

**Муниципальное дошкольное образовательное учреждение
«Детский сад общеразвивающего вида № 83 «Вишенка»**

**Консультация для педагогов
«Дети в мире современной рекламы»**

Фадеева Е.А., старший воспитатель

2021 г.

Многие из вас, как педагоги, наверняка задумывались над тем, что видят вокруг себя наши дети, на каких примерах они воспитываются. Как правило, родители всеми силами стараются оградить своих малышей от проблем, существующих в современном обществе.

Но сделать это становится все сложнее. Детей волнует все, что волнует взрослых: рост цен, зарплата родителей, невозможность купить желаемое. Научить понимать и ценить окружающий мир – задача педагогов.

Наше дошкольное образовательное учреждение осуществляет инновационную деятельность на основе парциальной программы для детей 5-7 лет: «Экономическое воспитание дошкольников: формирование предпосылок финансовой грамотности»

Одним из разделов программы является блок: «Реклама: правда и ложь, разум и чувства, желания и возможности». В последние годы стало необходимо знакомить дошкольников с рекламой как способом распространения информации о товарах и услугах.

Реклама – явление интересное детям, поэтому необходимо превратить его в средство воспитания, социального развития, обогащения, расширения представлений об окружающей нас современной жизни и умения элементарно ориентироваться в ней.

Дети 2-3 лет плохо понимают, что такое реклама, но с удовольствием смотрят рекламные ролики. Дети 4-5 лет не осознают суть рекламы, рассматривают ее как мини-передачу или интересную историю. К 6 годам большинство детей понимает, что реклама заставляет их хотеть ту или иную вещь. Реклама становится полезной для детей, потому что так они узнают о новом и выбирают, что они хотят. Им нравятся постоянно повторяющиеся слова, яркие, красочные картинки, эмоции, образы, как знакомая сказка перед сном. К 7 годам дети хорошо разбираются в рекламе. Они прекрасно понимают ее суть и с интересом поглощают ее в больших количествах. Им одинаково нравится реклама для детей и реклама для взрослых. Дети начинают влиять на родителей при покупках. Реклама как экономическое явление становится понятной к 6-7 годам. Бесспорно, мы все поставлены перед рекламным фактом, когда современная цивилизация навязала ребенку экран в качестве средства разнообразной информации, как полезной, так и не совсем, особенно для детей дошкольного возраста.

Игнорировать СМИ бессмысленно, так как это показатель социально-экономического развития. Нас волнует реклама как явление социальное, которое оказывает на детей дошкольного возраста огромное воспитательное воздействие. В силу своей масштабности, интереса детей она требует внимания и определенной социальной и педагогической оценки.

Основная цель воспитательно-образовательной работы по данному блоку – воспитание взвешенного, осознанного отношения детей к рекламе.

Задачи:

1. Дать представление о рекламе, ее назначении.
2. Поощрять объективное отношение детей к рекламе.
3. Развивать у детей способность различать рекламные уловки.
4. Учить отличать собственные потребности от навязанных рекламой и правильно определять свои финансовые возможности (прежде чем купить, подумай, хватит ли денег на все, что хочется)

Разговаривать взрослым с детьми по поводу рекламы нужно осторожно, не ставя своей целью вызвать к ней негативизм и неприятие. Необходимо помнить, что нашим детям придется жить в мире рекламы, а возможно, и работать в области рекламной деятельности.

Детям нужно объяснить, что:

- реклама делается для взрослых (дети не могут ничего купить, у детей нет денег);
- нельзя безоговорочно верить любой рекламе;
- прежде чем что-то купить, надо подумать, нужна ли эта вещь, которую навязывает реклама.

Этапы работы по данному блоку:

- 1 Этап: Что такое реклама, как понятие, как явление. Какие еще существуют понятия, связанные с рекламой, например, кто такие рекламодатели и рекламораспространители.

