

ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ-ЮГРА
Г. НИЖНЕВАРТОВСК
МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА № 3»
УЛИЦА МИРА, 76/Б.

Социальный проект

номинация

«Есть идея»

Хлеб-это жизнь, ты его не бросай...

Авторы проекта

ученики 8а класса:

Архипова Ксения Анатольевна

Кузьминец Елизавета Ивановна

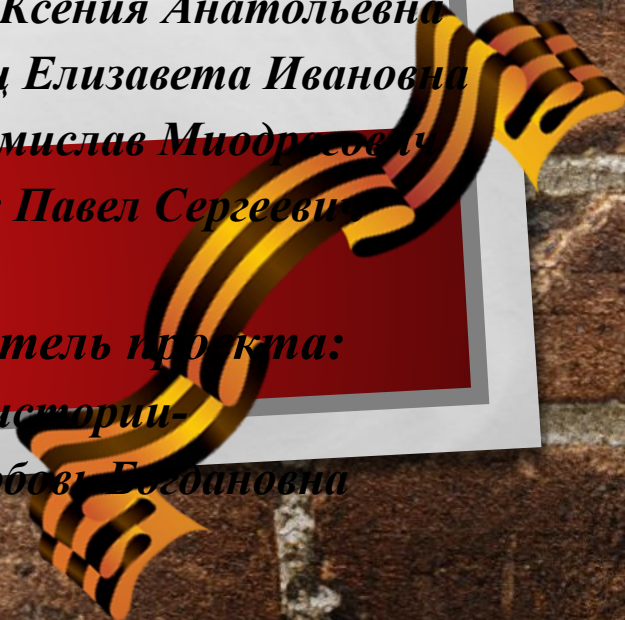
Момич Томислав Миодрашевич

Паршаков Павел Сергеевич

Руководитель проекта:

Учитель истории-

Кураш Любовь Богдановна



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ ПРОЕКТА.

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА: СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМОЙ «ХЛЕБ-ЭТО ЖИЗНЬ, ТЫ ЕГО НЕ БРОСАЙ...» ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ ОБЩЕСТВА И НАПОМНИТЬ О МАТЕРИАЛЬНЫХ И ПРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЯХ, ПРИВИТЬ ОСОЗНАНИЕ БЕРЕЖНОГО ОТНОШЕНИЯ К НИМ.

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА : НА ОСНОВАНИИ СОБРАННОГО МАТЕРИАЛА ПОДГОТОВИТЬ СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ;
ОБРАЩЕНИЕ К ДИРЕКТОРУ ШКОЛЫ Н.П. СТАРКОВОЙ О РАЗМЕЩЕНИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ШКОЛЬНОЙ СТОЛОВОЙ;

ВЫСТУПИТЬ С ПРЕДЛОЖЕНИЕМ О РАЗМЕЩЕНИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ШКОЛАХ ГОРОДА, А ТАКЖЕ В ДОМАХ НАШЕГО МИКРОРАЙОНА.

ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ МНЕНИЯ О РЕКЛАМЕ.



ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ПОДГОТОВКА ПРОЕКТА «ВОЙНА... ВОЙНА...
КАКОЕ ДЕТСТВО ТЫ НЕСЛА...».

СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА:

- 1.** ПИТАНИЕ ДЕТЕЙ В ГОДЫ ВОЙНЫ.
- 2.** ТРУД ДЕТЕЙ, ПОДРОСТКОВ В ВОЕННОЕ ВРЕМЯ.
- 3.** НАМ ХОТЕЛОСЬ ИГРАТЬ...
- 4.** ВОЙНА ИДЕТ, ШКОЛА РАБОТАЕТ.
- 5.** ВОЙНА И ПРАВО НА ЖИЗНЬ...



