KONZUMERIZAM

KOMZUN
PEPORUČAMO PROPADANJE KARTICOM NA RATE
GRAH
KRUMPIR
GULAŠ
STIV CINIK

KONZUMERIZAM

POIMANJE

SREĆE

U

POSJEDOVANJU

MATERIJALNOG

PONAŠANJE POTROŠAČA

KUPUJEMO STVARI KOJE NAM NE TREBAJU, NOVCEM KOJI NEMAMO KAKO BISMO IMPRESIONIRALI LJUDE KOJE NE VOLIMO...

?? REALLY ??

WREATHS
Holiday Decor
BECAUSE CHRISTMAS NEEDS
TO BE BOUGHT IN A STORE.

Ponašanje potrošača u 3 ključne faze:

1 FAZA KUPOVINE

Ponašanje potrošača u 3 ključne faze:

2 FAZA KONZUMIRANJA

Ponašanje potrošača u 3 ključne faze:

3 FAZA ODLAGANJE – što se radi sa kupljenim proizvodom ?

NEW - OLD

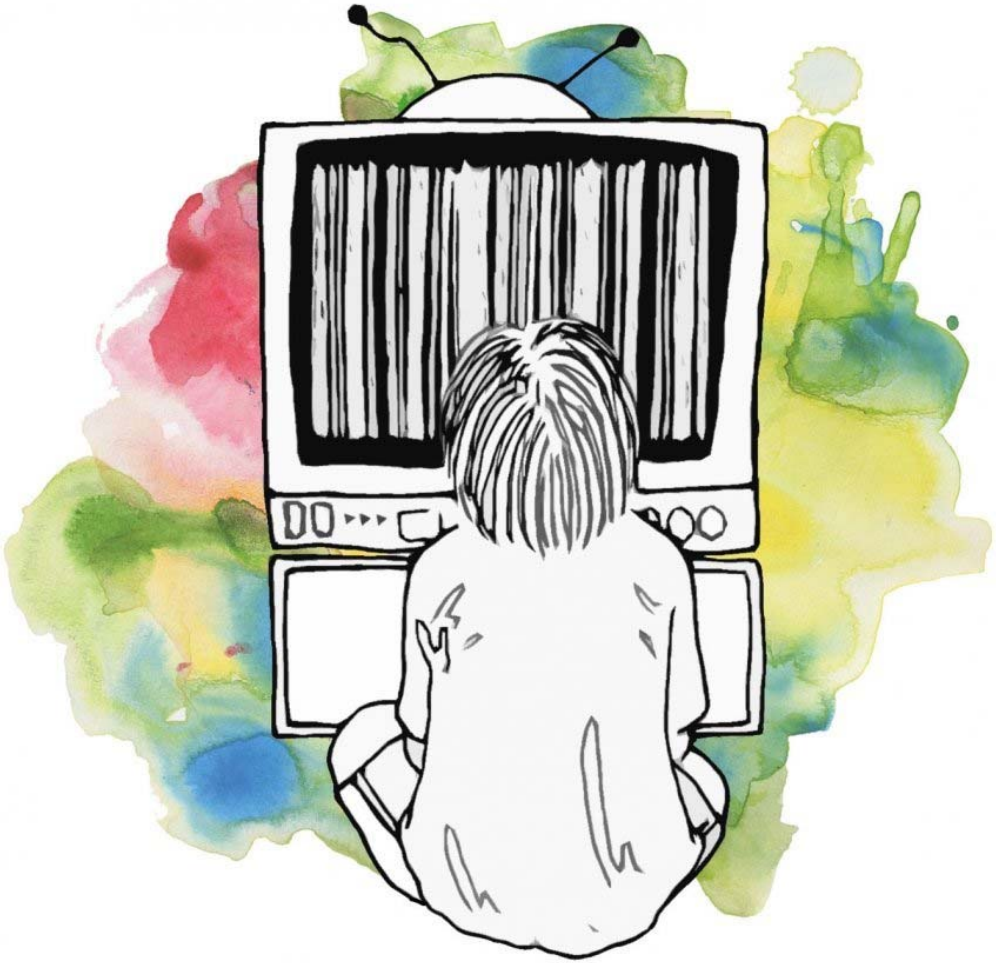
PONAŠANJE POTROŠAČA NAKON KUPNJE

Tri alternative:

→ čarobni trenutak istine

→ trenutak istine

→ trenutak jada



CONSUMERISM FOR KIDS

U vrtiću je za stolom je sjedilo oko petero, šestero djece, prelistavao se katalog igračaka i mogli su se čuti komentari poput **'to ću si kupiti, ovo će mi mama kupiti, ovo ću dobiti za rođendan'** i tako navodeći gotovo sve igračke koje su se nalazile u katalogu.

Upitala sam ih:

'Što će vam te igračke? Hoćete li se moći igrati sa njima odjednom?