Формы рекламы –печатная, телевизионная, радио (аудио), наружная

- 2 этап: Зачем и кому нужна реклама. Дети с интересом слушают информацию о рекламе. Благодаря рекламе можно узнать, в каком магазине продают нужный товар, необходимые вещи, мебель, игрушки. Какой магазин откроют на нашей улице, какие развлечения будут в парке и т.д. То есть можно получить интересную, нужную информацию. 3 этап: Кто делает рекламу. Рассказать детям о том, что существуют рекламные агентства, которые принимают заказы на рекламу товаров и услуг. В этих агентствах работают писатели, артисты, наборщики текста, художники, которые хотят сделать рекламу привлекательной, интересной и запоминающейся. Участвуют в рекламных роликах и дети, они как правило очень хорошо сделаны, и их с интересом смотрят и взрослые, и дети. Необходимо обращать внимание дошкольников на качественную, понравившуюся вам рекламу, рассказать о ней. 4 этап: Любимая реклама. Можно предложить детям подумать, какое у них будет собственное дело, когда вырастут (фабрика игрушек, детское питание, косметика, парк детских развлечений). Дать задание родителям - придумать вместе с детьми свою рекламу, а потом в детском саду рассказали всем детям.

Направления работы по блоку «Реклама»:

- совместная партнерская деятельность взрослого с детьми;
- самостоятельная деятельность детей.

Формы работы по направлению «совместная партнерская деятельность взрослого с детьми»:

- образовательная деятельность
- экскурсии, наблюдения
- чтение художественной литературы по теме (нар. сказки «Лиса и козел», «Волшебный кафтан», «Каша из топора», «Вершки и корешки», Г.Х.Андерсен «Новое платье короля», «Свинопас», С.Михалков «Как старик корову продавал», Ш.Перро «Кот в сапогах», К.И.Чуковский «Айболит», А.Волков «Волшебник изумрудного города», С.Т.Аксаков «Аленький цветочек», А.С.Пушкин «О Царе Салтане»)

- групповые и индивидуальные проекты (работа над такими проектами отражается на поведении участников, способствует выработке активной жизненной позиции, повышает их сознательность и изменяет отношение к окружающему миру);

- встречи с интересными людьми, чья профессия связана с рекламой;
- викторины;
- спектакли;
- беседы;
- беседы-обсуждения экономических сказок;
- проблемные ситуации

Формы работы по направлению «самостоятельная деятельность детей»:

- продуктивная творческая деятельность (реклама собственных поделок)
- игровая деятельность (дидактические игры, сюжетно-ролевые игры «Рекламное агентство», «Ярмарка», «Пицерия»)
- творческая речевая деятельность (придумывание рекламы книжек для чтения в группе, игрушек для мини-спектаклей,
- рассказывание «Почему мне нравится реклама для детей»
 - просматривание альбомов: «Реклама для детей», «Красочная реклама», «Сравним товар в рекламе и в магазине»
- собирание тематических пазлов

Реклама все чаще вмешивается в жизнь человека, управляя им на осознанном и бессознательном уровнях. Поэтому нам необходимо воспитывать в детях разумное

поведение в ситуациях, связанных с рекламой. Знакомить ребенка с рекламой необходимо, объясняя все плюсы и минусы.

Из рекламы дети узнают много нового, начинают лучше ориентироваться в огромном мире товаров, понимают их. Дети прекрасно, часто лучше родителей, разбираются в ассортименте предлагаемых товаров, без труда отличают одну марку товара от другой, всегда находятся в курсе новинок. Ребенок включается во взрослую экономическую жизнь, начиная понимать, что такое цена, заработок, скидки, качество. Реклама помогает дошкольникам быть модным, находиться на одной волне со сверстниками. Если ребенок ничего не будет знать о тех товарах, которые показывают на телевидении, он не сможет участвовать во многих детских разговорах и играх (коллекционировать, меняться или дарить наклейки, вкладыши). Часто героем рекламного ролика является преуспевающий человек, положительный герой, на которого хочется быть похожим. А для того, чтобы чего-то добиться, необходимо думать, к чему-то стремиться, достигать поставленных целей.

