

GHID PENTRU PĂRINȚI

Conținut informativ vs publicitar — cum faci diferența împreună cu copilul

Granița dintre a informa și a convinge este adesea neclară online — mai ales când reclamele sunt construite să semene cu postările obișnuite. A învăța copilul să separe cele două tipuri de conținut este o abilitate esențială.

Ce arată datele

- Conținutul informativ e transmis, de regulă, de instituții publice sau jurnaliști, folosește limbaj neutru și prezintă fapte verificabile.
- Conținutul publicitar e transmis de companii, folosește limbaj emoțional și tehnici de persuasiune (apel la emoții, celebrități, oferte de nerefuzat).
- Materialele publicitare ar trebui separate clar de conținutul informativ — printr-o etichetă, un chenar, sau un cuvânt distinctiv (ex: „P” pentru publicitate).

(Sursă: *principii de educație media (UNESCO)*.)

Cum abordezi subiectul cu copilul tău

1. Comparați împreună un articol de știri și o reclamă pe același subiect — observați diferența de ton și de scop.
2. Întreabă copilul: „Acest conținut vrea să te informeze sau să te convingă de ceva?”
3. Căutați împreună etichetele („Sponsorizat”, „Parteneriat plătit”) pe postările pe care le vede copilul.

Ce să eviți

- Nu presupune că eticheta de reclamă este întotdeauna vizibilă sau ușor de observat — practicați activ căutarea ei.
- Nu prezenta publicitatea ca fiind automat „rea” — este o formă legitimă de comunicare, cu reguli proprii de transparență.

Întrebarea-cheie, valabilă mereu: „Acest mesaj vrea să mă informeze sau să mă convingă de ceva?”