

Подумайте, умеете ли вы сами говорить «Нет!» в различных жизненных ситуациях, если вам действительно не хочется соглашаться. Можно по-разному сказать одно и то же «НЕТ!». Предлагаем вашему вниманию небольшой **тренинг защиты** (формирование навыков отказа).

Можно спросить ребёнка, как бы он отказывался, если ему предложат выпить, закурить, попробовать наркотик.

Устройте семейный «мозговой штурм». Вместе с ребёнком придумайте как можно больше способов отказа. Пусть ребёнок выберет те, которые ему нравятся. Предложите всем членам семьи проиграть выбранные способы. Так ребёнок узнаёт о разных вариантах одного и того же способа отказа в ситуации сомнительных предложений. Предложите ребёнку самому проиграть несколько раз каждый способ. Поддерживайте, во-

одушевляйте его во время «репетиции».

Хвалите, когда ребёнок особенно убедителен, так вы закрепите желаемое поведение: «У тебя отлично получается. Я очень рада. И я уверена, что ты сможешь отказаться». Будет полезно, если вы подробно опишете ему, что его поза, выражение лица, интонация делают его отказ особенно убедительным.

Важно, чтобы выбранные способы были не агрессивными и не провоцировали группу приятелей. Например, высказывание «Курят только дураки, а я не буду» вызовет скорее агрессивную реакцию группы и желание наказать обидчика. Более удачной может быть такая фраза: «Многие курят, и им даже нравится. Мне не нравится, и я не хочу».

Необходимо формировать у ребёнка критическое отношение к заманчивым предложениям рекламы и к соблазнительным предложениям сверстников (что-то попробовать, с чем-то поэкспериментировать). Реклама табака и алкогольной продукции действует, в основном, на детей и подростков. Это происходит в силу отсутствия у них критического осмысления красиво оформленных, соблазнительных предложений. **Приманкой служат яркие краски, красивые люди и престижные вещи.** Привлекают великолепные пейзажи, иностранные слова и обещания чего-то необычного: путешествия, приключения, новые возможности.

Дети бессознательно стремятся подражать рекламным «героям» и верят, что приобретение и использование этого товара принесут им обещанное счастье, успех, процветание, красивую внешность, приятное

общение и популярность. Дети должны знать, для чего служит реклама, кому это выгодно. Для этого поиграйте в интересную игру: поищите и обсудите возможные приманки и ловушки.

Например, реклама сигарет: на картинке чаще всего — сильный, мужественный, загорелый мужчина с белозубой улыбкой, на которого очень хочется быть похожим. **Это приманка.** Ловушка — человек начинает курить и покупает сигареты, обогащая фирму, производящую данный вид сигарет. Кроме того, курение способствует появлению серого цвета лица, жёлтых зубов и уж точно не прибавляет объёма мышцам. Или реклама «продвинутого» пива. Ребёнок может спросить: «Почему же рекламируют табак и алкоголь, если это опасные вещества?» Ответить можно так: **«Реклама не запрещена. И люди сами должны научиться видеть ловушки, чтобы в них**

не попадать».

Есть еще одно, что побуждает детей и подростков употреблять алкоголь и наркотики, — **отсутствие сознания ценности человеческой жизни.** Мы не можем, к сожалению, изменить жизнь так, чтобы нашим детям всегда и всюду было легко и приятно, чтобы их никто и никогда не оскорблял и не унижал. Но вполне **в наших силах обеспечить ребенку тыл – сделать так, чтобы он всегда знал: он необходим нам и дорог. Поддержка в семье и любовь более всего помогают воспитать чувство ценности жизни.**



VII краевое
родительское
собрание



Как можно помочь сказать «НЕТ!»

Памятка
для родителей