Но и минусов у рекламы немало. Иногда продукты (чипсы, жевательная резинка, леденцы, шоколадные батончики, газированные напитки) являются не слишком полезными для питания. Многие ролики призывают «перекусить», если наступает чувство легкого голода. Благодаря этому количество приемов пищи увеличивается, а полноценное питание заменяется подобными «перекусами». Маленький ребенок не способен самостоятельно выполнить условия лотереи, предлагаемой рекламой. Для него желание выиграть приз является совершенно естественным, но без помощи взрослых он не сможет вырезать несколько упаковок и прислать их по определенному адресу. Таким образом рекламодатели пытаются воздействовать на родителей посредством их ребенка, вынуждая их снова и снова совершать новые покупки.

Не всё, о чём говорится в рекламе полезно и нужно людям. А ведь на свете так много вещей, без которых человеку действительно невозможно прожить: дружба, сострадание, любовь, уважение. Одним из способов решения этой проблемы является социальная реклама. Социальная реклама призвана напомнить всем, что самое главное в жизни – это хорошие отношения между людьми. Старшим дошкольникам интересно не только смотреть рекламные ролики, но и участвовать в их создании. Кроме того, детское восприятие окружающего мира порой отличается от общепринятого, что может сделать рекламу, созданную детьми более искренней, избавленной от штампов.

Созданные совместно с педагогами и родителями рекламные продукты, могут помочь воспитывать в детях дружественное отношение к сверстникам, толерантность, терпимость, уважение к старшим, бережное отношение к окружающей среде, любовь к здоровому образу жизни.

При создании социальной рекламы необходимо соблюдать несколько простых правил:

- Сама идея рекламы должна быть необычна, креативна;
 - Интересное, необычное решение композиции;

- Акцент внимания на самом важном.

Создание социальной рекламы помогает теснее сотрудничать с родителями воспитанников, сделать их своими партнерами. Социальная реклама нацелена на достижение социально полезных результатов, продвижение определенного образа жизни. Виды социальной рекламы: плакаты, видеоролики, информационные буклеты. Темами социальной рекламы могут быть: семейные ценности, ЗОЖ, экология, безопасность дорожного движения, милосердие.

Предлагаю вашему вниманию рекламный видеоролик, созданный семьей воспитанницы старшей группы на тему ЗОЖ.

Создание социальной рекламы дошкольниками совместно со взрослыми должно проходить по определенному алгоритму: 1 шаг - постановка цели – привлечение внимания к актуальной проблеме. Ставятся такие вопросы, как: Что мы хотим достичь? Что хотим изменить? (например: создание приюта для бездомных животных, отказ от курения). 2 шаг - Определение целевой аудитории - для кого, на какую категорию людей будет направлена реклама? 3 шаг - Поиск путей решения. Необходимо понимать: что мы можем изменить? Как мы можем помочь? Что для этого нужно сделать? 4 шаг - Создание слогана – призыва к действию (например, «Курить не модно!» «Животное - как ребенок, не выбрасывай его на улицу!»). 5 шаг - Подбор выразительных средств (картинки, рисунки, фотографии, цветовое решение). И последний шаг - Оценка эффективности. Готовые работы могут быть развешены по зданию ДООУ, они могут использоваться для проведения социальных акций, бесед. Параллельно под руководством педагога или группы педагогов можно разработать сценарий и съемку рекламного ролика по теме. Готовые ролики демонстрируются детям и родителям.

Важными результатами участия дошкольников в создании социальной рекламы станут: расширение кругозора, осмысление значимых проблем; внимательность к проблемам других; формирование социально одобряемого поведения и активной жизненной позиции; развитие творческого мышления.

Создание социальной рекламы дошкольниками – это «иммунитет» по отношению к негативным информационным воздействиям.

Приложение – презентация в формате PowerPoint