ПИТАНИЕ ДЕТЕЙ В ГОДЫ ВОЙНЫ

- ДЕТИ ПОМОГАЛИ РОДИТЕЛЯМ ВО ВСЕМ. СТОЯЛИ В ОЧЕРЕДЯХ ЗА ЕДОЙ, РАБОТАЛИ НА ФАБРИКАХ, ТРУДИЛИСЬ НА БЛАГО ГОРОДА, И ДАЖЕ ВОЕВАЛИ ВМЕСТЕ С ВЗРОСЛЫМИ. ЕЛИ ДЕТИ, КАК И ИХ РОДИТЕЛИ, ДАЖЕ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ОНИ. ВЗРОСЛЫЕ ОТДАВАЛИ ЧАСТЬ ЕДЫ ДЕТЯМ. БЫЛИ СЛУЧАИ, ЧТО У МАТЕРИ БЫЛО ДВА РЕБЕНКА, НО ЧТОБЫ ВЫЖИЛО ХОТЬ ОДНО ДИТЯ, ОНА ДОЛЖНА БЫЛА ВЫБРАТЬ ОДНОГО ИЗ ДЕТЕЙ И ОТДАВАТЬ ЕМУ ЕДУ ЗА ДВОИХ



ЕДА В БЛОКАДНОМ ЛЕНИНГРАДЕ

- В ПЕРЕЧНЕ БЛОКАДНОЙ ЕДЫ ВСЯКОЕ МОЖНО НАЙТИ: КОНОПЛЯНЫЕ ЗЕРНА ОТ ПТИЧЬЕГО КОРМА, САМИХ ПТИЦ, СОБИРАЛИ МУЧНОЙ КЛЕЙ ОТ ОБОЕВ, ВЫВАРИВАЛИ ПРИВОДНЫЕ РЕМНИ, ЕЛИ КОШЕК, СОБАК, ПОТРЕБЛЯЛИ ВСЯКОГО РОДА ТЕХНИЧЕСКИЕ МАСЛА, ИСПОЛЬЗОВАЛИ ОЛИФУ, ЛЕКАРСТВА, СПЕЦИИ, ВАЗЕЛИН, ГЛИЦЕРИН, ВСЕВОЗМОЖНЫЕ ОТХОДЫ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ. СПИСОК ЭТОТ ДЛИННЫЙ И УДИВИТЕЛЬНЫЙ ПО СВОЕЙ ИЗОБРЕТАТЕЛЬНОСТИ



Рецепты изготовления хлеба в фашистских концлагерях

«ХЛЕБ» ФАШИСТСКИХ КОНЦЛАГЕРЕЙ

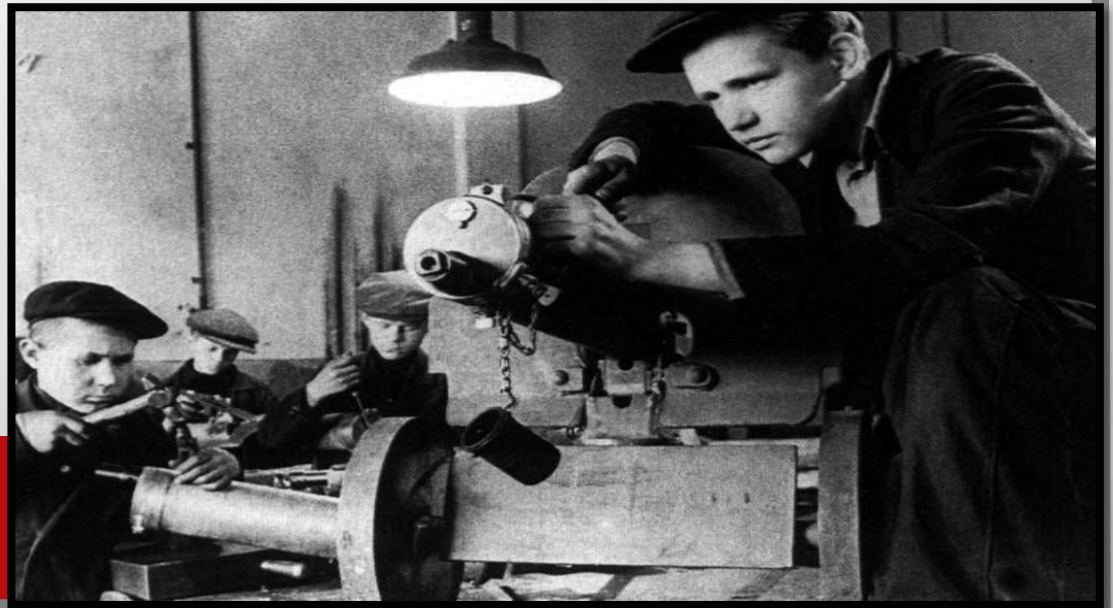
НАЗЫВАЛСЯ ОН «ОСТЕН-БРОТ» И БЫЛ УТВЕРЖДЕН ИМПЕРСКИМ МИНИСТЕРСТВОМ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО СНАБЖЕНИЯ В РЕЙХЕ (ГЕРМАНИЯ) 21 ДЕКАБРЯ 1941 Г. «ТОЛЬКО ДЛЯ РУССКИХ»:

