

**Смена слайдов производится по щелчку
или при нажатии клавиши «пробел»,
все остальные действия выполняются
автоматически.**

Приятного просмотра!

Исследовательская работа



**РЕКЛАМА
КАК ОДИН ИЗ СПОСОБОВ
ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СОЗНАНИЕ ПОДРОСТКОВ,
СОВЕРШАЮЩИХ ПРАВОНАРУШЕНИЯ**

- *Экран телевизора призван дать, и дает идеальные копии действительности. Изображение на экране достигает полной иллюзии. Человек забывает, что он видит изображение на плоском экране, а не «открытое окно в мир».*

А. Беляев (1935)



АКТУАЛЬНОСТЬ ВЫБОРА ТЕМЫ:

По данным социологов от воздействия рекламы в мире

ЕЖЕГОДНО сходят с ума **2783** человека!

ЕЖЕДНЕВНО совершается **1234** правонарушения!

На сегодняшний день, когда
18% эфирного времени «забито» рекламой, эта
тема остро встала среди социологов и
ПСИХОЛОГОВ.

ЦЕЛЬ:



Определить негативное влияние рекламы на сознание людей.

Развивать критическое отношение к рекламе с помощью ознакомления с принципами создания рекламы.

Тренировать навык распознавания истинного смысла рекламного обращения.

Дать опыт анализа рекламного обращения для дальнейшего развития способности критически воспринимать рекламу.



ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- **Определить отношение людей к наличию рекламы на телевидении;**
- **Определить степень влияния рекламы на рост правонарушений, совершаемых подростками;**
- **Определить мнение людей относительно воздействия рекламы на человека.**

ПРОБЛЕМНАЯ СИТУАЦИЯ:

Реклама – вещь, несомненно нужная, но в то же время она может оказывать пагубное воздействие на здоровье и психику людей.

**Дальнейшее развитие рекламы может
коренным образом изменить
социальные отношения в обществе.**

**Ко времени окончания средней школы,
человек просматривает около 15 тысяч
часов телевизионных программ,
в то время как в классе он провел лишь
11 тысяч часов.**

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ:

**Учащиеся 10-11 классов
МОУ Уйско-Чебаркульская сош
Октябрьского района
Челябинской области.**

**Статистические данные
по правонарушениям, совершенные
подростками**

ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ:



Влияние рекламы на
сознание людей,
на рост совершаемых
правонарушений.

ГИПОТЕЗА ИССЛЕДОВАНИЯ:



Предположим, что:

**реклама негативно влияет на
сознание людей и изменяет их
отношение к окружаемому миру,
порождает желание
приобретать «соблазнительные»
вещи незаконным путем.**

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ:



Развитие критического
отношения к рекламе,
тренировка навыка
распознавания истинного
смысла рекламного
обращения.

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ:



Анализ информационных источников по проблеме.

Метод сбора социологической информации – опрос

Вид опроса – анкетирование.

ДЕТСКАЯ ПРЕСТУПНОСТЬ

Каждый четвертый опрошиваемый школьник признал, что в течение последних 12 месяцев, так или иначе, преступал закон.

- ✓ Около двух третей учеников, исключенных из школы за последний год, совершили в среднем 44 правонарушения.
 - ✓ За последнее время, в стране резко возросло число краж совершаемых подростками, особенно это касается мобильных телефонов.
 - ✓ Почти 60% опрошенных подтвердили, что пользуются ворованными вещами - это на 16% больше, чем в прошлом году.
 - ✓ Число детей, которые обладали различного рода оружием, также выросло, достигнув 55% в этом году против 50% в 2001г.
- ✓ 33% парней 14-15 лет признались, что совершали правонарушения
- ✓ Более 10% говорят, что причиняли материальный ущерб. Столько же признались в воровстве
 - ✓ 5% девочек 12-13 лет признались в том, что крали из магазинов

ОКТАБРЬСКИЙ РАЙОН

За три первых месяца 2007 года в нашем районе зарегистрировано:

11 преступлений, в которых приняли участие 11 подростков, все преступления - кражи чужого имущества, совершены группой лиц.

За это время на учет в ПДН поставлено 12 подростков.

На конец учетного периода на учете состоят 63 подростка, из них 12 судимых (11 условно осужденных) и 9 родителей.

