

SMOKKEL advertensies met jou KOP?

Wees bedag op advertensies se verskuilde boodskappe en moenie alles glo wat hulle jou belowe nie, skryf Tienie Holtzhausen

Sonder advertensies sou ons nie ons gunstelingtydskrif kon lees of elke dag sulke goeie TV-programme kon kyk nie. Humorige advertensies verskaf ook vermaak en laat mense ontspan en goed voel. Dit help ons boonop om op hoogte te bly van die jongste produkte op die mark en stel ons in staat om meer ingeligte keuses te maak.

Die reklamewese is egter mededingend en adverteerders wend gedurig nuwe metodes aan om beter as hul teenstanders

te wees. In die proses word daar dikwels op tone getrap en skade aangerig. Die meeste mense glo ook wat hulle sien en lees, veral kinders.

So onlangs soos 60 jaar gelede was seksistiese advertensies, wat die vrou as minder intelligent uitbeeld met 'n man wat haar beheer, baie gewild. So was daar die Amerikaanse advertensie vir koffie wat gewys het hoe die man sy vrou laggend oor sy skoot trek en haar boude warm slaan omdat sy nie vir hom die regte soort koffie gekoop het nie!

Gelukkig vir die verbruiker in Suid-Afrika is daar die Gesagsliggaam vir Reklamestandaarde (GRS). Hulle ondersoek klagtes en kan 'n advertensie verbied.

Adverteerders probeer om jou te beïnvloed om jou beursie oop te maak, daarom moet jy op 'n advertensie se onderliggende boodskap bedag wees. Kinders moet ook geleer word om met 'n kritiese oog na advertensies te kyk, veral kosadvertensies wat op die jeug gemik is.

Help jou kinders om slim verkoopstegnieke te identifiseer, soos dat menige kitskosplek in hul advertensies terloops en baie subtiel insinueer dat jou tiener se drome om gewild en sexy te wees, waar sal word as hy of sy hul unieke hamburger koop.

Leer jou kind ook om objektief te wees oor chauvinistiese reklame en advertensies wat vroue as seksobjekte uitbeeld, soos wanneer 'n meisie in skrapse kleertjies 'n motor adverteer. Die man wat 'n motor wil koop, kry die idee dat so 'n meisie met hom as die eenaar van so 'n motor geassosieer sal word.

Dis duidelik dat die adverteerder nie net 'n produk verkoop nie, maar 'n hele aanloklike lewenswyse.

Baie mense voel ook dat advertensies vir skoonmaakmiddels soms neerbuigend teenoor vroue is. Veral wanneer hulle die vrou daarin laat optree asof haar hele lewe om die keuse van 'n eenvoudige huishoudelike produk soos waspoeiër sentreer.

Annette Vermaak, 'n opvoedkundige sielkundige van Pretoria, voel sterk oor advertensies wat vroue stereotipeer en minderwaardig uitbeeld. "Dit stuur 'n verkeerde boodskap aan kinders uit," meen sy. "Meer mense behoort byvoorbeeld te kla oor hedendaagse advertensies wat so min moeite doen om vroue as aktiewe lede van die korporatiewe wêreld uit te beeld. Te veel advertensies wys hoe die vrou kos maak of die badkamer skoonmaak, terwyl sy wag dat haar belangrike man met sy duur werkspak tuiskom. Dis hoog tyd dat meer advertensies vroue die rol van 'n advokaat, dokter of wetenskaplike laat speel. Die persentasie vroue wat in die werklike lewe hoogs betaalde bestuursposte beklee, neem immers daaglik toe."

