Беседа о рекламе

Цель: сформировать у детей взвешенное, осознанное отношение к рекламе.

Задачи:

• способствовать формированию у детей представления о рекламе, ее назначении;

• поощрять у детей объективное отношение к рекламе;

• развивать у детей способность различать рекламные уловки;

• формировать способность отличать собственные потребности от навязанных рекламой;

• учить детей правильно определять свои финансовые возможности (прежде чем купить, подумай, хватит ли денег на все, что хочется);

• способствовать выработке рационального отношения к совершению покупок.

Основные понятия: «реклама», «рекламировать», «воздействие рекламы», «рекламные трюки».

Оборудование:

• две фигуры (домик, башня и т.д.), собранные из конструктора «Лего» и из неизвестного конструктора;

• любимая игрушка ребенка, которую он будет рекламировать на занятии;

• одна матрешка.

Ход занятия

- Здравствуйте, дети! Перед вами две фигуры (домика, башни и т.д.), выполненные из конструкторов. Посмотрите, пожалуйста, на обе фигуры и скажите, из какого конструктора собрана первая фигура, а из какого вторая (дети отвечают: «Лего» насчет первой фигуры и затрудняются ответить насчет второй). Скажите, почему вы так легко назвали первый конструктор и не смогли ответить на вопрос о втором? Как вы узнали, что это конструктор «Лего»? (Видели по телевизору, в магазинах, на уличных плакатах.) Информацию о конструкторе «Лего», дети, вы узнали из рекламы. Реклама знакомит нас с товаром, рассказывает о его достоинствах. Какие достоинства есть, на ваш взгляд, у данного конструктора? Слово «реклама» очень древнее, оно означает «кричать», «выкрикивать». Первые рекламные объявления появились в Древнем Египте. Но поскольку многие люди не умели читать, то их выкрикивали специальные люди — глашатаи. Но время идет, подскажите, как сейчас мы получаем информацию о товаре? (мнения детей.) Верно, из рекламы на телевидении, радио, в Интернете, на уличных плакатах, досках с объявлениями. В нашей повседневной жизни мы тоже сталкиваемся с рекламой. Например, мама вам «рекламирует» кашу: «Ешь, она такая вкусная!»; друг «рекламирует» новую игрушку: «У меня вот какая суперская игра в телефоне!»; вы тоже «рекламируете» себя: «Я лучше всех знаю ответ, спросите меня!». Чтобы правильно прорекламировать товар, нужно сообщить окружающим о том, какими свойствами он обладает и как данный товар может быть полезен людям, решит проблемы, улучшит жизнь.

Вы сегодня принесли свои любимые игрушки — кукол, машинки, роботов, лошадок. Вот и у меня в руках матрешка, которую я хочу вам прорекламировать. Ребята, посмотрите на эту деревянную красавицу! Какими яркими красками расписана матрешка! Голубые глазки, румяные щечки, алые губки. На матрешке зеленый сарафан, красный платочек. Она по-доброму улыбается вам, просит взять ее в руки. У матрешки есть секрет: стоит вам покрутить ее туловище, как она раскроется и из нее легко достать еще одну, матрешку, поменьше. А в этой матрешке спряталась еще одна! Вот так забава! Чем же она может быть вам полезна? Эта русская народная игрушка обрадует маленького ребенка и взрослого, с ней весело играть. Покупая одну игрушку, вы получаете еще три дополнительно, которые не нужно хранить отдельно, а значит, вы их не растеряете. Все игрушки собираются в одну! Матрешка в руке — радость на лице! Ребята, вам понравилась моя реклама матрешки? А теперь попробуйте сами рассказать о полезных свойствах ваших игрушек — почему мы должны выбрать именно их. А также скажите, где бы вы разместили данное рекламное объявление, чтобы его увидели или услышали как можно больше людей? (Дети рекламируют принесенные из дома игрушки.)

Молодцы, дети, очень хорошо получается у вас рекламировать игрушки! Ребята, давайте разберемся с вами еще в одной особенности рекламы. Ответьте мне, пожалуйста, на следующие вопросы.

• Всегда ли товары, игрушки, которые показывают в рекламе, выглядят так же и в жизни? Рассмотрим, например, рекламу механических хомячков.

• Например, почему в рекламе хомячки выглядят больше, чем в жизни? Потому что их показывают крупным планом, а не в руках ребенка.

• Хомячки показаны сами по себе или с дополнительными машинками, парками, горками? В рекламе вы видите сразу несколько хомячков, которые резвятся в парках, ездят на машинках. Но все эти игрушки продаются по отдельности, и для того, чтобы получилась настоящая игра, необходимо приобрести сразу несколько хомячков, горок, тоннелей, бассейнов. А это большие затраты для родителей.

• Дети, которых показывают в рекламе, очень счастливы. Вы также счастливы, когда играете с хомячками? Используемые в рекламе спецэффекты. Создают волшебный мир, в котором хомячки оживают, общаются, беззаботно резвятся в бассейне. Будет ли интересен вам хомячок без этого волшебства? Также хомячки не могут бесконечно двигаться, им придется менять батарейки, иначе они остановятся. Таким образом, ребята, главная цель рекламы — продать рекламируемый товар. Поэтому производители и наделяют товары, игрушки сверхспособностями, чтобы вы очень захотели их приобрести. Прежде чем просить родителей купить рекламируемый товар или игрушку, пожалуйста, подумайте, нужна ли вам данная игрушка и окажется ли она такой интересной на самом деле.