



## symposium naukowe **PRZEREKLAMOWANA KONSUMPCJA?**

Gdańsk, 5-6 kwietnia 2017r.

---

### WARSZTATY

#### **W ramach VII Sympozjum Naukowego Przereklamowana Konsumpcja**

**pt. Zmerkantylizowane życie: od dzieciństwa do dorosłości, zapraszamy do udziału w warsztatach, które odbędą się 6 kwietnia 2017 roku** na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego.

#### **Warsztat: OCHRONA DZIECI PRZED PRZEMOCĄ I WYKORZYSTANIEM SEKSUALNYM**

Warsztat ma na celu uwrażliwienie uczestników na obszary z zakresu ochrony dzieci przed przemocą i wykorzystywaniem. Jest to propozycja z zakresu profilaktyki pierwszorzędowej. Zajęcia mają na celu wyposażenie uczestników w wiedzę i umiejętności rozpoznawania zagrożeń i reagowania na nie. Celem szczególnym jest uwrażliwienie na to, z jakimi zagrożeniami może mieć styczność dziecko, wyposażenie w wiedzę, po czym poznać, że dziecko spotkało coś złego, przekazanie umiejętności, jak rozmawiać z dzieckiem na temat zagrożeń oraz jak edukować dziecko w temacie ochrony przed przemocą i wykorzystywaniem.

**Prowadzący: dr Dorota Dykalska – Bieck** (Uniwersytet Gdański) - Psycholog, doktor nauk społecznych w zakresie Psychologii, nauczyciel mianowany. Zajmuje się diagnozą małych dzieci, prowadzi konsultacje dla rodziców w sprawach wychowawczych. Pracuje z dziećmi w wieku przedszkolnym w kierunku rozwijania ich kompetencji społecznych i wspierania rozwoju emocjonalnego oraz poznawczego. Certyfikowany terapeuta metody Instrumental Enrichment. Prowadzi mediacje jako metodę rozwiązywania konfliktów i sporów rówieśniczych, rodzic- nastolatek, nauczyciel - rodzic, nauczyciel - uczeń. Współpracuje z ośrodkami naukowymi w Trójmieście. Interesuje się zagadnieniami wpływu reklamy i kultury konsumpcji na rozwój dzieci i ich rodzin. Aktywny członek Zarządu Stowarzyszenia Dziecko bez Reklamy i członek Zarządu Stowarzyszenia Edukacji Bez Granic.

**Czas trwania warsztatu: 90 minut, 15.00 – 16.30**

#### **Warsztat: PSYCHOLOGICZNE MECHANIZMY REKLAMY W ŚWIECIE 3.0**

Celem warsztatów jest krytyczna refleksja nad otaczającymi nas przekazami reklamowymi, przede wszystkim tymi, z którymi stykamy się w Internecie. O ile dość dobrze rozróżniamy formy reklamy tradycyjnej, o tyle Internet w dużym stopniu pozwala na zakamuflowanie perswazyjnego charakteru komunikatu. Uczestnicy spotkania dowiedzą się zatem, jakie są nowe formy reklamy kierowanej do dzieci, młodzieży i dorosłych (takie jak m.in. reklama natywna w mediach profesjonalnych, np. portalach informacyjnych czy product placement w przekazie amatorskim lub półamatorskim np. na popularnych vlogach, blogach czy profilach w mediach społecznościowych), nauczą się ją rozpoznawać, poznają psychologiczne mechanizmy jej działania, usłyszą, jaki wpływ ma reklama na jakość życia dzieci, młodzieży i dorosłych.

**Prowadzący: mgr Magdalena Iwanowska** (Uniwersytet Gdański) - pracownik naukowo-dydaktyczny w Zakładzie Dziennikarstwa i Mediów Instytutu Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego, zawodowo specjalista ds.

komunikacji w trzecim sektorze, absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz psychologii organizacji, zarządzania i marketingu. Sekretarz czasopisma naukowego "Media Biznes Kultura". Pod kierunkiem prof. Anny M. Zawadzkiej przygotowuje pracę doktorską poświęconą związkom między korzystaniem z mediów społecznościowych a dobrostanem dzieci i młodzieży. Zaangażowana w działania Stowarzyszenia Dziecko bez Reklamy i Educational Cha(lle)nge.

**Czas trwania warsztatu: 180 minut, 11.00 – 14.00**

## **Warsztaty dla młodzieży gimnazjalnej:**

### **Warsztat: TAJEMNICE REKLAMY – WARSZTAT DLA NASTOLATKÓW**

Warsztaty mają na celu pokazać czym jest reklama i jak działa. W trakcie warsztatu będę omawiane techniki i strategie stosowane w reklamie, które wpływają na to czego chcemy i co kupujemy.

**Prowadzący:** warsztaty poprowadzą studenci współpracujący z Stowarzyszeniem Dziecko bez Reklamy.

**Liczba miejsc na warsztaty jest ograniczona. Prosimy o przesyłanie zgłoszeń na adres mailowy – [przereklamowanakonsumpcja@ug.edu.pl](mailto:przereklamowanakonsumpcja@ug.edu.pl)**