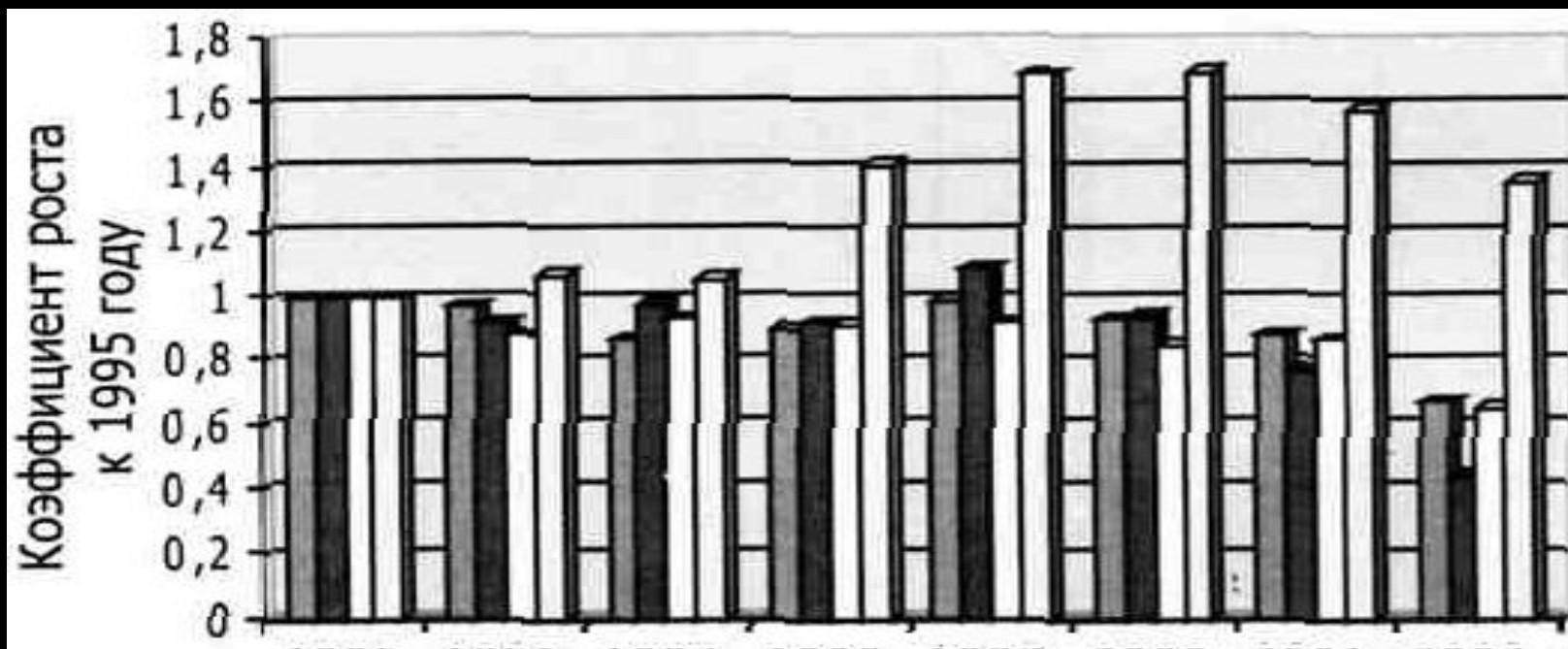
За данный период в РОВД было доставлено 13 подростков, их них 4 – за употребление спиртных напитков, выявлено 7 беспризорных и безнадзорных.

Всего оформлено 45 административных материалов на несовершеннолетних лиц, 20 – на родителей.

