



Консультация для родителей

«В сетях рекламы»

Более половины телезрителей составляют, к сожалению, дети. Именно их притягивают яркие картинки и веселый незамысловатый сюжет рекламных роликов. Как не допустить, чтобы малыш превратился в жертву рекламы?

Притягивает, как магнит.

Объем внимания у маленьких детей достаточно ограниченный – это факт. Лучше всего они воспринимают короткую конкретную информацию. Если такая информация сопровождается максимальным количеством звука и насыщенным видеорядом, то она еще легче доходит до их сознания. Все перечисленные характеристики напрямую относятся к телевизионной рекламе, вот почему дети – удобная мишень для рекламодателей.

Многих родителей умиляет, как поразительно быстро малыши выучивают рекламные тексты, с каким артистизмом их произносят. Конечно, до поры до времени это развивает память, но, к сожалению, однобоко, ведь смысл остается непонятым. (Позже, с развитием логического мышления, годам к восьми-девяти, дети учатся оценивать информацию критически.)

Дети быстро привыкают к определенным условиям. Если телевизор в доме работает практически постоянно, выступая законным собеседником за ужином, нередко заменяя колыбельную мамы или сказку перед сном, малыши начинают воспринимать его как фон. Довольно

опасная тенденция! Ведь дети перестают слышать не только телевизор, но и родителей. И еще недавно умилявшиеся папы и мамы с ужасом замечают, что любые просьбы и замечания приходится повторять по 10 раз. Бездушный аппарат заменяет собой живое общение, обмен информацией, уничтожая необходимый момент близости в семье. А ведь мы все хотим, чтобы ребенок делился с нами своими мыслями, мнениями, чтобы он вырос хорошим собеседником. Что же происходит?

Речь ребенка прежде всего развивается в ходе диалога, а при просмотре рекламы этого нет. Соответственно, речь становится более простой, обедняется словарный запас. Ребенок привыкает слушать, но не слышать, повторять, но не придумывать сам. Становятся привычными игры под фон телевизора; если же он выключен, то ребенку сложно и скучно играть в тишине, а это – настоящая зависимость.

Меняем приоритеты.

Любая зависимость губительна, и самая главная задача родителей – не дать ей появиться. И начать нужно с себя – пореже включать телевизор! Конечно, удобно быстренько накормить ребенка, пока он зачарованно уставился в голубой экран. Но таким образом вы сами толкаете его на «неверный путь».

Детям постарше уже можно и нужно объяснять, что далеко не все, что говорят по телевизору, является правдой. Надо спрашивать: «Как ты думаешь, что здесь показали? Мальчик правильно поступил или нет?» Есть, конечно, и «правильные» ролики, ну а с последствиями призывов тоннами поглощать чипсы придется бороться – прививать критическое отношение к информации. Бессмысленно идти на уловки, посыпая солью колу, –

обман всегда выходит наружу. Единственный принцип построения отношений – максимальная честность. Наша задача сформировать доверие. Попробуйте объяснить задачи рекламы, ее экономическую выгоду, многие дети в возрасте четырех лет это уже понимают.

Купи-купи.

Одна мама семерых детей сказала: «Если я начинаю слышать постоянное «хочу», для меня это знак – ребенку не хватает внимания и нужна компенсация близости. Я не выполняю это «хочу», а беру только одного этого капризулю, например, в гости, или мы с ним идем куда-то. И он перестает требовать».

Часто родители пытаются покупками компенсировать недостаток внимания, общения, а не покупая желаемое – наказывают за провинности. И если малыш постоянно требует что-то ему купить, задумайтесь, не от нас ли он воспринял эту «привычку». Надо учить ребенка получать удовольствие не только от материального мира, в противном случае вам придется столкнуться еще и с подростковой депрессией. Старайтесь заполнить свободное время малыша продуманно, не позволяйте проводить много времени у телевизора и учиться жизни у него.

Ребенок, конечно, хочет попробовать рекламируемый продукт или иметь популярную игрушку, особенно, если это доступно его ровесникам. Даже если лично ему самому «вещь» не так уж и нужна, для него очень важно быть не хуже других.

Чувство меры.

Взаимопонимание – один из главных законов семейной жизни, причем это касается не только отношений взрослых. Дети тоже должны научиться слушать и

слышать родителей, понимать, что мы им говорим. Например, планировать покупки нужно всей семьей, а не исполнять случайные прихоти и капризы ребенка. Ведь дети весьма умело испытывают родительскую выдержку, выпрашивая очередной шоколадный батончик или чудо-жвачку. За это их так ценят рекламодатели! Малыши искренне верят, что, съев тот или иной продукт, тут же преобразятся в супергероев или их посетит веселый персонаж из рекламной сказки. Но не забывайте, что покупкой рекламируемого товара в ответ на показательную истерику в магазине, мы только подкрепляем «вещизм» малыша. С другой стороны, если уж вы дрогнули, и малыш почувствовал вашу слабину, то лучше купите это сразу, а не «кормите» его обещаниями. Конечно, если покупка не навредит здоровью (например, при диабете или аллергии). В этом случае вы просто обязаны проявить принципиальность и твердость!

Так как же родителям, бороться с мощно развитой рекламной индустрией? Прежде всего – пореже включать телевизор! Трудно, но придется действовать именно так. А необходимые для развития ребенка впечатления – это не только новые игрушки и сладости, это еще и ваша общая созидательная деятельность.

*Воспитатель
Пикавцова М. С.*