- ОТЖИМКИ САХАРНОЙ СВЕКЛЫ – 40%,
 - ОТРУБИ – 30%,
 - ДРЕВЕСНЫЕ ОПИЛКИ – 20%,

• ЦЕЛЛЮЛОЗНАЯ МУКА ИЗ ЛИСТЬЕВ ИЛИ СОЛОМЫ – 10%.



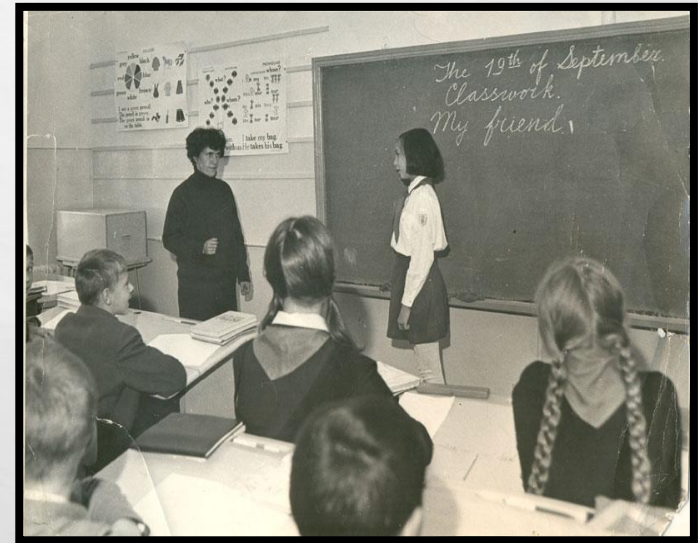
Труд детей в годы Великой Отечественной войны



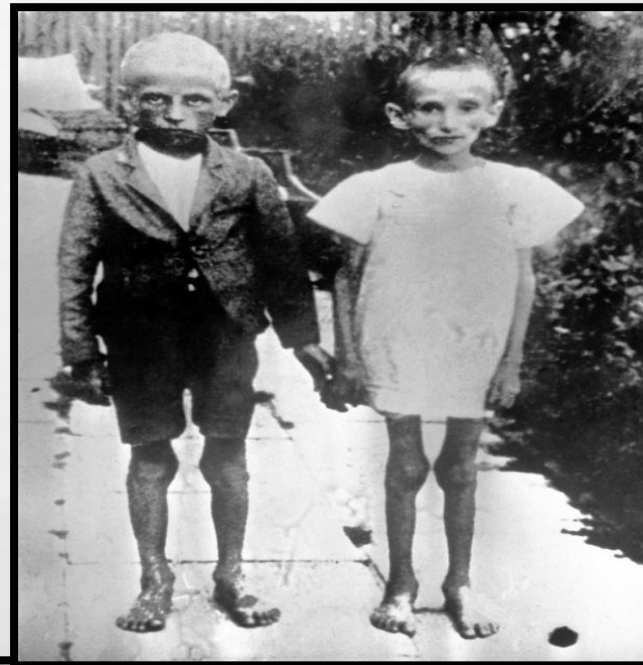
НАМ ХОТЕЛОСЬ ИГРАТЬ



ВОЙНА ИДЕТ, ШКОЛА РАБОТАЕТ



Война. Право на жизнь в годы Великой Отечественной войны



Создание социальной рекламы «Хлеб-это жизнь, ты его не бросай...».