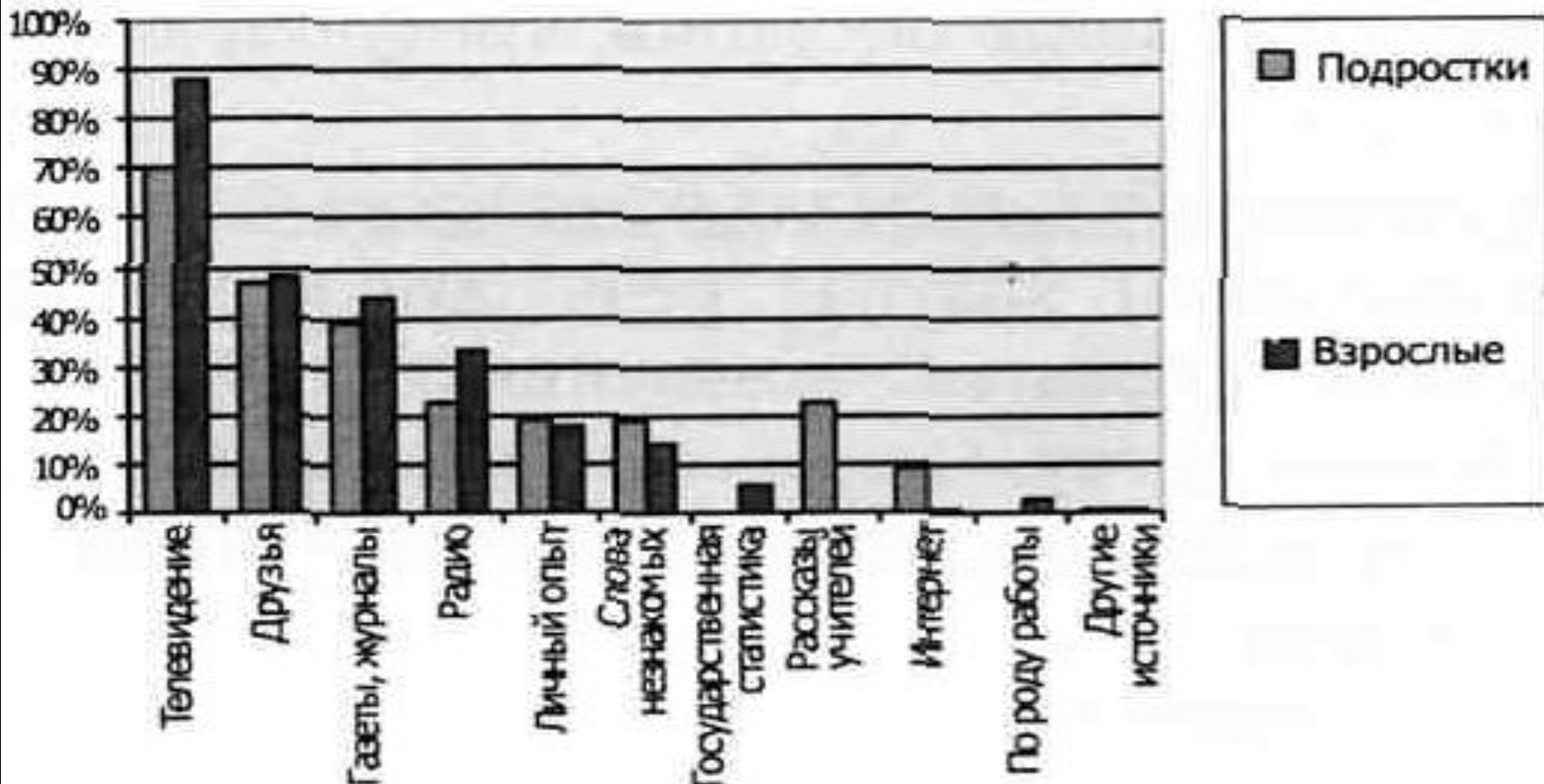
Резко возросло количество преступлений, связанных с кражами металла.

ДИНАМИКА ЧИСЛА ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СОВЕРШЕННЫХ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ 1995-2002

