

Fenomén reklamy ovlivňuje náš každodenní život na každém kroku. Pro věkovou kategorii předškolních dětí je reklama nedílnou součástí dětských pořadů a časopisů. Nabízí hračky, stavebnice, potraviny, nápoje aj.

Práce je zaměřena na to, jak reklamu vnímají nejen děti, ale i jejich rodiče a učitelky a i na to, jak reklama zasahuje do jejich běžného života a jak jsou jí ovlivňováni. Použila jsem dvě výzkumné metody - dotazník a experiment.

U dětí jsem se zaměřila na to, jak reklamu vnímají, jak jí rozumí a jak na ni reagují. V dotazníku pro rodiče mě zajímalo, jaký je jejich pohled na reklamu a zda si uvědomují vliv reklamy na jejich dítě.

V dotazníku pro učitelky jsem se zaměřila na to, zdali si i ony všímají nějakého vlivu reklamy na děti a zdali se reklamy projevují například v námětových hrách. Potvrdila se má hypotéza, že děti jsou reklamou ovlivňovány, ale pokud se to děje pod dohledem rodičů nebo jiných dospělých osob, vliv není tak zásadní.