ПО ЗАВЕРШЕНИЮ РАБОТЫ НАД
ПРОЕКТОМ У НАС ВОЗНИКЛА ИДЕЯ
СОЗДАТЬ СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ,
КОТОРУЮ МЫ НАЗВАЛИ

«ХЛЕБ-ЭТО ЖИЗНЬ, ТЫ ЕГО НЕ БРОСАЙ...»

ДЛЯ ЭТОГО НЕОБХОДИМО:

- ПРИДУМАТЬ СЛОГАНЫ ДЛЯ РЕКЛАМЫ.
- ПОДОБРАТЬ ИЛЛЮСТРАТИВНЫЙ МАТЕРИАЛ.
- ЧАСТЬ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА ВЗЯТА С САЙТОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТА, А ФОТОГРАФИЯ С ФАКТОМ НЕБРЕЖНОГО ОТНОШЕНИЯ К ХЛЕБУ СДЕЛАНА НАМИ В ШКОЛЕ.

ДЛЯ НАШЕЙ РЕКЛАМЫ МЫ ПРИДУМАЛИ
СЛОГАНЫ:

ХЛЕБ - ЭТО ЖИЗНЬ, ТЫ ЕГО НЕ БРОСАЙ.

В МИРЕ ЕСТЬ ГОЛОД-
ТЫ ЭТО ЗНАЙ!

ПОМНИ О ХЛЕБЕ И ДЕТЯХ ВОЙНЫ,
НЕ ДОПУСТИ НОВОЙ БЕДЫ.
ХЛЕБ ЦЕНИ И БЕРЕГИ!





**Хлеб – это жизнь, ты его не бросай.
В мире есть голод-
Ты это знай!**



**Помни о хлебе и детях войны,
не допусти новой беды.
Хлеб цени и береги.**



РАЗМЕЩЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ, «ХЛЕБ-ЭТО ЖИЗНЬ, ТЫ ЕГО НЕ БРОСАЙ...».

- ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ МЫ НАПИСАЛИ ПИСЬМЕННОЕ ОБРАЩЕНИЕ ДИРЕКТОРУ ШКОЛЫ Н.П. СТАРКОВОЙ, ПОБЫВАЛИ У НЕЁ НА ПРИЕМЕ, ГДЕ ПОКАЗАЛИ НАШУ РАБОТУ И ПОЛУЧИЛИ РАЗРЕШЕНИЕ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ШКОЛЬНОЙ СТОЛОВОЙ. РЕКЛАМА БЫЛА РАСПЕЧАТАНА НА ШКОЛЬНОМ ЦВЕТНОМ ПРИНТЕРЕ В ФОРМАТЕ А1 И РАЗМЕЩЕНА В ШКОЛЬНОЙ СТОЛОВОЙ.
- МЫ ВЫСТУПАЕМ С ПРЕДЛОЖЕНИЕМ О РАЗМЕЩЕНИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ШКОЛАХ НАШЕГО ГОРОДА, А ТАКЖЕ В ДОМАХ НАШЕГО МИКРОРАЙОНА.
- ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В ДОМАХ НАШЕГО МИКРОРАЙОНА МЫ ОБРАТИЛИСЬ, К НАЧАЛЬНИКУ ЖЭУ №14 Н.А.ЕРЕМЕЕВОЙ КОТОРАЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНО ОЦЕНИЛА НАШУ РЕКЛАМУ И ПОСОВЕТОВАЛА ОБРАТИТЬСЯ С НАШИМ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ В УПРАВЛЯЮЩУЮ КОМПАНИЮ №1 ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В ЛИФТОВЫХ ЩИТАХ ЖИЛЫХ ДОМОВ.



РАЗМЕЩЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ, «ХЛЕБ-ЭТО ЖИЗНЬ, ТЫ ЕГО НЕ БРОСАЙ...».

- СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, «ХЛЕБ-ЭТО ЖИЗНЬ, ТЫ ЕГО НЕ БРОСАЙ...» РАЗРАБОТАНА И РАЗМЕЩЕНА В ШКОЛЬНОЙ СТОЛОВОЙ В ФЕВРАЛЕ 2015Г. .
- ДАЛЬНЕЙШЕЕ ЕЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ПЛАНИРУЕТСЯ ЗАВЕРШИТЬ К МАЮ 2015Г. В ЧЕСТЬ 70 - ЛЕТИЯ ПОБЕДЫ В ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ.
- В ПЕРСПЕКТИВЕ ОБРАЩЕНИЕ К ДИРЕКТОРАМ ШКОЛ И В УПРАВЛЯЮЩУЮ КОМПАНИЮ №1 ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ В ШКОЛАХ НАШЕГО ГОРОДА И ЛИФТОВЫХ ЩИТАХ ЖИЛЫХ ДОМОВ.



Размещение рекламы



АНКЕТА.

- **КАКАЯ ПРОБЛЕМА ПОДНИМАЕТСЯ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ?**
- **КАКИЕ ЧУВСТВА, АССОЦИАЦИИ ВЫЗЫВАЕТ РЕКЛАМА?**
- **НА ВАШ ВЗГЛЯД, РЕКЛАМА АКТУАЛЬНА?**
-

Результаты и социальный эффект проекта

Для оценки результатов и социального эффекта рекламы «Хлеб-это жизнь, ты его не бросай...» была разработана анкета и проведено анкетирование среди учащихся 6-11 классов.

Проанализировав ответы респондентов пришли к выводам:

1. Реклама воспринята положительно, с одобрением.
2. Главная проблема в том, что сейчас большинство подростков не ценят то, что имеют – хлеб, «хлеб насущный», а ведь во все годы войны хлеб был самым желанным продуктом, Поднимается проблема небрежного отношения к еде, а в частности к хлебу.
3. Реклама вызывает печаль и жалость, нежелание повторения горя и боли тех лет.
4. «Не проходите мимо»! Реклама привлекает внимание, заставляет задуматься о бережном отношении к хлебу как материальной ценности.



Социальный эффект проекта

Когда видишь плакаты подобного типа, возникает ощущение страха, что подобное может произойти вновь. Нашим самым большим отношением к Бишару, к закону - то учесть даже миллионную ошибку его, и тогда в shame. Становимся добры и нашими задумываемся о многих вещах.

Такое Бишаро вызывает у меня ощущение, хочется сказать, то, что ты имеешь и тогда не решаешь Бишар. На мой взгляд, такие Бишары имеют, стали перестать появляться рож манером, для того, стали моря появились и человек то, что для нас средствами были люди. Это же как отрадам тизин и самлет человек то, что мы имели. Сперва же на гуманитарные отношения.

Этот баннер вызывает своеобразное чувство вины за то отношение к материальным благам, которые мы имели, но не испытываем благодарности за их существование. Чувство ответственности за то, что, какой она будет, зависит от нас. Мы не хотим ответственности за это.



Сроки реализации проекта.

По времени реализации наш проект является длительным.

В рамках конкурса «Под небом России», посвященного 70-летию в Великой Отечественной войне, который проходил в нашей школе, мы начали работу над проектом «Война...Война... Какое детство ты несла...» в декабре 2014 г., выступили с защитой проекта на конкурсе 16 января 2015г., где заняли призовое место.

Дальнейшее ее размещение планируется завершить к маю 2015г. в честь 70 - летия Победы в Великой Отечественной войне.

В перспективе обращение к директорам школ и в Управляющую компанию №1 для размещения рекламы в школах нашего города и лифтовых щитах жилых домов.



СМЕТА РАСХОДОВ

- ФОТОБУМАГА (ПРОФОРМАТ А4) 3400 РУБ.
- КАРТРИДЖ - 700 РУБ.
- БАТМАН - 15 РУБ.
- НА ПЕРВОМ ЭТАПЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ИСПОЛЬЗОВАНЫ БЮДЖЕТНЫЕ ДЕНЬГИ.
- В ПЕРСПЕКТИВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАНТОВСКИХ СРЕДСТВ.