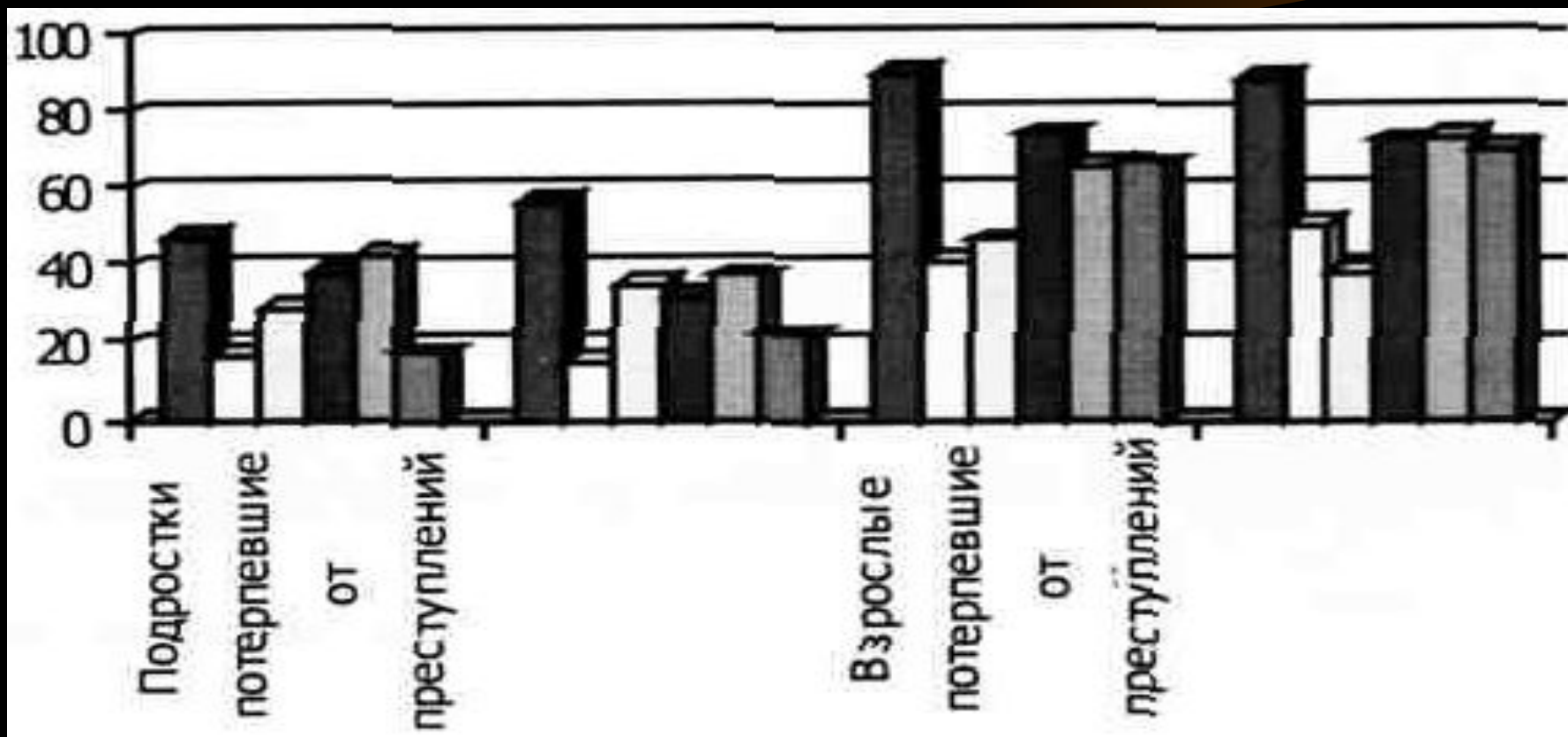
1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002



ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ ВЗРОСЛЫХ И ПОДРОСТКОВ О ПРЕСТУПНОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ



В КАКОЙ МЕРЕ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ПРЕСТУПНОСТЬ СРЕДИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ НЕСУТ СЕМЬЯ, ШКОЛА, МИЛИЦИЯ, МЕСТНЫЕ ВЛАСТИ, НЕПОСРЕДСТВЕННОЕ ОКРУЖЕНИЕ, СМИ



**Улица - не единственный источник
нравственной заразы.**

**Очень серьезно можно изуродоваться и не
выходя из дома.**

Сиди субботним утречком перед телевизором
и смотри себе мультики.

И родители довольны: можно понежиться в
постели или побегать в парке, пока
гиперактивный малыш замер у телеэкрана.
Ведь большинство из нас все же доверяют
телеанонсам, которые обещают полчаса
"спокойного семейного просмотра".

**Согласно результатам опроса, ТВ -
основной источник информации о
подростковой преступности**

так считают

81% - законопослушных подростков,

62% - условно осужденных

**50% - заключенных колоний и учащихся
закрытых спецшкол.**

ЧТО ВЛИЯЕТ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЗНАНИЯ ПОДРОСТКОВ?

Исследование предлагает
«три источника и три составные части» - это
ТВ, печатные СМИ и круг общения.

Эксперты придерживаются мнения, что
современные СМИ, особенно ТВ,
скорее способствуют, чем препятствуют росту
преступности.

Вопрос о том, "как наше слово отзовется",
по мнению наших респондентов,
волнует редакции телевизионных каналов
в последнюю очередь.

УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Дети в России имеют самый высокий риск бедности.

В России всего 36% семей имеют детей.

Их доля в общем количестве бедных семей 80%.

