

Trend czy ściema? Jak nie zgubić zdrowia w modzie na jedzenie

SCENARIUSZ DO ZAJĘĆ EDUKACYJNYCH

OBSZAR: ODŻYWIANIE

Scenariusz zajęć został opracowany do wykorzystania na przedmiocie **Edukacja zdrowotna**. Nauczyciel może elastycznie dostosować zaproponowane treści do specyfiki grupy, z którą pracuje. Scenariusz opiera się na sytuacjach codziennych i realnych wyborach, co sprzyja budowaniu samodzielności oraz odpowiedzialności za własne zdrowie. Nauczyciel decyduje, w jaki sposób wykorzysta ten materiał, uwzględniając potrzeby i możliwości swoich uczniów.



Treści programowe

Treści zawarte w scenariuszu odnoszą się do podstawy programowej z zakresu przedmiotu Edukacja zdrowotna, **Dział 4. Odżywianie, punkt 3.** [uczeń] *Formułuje argumenty na temat wpływu reklam i trendów żywieniowych na osobiste wybory dietetyczne oraz na temat konsekwencji tych wyborów dla zdrowia i środowiska naturalnego.* Koncentrują się na pytaniu przewodnim: „Jak stosować racjonalną dietę przez całe życie i świadomie dokonywać zdrowych wyborów żywieniowych?”.

Scenariusz jest przeznaczony do wykorzystania w klasach I–IV szkoły ponadpodstawowej.



Pojęcia kluczowe: superfoods, reklama żywności, trendy żywieniowe, manipulacja, zrównoważona dieta



Cel główny

Uczeń rozumie, w jaki sposób reklama, media społecznościowe i trendy wpływają na codzienne decyzje dotyczące jedzenia oraz w jaki sposób dokonywać świadomych i prozdrowotnych wyborów żywieniowych.



Cele operacyjne

Wiedza i umiejętności

Uczeń:

- wyjaśnia pojęcia: superfoods, reklama żywności, trendy żywieniowe, manipulacja, zrównoważona dieta;
- rozumie, jak reklama i media społecznościowe wpływają na postrzeganie produktów spożywczych;
- analizuje przekazy reklamowe i rozpoznaje techniki manipulacji stosowane w marketingu żywności;
- ocenia wiarygodność informacji o produktach spożywczych pojawiających się w mediach i internecie;
- formułuje argumenty dotyczące wpływu trendów żywieniowych na zdrowie człowieka i środowisko;
- porównuje różne style odżywiania (np. „fit”, „eko”, „fast food”) pod kątem ich wpływu na organizm i planetę.

Postawy

Uczeń:

- kształtuje postawę odpowiedzialności za własne wybory żywieniowe i ich skutki społeczne oraz ekologiczne;
- wykazuje postawę krytyczną wobec reklamy i trendów żywieniowych promowanych w mediach;
- docenia znaczenie edukacji żywieniowej dla jakości życia i zdrowia w przyszłości.



Formy pracy

- praca grupowa;
- praca indywidualna;
- praca zbiorowa (na forum klasy).



Metody i techniki pracy

- podające – miniwykład, prezentacja multimedialna;
- aktywizujące – dyskusja, burza mózgów;
- praktyczne – karta pracy.



Pomoce dydaktyczne

- prezentacja multimedialna „#SmartFood – jak wybierać mądrze w świecie trendów i reklam?”;
- karta pracy.



Ewaluacja osiągnięć

- poprawne wykonanie zadań praktycznych (karta pracy);
- udział w dyskusji i prezentacji grupowej;
- obserwacja aktywności uczniów w trakcie zajęć.

OPIS PRZEBIEGU ZAJĘĆ

1 Wprowadzenie

Nauczyciel zapisuje na tablicy temat lekcji: **Trend czy ściema? Jak nie zgubić zdrowia w modzie na jedzenie** i odczytuje go.

Następnie przeprowadza burzę mózgow, zadając uczniom pytania:

- Jakie reklamy jedzenia widzicie najczęściej (telewizja, YouTube, TikTok, Instagram)?
- Jakie słowa lub hasła pojawiają się w nich najczęściej? (możliwe odpowiedzi: np. „fit”, „naturalne”, „zero cukru”, „eko”)

Ucniowie zgłaszają pomysły, które nauczyciel zapisuje na tablicy. Krótko podsumowuje wypowiedzi uczniów: „Zwróćcie uwagę, że wiele z tych słów powtarza się niezależnie od marki. Dzisiaj postaramy się sprawdzić, co one naprawdę znaczą i jak na nas działają”.

2 Miniwykład, prezentacja multimedialna

Nauczyciel podkreśla, że reklamy jedzenia nie są tworzone po to, by dbać o zdrowie konsumentów – ich głównym celem jest sprzedaż produktu. Dlatego często pokazują tylko pozytywne strony: radość, szczęście, energię, piękny wygląd. Wykorzystują emocje, atrakcyjnych ludzi, modne hasła jak „fit”, „eko”, „zero cukru”, „naturalne” – aby konsumenci mieli wrażenie, że kupując dany produkt, staną się lepsi, zdrowsi i bardziej „na czasie”. To właśnie przykład manipulacji reklamowej – przekonywania konsumentów do zakupu poprzez emocje, a nie fakty.

