

**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. Белаяев (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

# ОКТАБРСКИЙ 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.

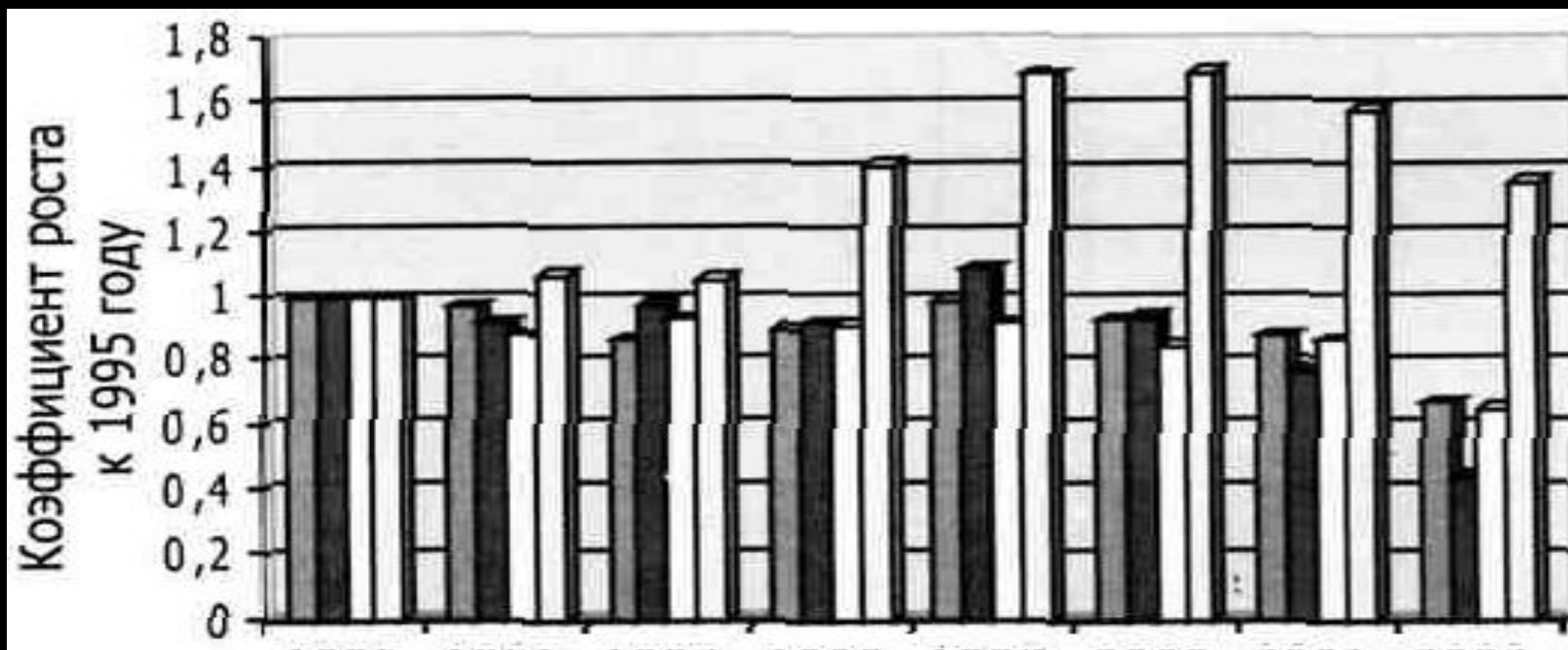
За данный период в РОВД было доставлено 13 подростков, их них 4 – за употребление спиртных напитков, выявлено 7 беспризорных и безнадзорных.