Более 82% семей с детьми вынуждены ютиться на жилой площади ниже установленной нормы.

Для супружеской пары, решившей завести одного ребенка, риск впасть в бедность составляет 77%.

Для осмелившихся родить троих - 94%.

Уровень бедности детей до 15 лет в России - 13%.

Если по данным Росстата, у нас около 22 миллионов детей такого возраста, то получается, что минимум 3 млн. детей влачат нищенское существование.

Семьи учеников нашей школы

по материальному положению
распределяются следующим образом:

- семьи с низким уровнем доходов - 78%;

(уровень доходов в семье на человек ниже прожиточного
минимума для Челябинской области)

- со средним доходом - 14%;

- с высоким доходом - 8%.

РЕКЛАМА



Слово «реклама» — латинского происхождения (от лат. *reclamare*) и первоначально означало «кричать, выкрикивать». Затем к нему присоединились такие значения, как «откликаться» и «требовать». Таким образом, уже в самом примитивном воззвании к толпе просматривалась главная характеристика современной рекламы: сообщать, распространять сведения о чем-то (ком-то) для привлечения покупателя или создания популярности товару или производителю.

НРАВСТВЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКЛАМЫ

Впервые в **1937** году были сформулированы и опубликованы некоторые правила поведения рекламопроизводителей, которые известны под названием

**“Кодекс норм рекламной практики
Международной торговой палаты в
Париже”.**

НАШИ РЕАКЦИИ НА РЕКЛАМНЫЕ ПОСЛАНИЯ

**обусловлены многими факторами,
т.к. мы являемся продуктом
культуры и общества,
продуктом семьи, в которой выросли.**

**Т.о., реклама оказывает социальное и культурное
влияние на потребителя.**

**Реклама предлагает готовый стиль жизни
и расхваливает его, предлагая принять.**

ВОПРОСЫ МОРАЛИ

Моральной оценке подлежит факт психологического воздействия на миллионы людей.

Допустимо ли оно?

Пользоваться доверием человека, эксплуатировать его неправильные представления, превращать в капитал его незнание - с точки зрения морали достойно порицания.

Таким образом, возникает **моральное разногласие.**

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

- В социологическом исследовании приняли учащиеся 10-11 классов нашей школы.
- Подробнее других был рассмотрен способ подсознательного воздействия (импульсивные покупки, скрытая реклама в кинематографе), так как психоанализ сейчас часто используется при создании рекламы.
- Также рассмотрены моральные аспекты такого скрытого воздействия рекламы на миллионы людей.

ВЫВОДЫ

- **Реклама оказывает огромное влияние на рост правонарушений совершаемых подростками.**
- **Реклама провоцирует человека на покупку, или на приобретение товара иным (преступным) способом.**
- **Реклама оказывает влияние на формирование потребностей в целом: уровня и стиля потребления, образа жизни, моды и т.д.**
- **Реклама, которая пропагандирует обладание материальными "статусными" вещами, ведет к росту уличной преступности.**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- **Реклама сегодня прочно вошла в нашу жизнь.**
 - **Реклама благодаря использованию социально-психологическим механизмов**
 - *повторяемости,*
 - *убедительности,*
 - *запоминаемости,*
 - *эмоциональности*
- оказывает на подростков эффект внушения, заражения и подражания в большей степени, чем на другие возрастные группы.**



РЕСУРСЫ

- Родионов В.А. Развитие навыков делового общения. / Ярославль. Академия развития. 2005.
- Газета «Октябрьская звезда» № 46, 54, 72 за 2007 год
- Центр независимых социологических исследований «Преступление и наказание» несовершеннолетних правонарушителей. СПб. 2004.
- Ресурсы InterNet:
 - <http://www.podrobnosti.ua/society/2002/05/19/25299.html>
 - <http://www.fsk.ru/may/obozr/index.html#1#1> Свобода средств массовой информации или властители информационного пространства в России.
 - <http://www.fsk.ru/may/obozr/index.html#1#1> Свобода средств массовой информации или властители информационного пространства в России.

Реклама вызывает чувства !!!



*Работа выполнена в рамках
изучения элективного курса*

«Мой выбор»

Над темой исследования работали

Учащиеся 10 класса

МОУ Уйско-Чебаркульская сош

Октябрьского района

Челябинской области

под руководством

Паначёвой Ирины Евгеньевны



***БЛАГОДАРИМ ЗА
ВНИМАНИЕ!!!***