywieniowe. Zaprosz dwóch–trzech uczniów do wypowiedzi na ten temat na forum klasy.

PODSUMOWANIE ZAJĘĆ ⌚ 5 min

Poproś, aby w podsumowaniu zajęć uczniowie podzielili się w parach odpowiedzią na jedno spośród pytań:

- **Co było dla mnie ważne w czasie dzisiejszej lekcji?**
lub
- **Co chcę zapamiętać?**

Zachęć, żeby trzy–cztery osoby podzieliły się wypowiedziami na forum.

Na zakończenie podziękuj wszystkim za zaangażowanie w czasie zajęć i docień pomysły, które zaprezentowali.

Powiedz uczniom, że stali się bardziej świadomi tego, kto korzysta, a kto może stracić, jeśli bezkrytycznie ulega reklamom. Dzięki temu mogą podejmować lepsze decyzje żywieniowe.

LISTA SPRAWDZAJĄCA

Co zostało wykorzystane w reklamie?

- ☐ postacie z kreskówek albo inni znani bohaterowie
 - ☐ muzyka / dźwięki przyciągające uwagę
 - ☐ dynamiczne sceny
 - ☐ wizerunek gwiazd, idoli lub influencerów
 - ☐ kolory i obrazy sugerujące przyjemność
 - ☐ zapowiedź albo obietnice zdrowia lub wspaniałego smaku
 - ☐ humor lub zabawna sytuacja
 - ☐ coś innego (co takiego?)
-

LISTA SPRAWDZAJĄCA

Co zostało wykorzystane w reklamie?

- ☐ postacie z kreskówek albo inni znani bohaterowie
- ☐ muzyka / dźwięki przyciągające uwagę
- ☐ dynamiczne sceny
- ☐ wizerunek gwiazd, idoli lub influencerów
- ☐ kolory i obrazy sugerujące przyjemność
- ☐ zapowiedź albo obietnice zdrowia lub wspaniałego smaku
- ☐ humor lub zabawna sytuacja
- ☐ coś innego (co takiego?)