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

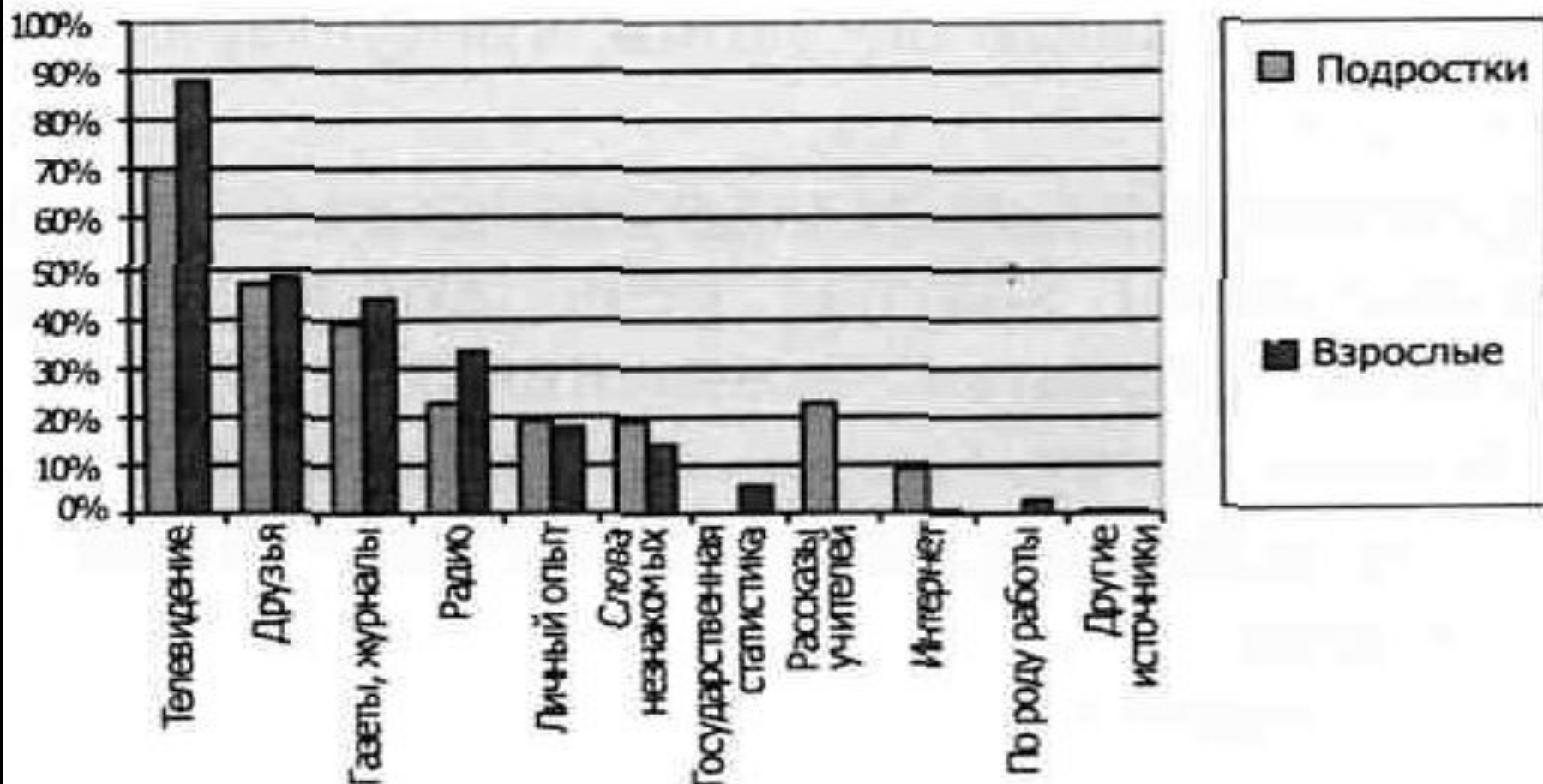
Резко возросло количество преступлений, связанных с кражами металла.

