

Как действует реклама на детей и взрослых?

Обратите внимание, как ваш ребенок реагирует на телевизионную рекламу. Обычно детям, а порой и взрослым, она нравится. Ну, просто нравится и все. Товар не интересует, а вот ролик увлекательный. Посмотришь пару раз, а потом в голове и на устах при каждом удобном случае что-то вроде «сникерсни». Почему так происходит?

Прошли те времена, когда рекламой занимались самоучки-кустари. Сегодня на рекламной ниве трудятся профессионалы. Частично подросло молодое поколение, частично подучились обладатели врожденных талантов и отсеялись случайные попутчики. Эффективность рекламных компаний заметно подросла.

Методы воздействия на психику человека давно изучены и описаны в специальной литературе. Бойцы рекламного фронта прекрасно их знают и эффективно используют. Несколько логических ударений, пауз, изменений тона и интонации, жестов – и вот, пожалуйста, человек «открыт», он почти в трансе, готов впитать в себя все что угодно. Повторенная пару раз рекламная установка надежно закрепляется на уровне подсознания и незаметно делает свое дело, продажи растут.

Еще один прием – соединение рекламируемого товара и понятий, желаемых человеком. Пример такого соединения, на мой взгляд, несколько топорного, но зато запоминающегося – очередной перл белорусского телевидения, реклама телефонных астропрогнозов: «Позвони, и все сбудется». Вернется муж, перестанет придирааться начальник... В общем, все, о чем мечтала.

С возрастом мы приобретаем жизненный опыт, позволяющий возводить психологический барьер против рекламных слоганов. От назойливой рекламы мозг взрослого человека отмахивается, как от мухи. А вот дети и подростки еще не способны на такую «фильтрацию», они как губка впитывают всю информацию и принимают ее за чистую монету.

Реклама вводит неокрепшую психику в транс – состояние, в котором сознание сконцентрировано на каком-то объекте и безоговорочно воспринимает поступающую информацию. В принципе, транс не какое-то критическое, а вполне нормальное и

Как действует реклама на детей и взрослых

Автор: admin

13.09.2011 18:40 - Обновлено 29.10.2014 10:24

полезное для человека состояние, позволяющее, выключив сознание, получить полезную информацию и дать отдых психике.

Когда ребенок выслушивает авторитетное мнение родителей, ему не надо что-то осмысливать, достаточно того, что так сказала мама. Это очень полезно, и позволяет передавать опыт от поколения к поколению, исключив или сократив период «набивания шишек». «Родительское кодирование» действует даже тогда, когда подросток начинает декларировать независимость от мнения старших.

По «проторенной дорожке» идет и реклама. Особенно «охотно» входит в транс человек, психика которого переутомлена, что часто встречается в подростковом возрасте. Транс позволяет получить отдых и облегчение. Правда, вместе с порцией информации.

Ребенок может подвергаться воздействию рекламы, даже не обращая на нее внимания. Например, в одном углу комнаты работает телевизор, в другом копошится со своими игрушками маленький мальчик. Реклама воздействует на подсознательном уровне, и не стоит удивляться, если через какое-то время сын-подросток начнет расхаживать по городу с бутылкой пива в руке.

Производители товаров вкладывают в рекламу огромные деньги, получая взамен еще большие прибыли. Множество психологов призвано в ряды рекламной армии, ее «боевые действия» успешны на всех фронтах.

Что может противопоставить рекламному воздействию простой человек? Критический взгляд на жизнь, положительные эмоции, любовь и уважение к своим детям. Мы не сможем самостоятельно победить рекламу. Но мы можем полноценно и радостно жить, даже в условиях рекламной агрессии.

Автор - Алексей Норкин

[Источник](#)