

В РОДИТЕЛЬСКИЙ ДНЕВНИЧОК

РЕБЕНОК И РЕКЛАМА

Сейчас модным стало анкетировать людей по поводу рекламы. Чаще всего она раздражает, её ругают, клянут, но смотрят. А куда деваться, не будешь же бесконечно щёлкать пультом переключения? Педагогов и психологов больше всего волнует вопрос, какое воздействие на ребёнка она оказывает. Часто можно видеть, что вроде бы дети не сосредотачиваются на ней, но содержание рекламных роликов они знают лучше, чем взрослые и почти дословно могут воспроизвести.

Думаю, прежде чем говорить о своём отношении к рекламе, не мешало бы разобраться, что это такое? Как она воздействует на психику человека? **Реклама - это информационное обеспечение различных сфер потребления. Реклама призывает человека ПОТРЕБЛЯТЬ и чем больше, тем лучше.**

А как же реагирует при этом человеческая психика? Она состоит из множества человеческих стереотипов, но два из них самые важные, на них всё строится: первый ЖЕЛАНИЕ ЖИТЬ; второй – ЖЕЛАНИЕ ИМЕТЬ необходимое для жизни. Желание обладать и потреблять. Выдающийся психолог Эрих Фромм, исследовавший эту тему, представил её в своей книге "Иметь или быть» как основную проблему существования человека.

Потребность обладать имеется и у животных, но только у человека она приобретает гипертрофированную форму, т. е. навязчивость в обладании, приводящая к стяжательству. В зависимости от потребностей человека различают следующие виды ОБЛАДАНИЯ: 1. Обладание бытием. В нашем сознании оно часто представлено как вожелание получить здоровье. Ориентированная на это группа рекламодателей стремится предложить способ обрести крепкое здоровье через путешествия, спорт, лекарства, творящие чудо. И мало кто понимает, что само по себе обладание возможностями путешествовать, заниматься спортом и покупать лекарства НЕ МОЖЕТ СДЕЛАТЬ ЧЕЛОВЕКА ЗДОРОВЫМ и СЧАСТЛИВЫМ. Чтобы стать здоровым, нужно научиться поддерживать здоровье, ориентируясь на здоровый образ жизни. А он возникает из привычки к ограничению удовольствий, а не их нарастающему потреблению.