# ДИНАМИКА ЧИСЛА ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СОВЕРШЕННЫХ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ 1995-2002

1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002

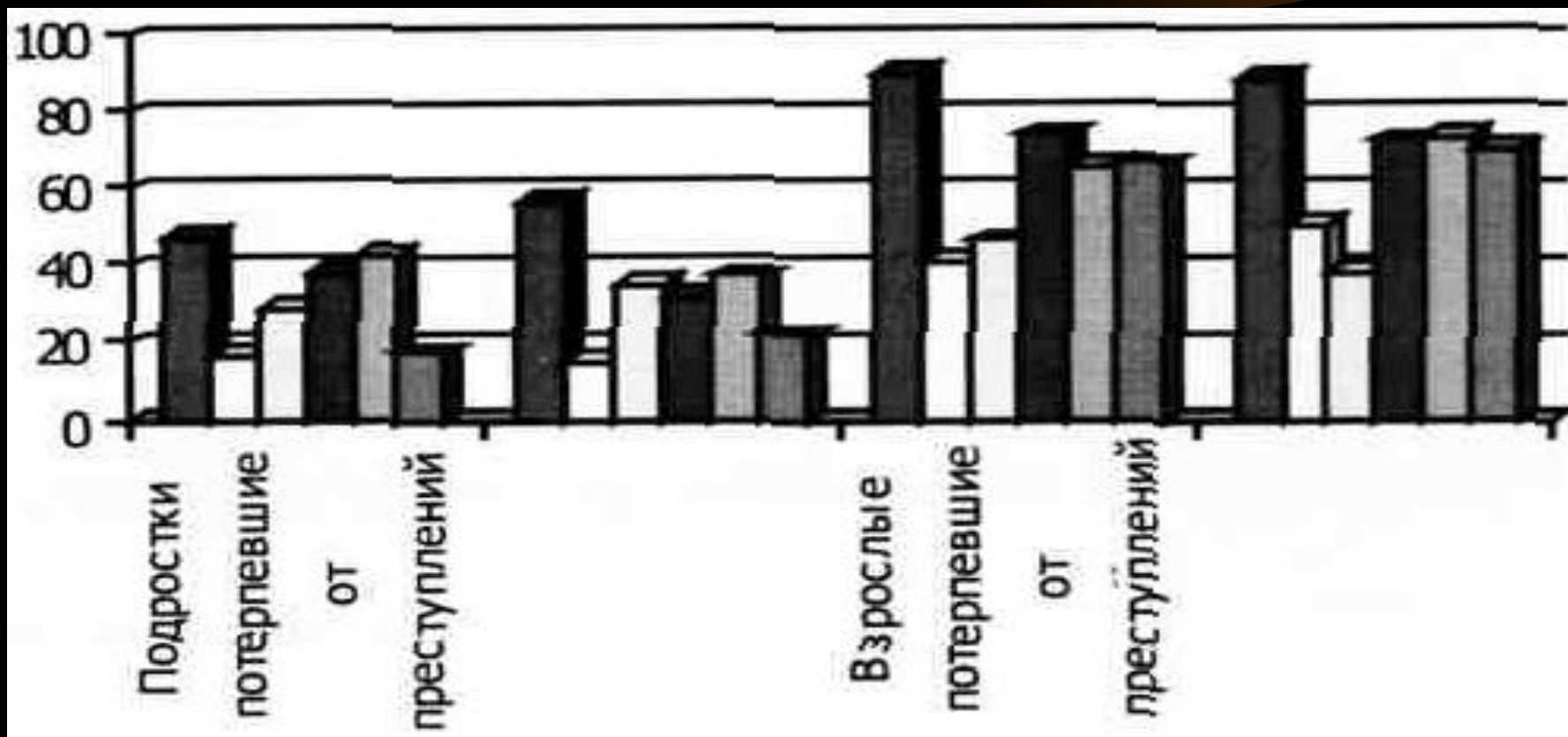


# ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ ВЗРОСЛЫХ И ПОДРОСТКОВ О ПРЕСТУПНОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ





**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!!!***