Nauczyciel podkreśla, że dzieci są szczególnie podatne na tego typu manipulacje, dlatego w niektórych krajach obowiązują specjalne regulacje

prawne dotyczące reklamy produktów w mediach kierowanych do dzieci. Przykładowo Polska Federacja Producentów Żywności Związek Pracodawców przyjęła Kodeks reklamy, w którym m.in. zabrania się kierowania bezpośrednich reklam produktów żywnościowych do dzieci poniżej lat 12, a reklama nie może promować ani przedstawiać niezdrowych nawyków żywieniowych czy też niezdrowego stylu życia w postaci jedzenia i picia w sposób nieumiarkowany, nadmierny lub przymusowy oraz promować siedzącego trybu życia czy też zawierać zwroty typu „kup teraz”, „musisz to mieć”. Nauczyciel podkreśla, że reklamy najczęściej promują żywność wysokokaloryczną o niskiej wartości odżywczej, co sprzyja niezdrowym nawykom i otyłości.

Jako ciekawostkę nauczyciel może przytoczyć badanie, w którym aż 71% dzieci w wieku 3–8 lat po obejrzeniu reklamy frytek wybierało właśnie ten produkt zamiast jabłek, a nawet po namowie rodziców ponad połowa (55%) nadal decydowała się na frytki. Nauczyciel w nawiązaniu do tych danych może poprosić uczniów o autorefleksję:

- Czy zdarza się Wam kupić produkt pod wpływem reklamy?
- Jaki to produkt?

3 Trendy żywieniowe pod lupą – jak nie dać się modzie?

Nauczyciel wyjaśnia uczniom, że w ostatnich latach bardzo popularne stały się różne trendy żywieniowe – np. diety „fit”, „low carb”, „keto”, „wege” czy produkty typu superfoods. Niektóre z nich rzeczywiście mogą wspierać zdrowie, np. produkty określane jako „superfoods”, czyli produkty bogate w substancje korzystnie wpływające na zdrowie człowieka, m.in.: witaminy, składniki mineralne, antyoksydanty czy korzystne bakterie, które warto włączyć do zróżnicowanej diety. Jednak produkty te nie stanowią same w sobie panaceum w przypadku diety nieprawidłowo zbilansowanej.

Nauczyciel mówi: „Niektóre popularne trendy żywieniowe (np. dieta keto) są po prostu modą, wynikiem działania influencerów lub chwytem marketingowym mającym na celu zwiększenie sprzedaży. Warto umieć odróżnić naukowo potwierdzone zasady zdrowego żywienia (czyli takie, które są rekomendacjami towarzystw naukowych, Światowej Organizacji Zdrowia czy Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej) od chwilowych trendów, które mogą być niezdrowe, drogie albo szkodliwe dla środowiska. Agresywna reklama produktów typu fast food i w konsekwencji rosnąca ich popularność, wpływają na nawyki żywieniowe, prowadząc do problemów zdrowotnych związanych z nieodpowiednią dietą, takich jak otyłość, cukrzyca i choroby serca. Nauczyciel wyjaśnia, że świadome jedzenie to nie tylko troska o własne zdrowie, ale też odpowiedzialność za środowisko. To, co wybieramy, ma wpływ na świat: produkcja żywności, ilość odpadów, transport produktów – wszystko to obciąża planetę. Dlatego warto wybierać mądrze: jeść różnorodnie, ograniczać żywność wysoko przetworzoną, nie marnować jedzenia i wspierać lokalnych producentów”.

Jako ciekawostkę nauczyciel może dodać, że rosnąca popularność ekologicznego stylu życia bywa wykorzystywana przez producentów do tzw. greenwashingu, czyli „zielonej ściemy”. Polega on na fałszywym przedstawianiu produktów jako ekologicznych lub przyjaznych środowisku, choć w rzeczywistości tak nie jest. Firmy stosują mylące hasła, etykiety i kolory, by sprawiać wrażenie, że ich produkty są proekologiczne i wyjątkowe na tle konkurencji.

Nauczyciel podkreśla, że bycie świadomym konsumentem to nie rezygnacja z przyjemności, ale umiejętność dokonywania wyborów z głową – takich, które służą zdrowiu i naszej planecie. Ważne, aby:

- sprawdzać informacje o produktach (np. skład, źródło pochodzenia, oświadczenia żywieniowe i zdrowotne na etykiecie);
- nie wierzyć ślepo w to, co mówią reklamy;
- kierować się wiedzą, a nie emocjami czy modą.

4 Praca w parach – „Złap reklamę w sieci”

Nauczyciel w tej części prosi uczniów o połączenie się w pary. Każda para ma za zadanie przypomnieć sobie lub wyszukać w telefonie (jeśli to możliwe) jedną reklamę produktu spożywczego, którą ostatnio widziała.

