***РЕБЕНОК И РЕКЛАМА. СОВЕТЫ ДЛЯ РОДИТЕЛЕЙ ДЕТЕЙ
5-7 ЛЕТ***

Дети – идеальная аудитория для рекламодателей. Они ведь наивные и доверчивые, поэтому воспринимают все, что видят на экране телевизора, за чистую монету и моментально желают заполучить рекламируемый товар.

- Когда вы смотрите телевизор вместе с ребенком, спросите его мнение по поводу рекламы, которую вы видите. Задавайте ему такие вопросы: В чем смысл этой рекламы? Как она заставляет себя чувствовать? Что не озвучивает реклама? Обратите его внимание на то, что часто реклама заставляет людей чувствовать, что в их жизни чего-то не хватает, например, радости, расслабления, любви и т.д.

- Если реклама агрессивна, скажите ему об этом. Некоторые ролики дискриминируют людей по признаку пола или содержат слишком много стереотипов. Поговорите с ребенком об этом, когда вы с ним видите такого рода рекламу, пусть он осознает, что не все рекламные ролики одинаково полезны.

- Как-нибудь попробуйте посчитать количество рекламы вокруг. Посмотрите, сколько роликов вы увидели за время одной программы или заметили в городе в течение какого-то времени днем, просто гуляя.



- Следите за тем, чтобы телевизор не превращался для вашего крохи в привычный способ «убить время». Постарайтесь сделать жизнь вашего сына или дочки максимально разнообразной и интересной, наполните ее новыми впечатлениями и занятиями.

- Очень часто реклама преподносит примеры того, как не надо себя вести. На ошибках, глупостях и промахах других людей (в том числе телевизионных героев) учиться лучше, чем на своих собственных. Объясните это малышу.

- Относитесь к рекламе с юмором. Найдите подходящий момент, чтобы подшутить над тем, как думают, действуют или говорят некоторые рекламные персонажи.

- Научите детей находить несоответствия между рекламой и реальным продуктом. Объясните, что производителю важно продать свой товар, даже приукрасив его свойства.

- Составляйте список покупок, прежде чем идти в магазин. Говорите о том, что вы собираетесь купить и почему. Если ваш ребенок видит в магазине что-то, что он уже видел в рекламе, спокойно скажите ему: «Этого нет в нашем списке. Мы можем подумать об этом в следующий раз, когда соберемся в магазин, но не сегодня».