Gdje ćete ih držati?' i slično,

no djeca su bili fokusirana **samo na jedno** –

na to kako **IMATI** sve te igračke',

PORUKA I SAVJET RODITELJIMA:

Kada je riječ o utjecaju reklama na dijete, **važno je da roditelj medijski opismenjuje dijete od ranog doba**.

Medijski odgoj usmjeren je na osposobljavanje djeteta **da zauzme kritički stav pri (ne)prihvaćanju poruka koje nam različiti mediji posreduju**, **da razvije svjestan odnos prema njima te da razvije medijsku sposobnost.**

Odgojem o medijima, što nam oni pružaju, djeca mogu smanjiti svoje apetite za igračkama koje su im na reklamama, crtićima i različitim mjestima kretanja nadohvat ruku te tako ne postati rob materijalističkog društva.

Sposobnost djece da razumiju reklame - većina djece imaju teškoća u razumijevanju poruka i to tako da ne razlikuju program od reklamnog bloka te pogrešno shvaćaju ili uopće ne shvaćaju dijelove reklame.

Ako dijete traži da mu se kupe neke igračke zato što njegovi prijatelji imaju takve igračke, a ne zbog vlastitog interesa za njih, to nam može govoriti da je djetetu iznimno važno da se uklopi u grupi vršnjaka i da se boji odbacivanja ako će biti drugačiji.

Roditelji trebaju prepoznati ako se radi o tome te ohrabriti dijete da vjeruje u sebe i gradi pozitivnu sliku o sebi neovisno o tome ima li iste ili drugačije igračke i interese u odnosu na svoje vršnjake.

TEST YOUR SELF…. (click on the link)

What kind of spender are you?

TEST YOUR SELF.... (click on the link)

MONEY MANAGMENT CHALLENGE

Money manager for parents

Money manager for teenagers

RECI NE KONZUMERIZMU !

STOP
AND
THINK

Razmisli, treba li ti taj proizvod?

Nemoj odmah kupiti, pričekaj koji dan.

Nisi manje vrijedan / vrijedna ako drugi to Ima, a ti ne.

RECI NE KONZUMERIZMU !

Savjeti za roditelje....

Što reći djetetu koje silno želi neku igračku, ali roditelji su procijenili da je ne može dobiti - kako ne povrijediti dijete a opet postaviti zdrave granice?

1. **Pokažite razumijevanje** – to je komponenta koju roditelji ponekad smetnu s uma kada postavljaju djetetu granice. Naime, čak kada se i ne slažemo s djetetovim zahtjevima, njima je važno da imaju osjećaj da smo ih čuli i da ih razumijemo.

2. **Imenujte emociju** – to je također jedan od načina kako ćemo im dati do znanja da ih razumijemo je da naglas prepoznajemo njihove emocije. Osim što pokazujemo razumijevanje, pomažemo njima samima da prepoznaju svoje emocije, što im onda pomaže u samoregulaciji.

3. **Izrazite granicu** – nakon što ste napravili prva dva koraka ili barem jedan od njih (uvijek je poželjno da prva reakcija bude pozitivna i smirujuća za dijete) jasno i specifično recite djetetu da sada ne može dobiti igračku te zašto je ne može dobiti, pri čemu izbjegavajte odgovor 'zato'. Čak kada i mislite da možda dijete neće razumjeti objašnjenje, dijete će uvažiti trud da mu pružite to objašnjenje.

4. **Pružite alternativu, ako je to moguće** – uvijek je dobro djeci skrenuti pažnju i izvući ih iz nezadovoljstva nekom zadovoljavajućom alternativnom, pri čemu bi bilo dobro da to nije neka opet materijalna stvar, jer na taj način opet dajemo istu poruku. Upravo to i jest prilika za to da pružanje emocionalnog zadovoljstva potkrijepimo drugim emocionalnim, a ne materijalnim zadovoljstvom.

5. **Budite dosljedni** – ovo je zlatno pravilo, pogotovo ako je već usvojena neka loša navika koju sada pokušavate iskorijeniti. Naime, ako je nešto funkcioniralo neko vrijeme na jedan način, trebat će vremena da izblijedi ta navika, odnosno uvjetovana reakcija. Jedini način na koji možemo promijeniti neko ponašanje je dosljednim reagiranjem na njega. Možda će u početku biti teže, ali ako dijete shvati da je to zaista to, naučit će i usvojiti novi sustav ponašanja i pravila.

Primjer:

'Razumijem da želiš tog dinosaura i vidim da si jako nezadovoljan što ga ne možeš dobiti, no danas nećemo kupiti dinosaura. Imaš već kod kuće dinosaura i znam da ti se taj baš sviđa, ali kod kuće te čeka tvoj dinosaur. Možemo umjesto kupnje dionosaura otići u zoološki/na predstavu (nešto što dijete voli, a podrazumijeva druženje unutar obitelji).'

Prezentaciju osmislila i napravila grupa medijska pismenost OŠ Klinča Sela.
Voditeljica grupe: Andrea Brezić Grubišić

MI TO MOŽEMO!