Nauczyciel zapisuje na tablicy (lub wyświetla) pytania kierujące:

- Co obiecuje ta reklama?
- Jakie emocje wzbudza?
- Czy produkt naprawdę wydaje się zdrowy?

Po wykonanym zadaniu nauczyciel wybiera kilka par, które dzielą się swoimi spostrzeżeniami z klasą.

5 Trend czy ściema? Jak nie zgubić zdrowia w modzie na jedzenie?

W tej części nauczyciel rozdaje uczniom w karty pracy. Celem tej części jest praktyczne wykorzystanie informacji przekazanych w czasie mini wykładu, prezentacji i pracy na lekcji. Po wykonanym zadaniu nauczyciel wybiera uczniów, którzy prezentują swoje odpowiedzi, omawia całość i podsumowuje zadanie praktyczne.

6 Podsumowanie

Na podsumowanie nauczyciel wykonuje z uczniami rundę refleksji, prosząc ochotników o dokończenie zdań:

- „Najbardziej zaskoczyło mnie, że...”
- „Teraz wiem, że reklamy...”
- „Od dziś postaram się...”
- „Jak mogę wybierać mądrze ...”

Pozostali uczniowie mogą dodać swoje refleksje lub komentarze.
Nauczyciel podsumowuje lekcję, mówiąc: „Reklamy i trendy żywieniowe mają silny wpływ na nasze codzienne wybory dotyczące jedzenia. Dlatego ważne jest, aby rozpoznawać techniki manipulacji stosowane w marketingu żywności oraz samemu analizować, czy promowane produkty i diety są rzeczywiście korzystne dla zdrowia”.



Sposoby dostosowania przebiegu zajęć dla uczniów ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi

- uproszczenie poleceń i stosowanie krótkich komunikatów;
- wsparcie wizualne (ikonki, grafiki, kolory);
- materiał filmowy z audiodeskrypcją i napisami;
- praca w parach lub małych grupach dla uczniów potrzebujących wsparcia;
- możliwość pracy z asystentem lub w parach.



Komentarz metodyczny dla nauczyciela

Realizując treści zawarte w scenariuszu, można skorzystać z rekomendowanych zasobów Zintegrowanej Platformy Edukacyjnej (zpe.gov.pl) w zakresie edukacji zdrowotnej (dla liceum ogólnokształcącego i technikum). Można skorzystać także z treści w następujących lekcjach [online, dostęp dn. 30.10.2025]:

- [„Podstawowe pojęcia psychologii społecznej”](#);
- [„Właściwe odżywianie warunkiem zdrowia”](#);
- [„Zdrowe odżywianie”](#);
- [„Źródła informacji o zdrowiu”](#).



Bibliografia

- Kozłowska K., (2023), „Etykietowanie żywności jako podstawa rozróżniania produktów żywnościowych i pomoc w dokonywaniu ich wyboru”, [w:] Gutkowska K., Czarniecka-Skubina E., Hamułka J., (red.), (2023), [„Junior-Edu-Żywnienie – wybrane zagadnienia edukacji żywieniowej”](#), Warszawa: Wydawnictwo SGGW [online, dostęp dn. 28.10.2025].
- Wąsowska A., Trochimczuk M., (b.r.), [„Reklamy żywności w telewizyjnych programach i audycjach dla dzieci”](#), raport dostępny na stronie gov.pl [online, dostęp dn. 30.10.2025].

Trend czy ściema? Jak nie zgubić zdrowia w modzie na jedzenie?

KARTA PRACY

Zadanie 1. Co już wiem?

Zastanów się i zapisz kilka zdań w odpowiedzi na pytania:

Jakie trendy żywieniowe lub hasła reklamowe znasz (np. „fit”, „zero cukru”, „eko”)?

.....

.....

.....

Co zachęca Cię do kupienia danego produktu?

.....

.....

.....

Moje skojarzenia z „modą na jedzenie”	Co mnie przekonuje w reklamach?

Zadanie 2. Analiza reklamy / trendu żywieniowego

Obejrzyj lub przeczytaj fragment reklamy wybranego produktu spożywczego (może być z telewizji lub internetu).

Uzupełnij tabelę:

Pytanie	Odpowiedź
Jaki produkt jest reklamowany?	
Jakie emocje lub skojarzenia wzbudza reklama?	
Jakie obietnice składa producent?	
Jakie techniki manipulacji zauważasz (np. influencer, idealne ciało, „naturalny skład”)?	
Czy produkt jest naprawdę „zdrowy” / korzystny dla Twojego zdrowia? Uzasadnij.	

Zadanie 3. Zastanów się i zapisz:

Jak reklamy i trendy żywieniowe wpływają na Twoje decyzje o jedzeniu?

.....

.....

Jakie mogą być skutki niezdrowych wyborów dla:

a) Twojego zdrowia:

.....

.....

b) Środowiska naturalnego:

.....

.....

Zadanie 4. Moje zasady świadomego odżywiania

Napisz 3–5 własnych zasad, które pomogą Ci wybierać jedzenie mądrze i zdrowo:

1.
2.
3.
4.
5.