

GHID PENTRU PĂRINȚI

Influenceri și conținut sponsorizat — ce discuți cu copilul tău

Influencerii au un grad de încredere foarte mare în rândul copiilor și adolescenților — adesea mai mare decât cel acordat reclamelor tradiționale — ceea ce îi face extrem de eficienți pentru companiile care plătesc pentru promovare.

Ce arată datele

- Conținutul sponsorizat este, prin reglementare, obligatoriu să fie marcat („Sponsorizat”, „Parteneriat plătit”) — dar multe postări scapă acestei observații din partea publicului tânăr.
- Celebritatea unui influencer nu echivalează cu expertiza lui într-un domeniu — o distincție pe care copiii nu o fac automat.

(Sursă: reglementări privind publicitatea online (transparency in advertising).)

Cum abordezi subiectul cu copilul tău

1. Urmăriți împreună un influencer preferat al copilului și identificați împreună postările marcate ca fiind sponsorizate.
2. Întreabă, atunci când copilul vrea să cumpere ceva recomandat de un influencer: „De ce crezi că îl recomandă? Cine mai spune că e bun, în afară de el?”
3. Discutați diferența dintre „îmi place pentru că e distractiv” și „acest produs e cu adevărat bun”.

Ce să eviți

- Nu interzice brusc urmărirea influencerilor preferați ai copilului — riști să muți interesul „pe ascuns”, fără supraveghere.
- Nu desconsidera interesele copilului legate de aceste conținuturi — arată curiozitate, nu dezaprobare automată.

Scopul nu este să elimini influencerii din viața copilului, ci să-l ajuți să distingă recomandarea sinceră de reclama plătită.