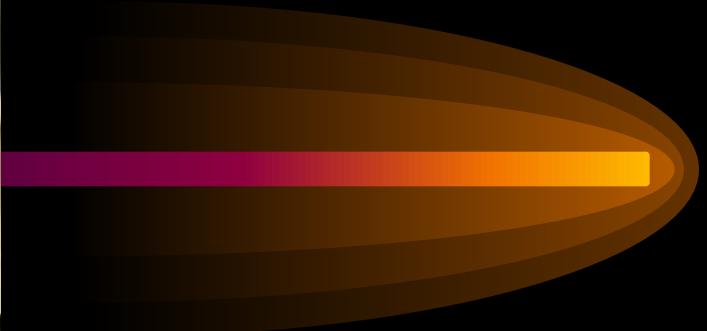




**Смена слайдов производится по щелчку  
или при нажатии клавиши «пробел»,  
все остальные действия выполняются  
автоматически.**

**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 всталась 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.

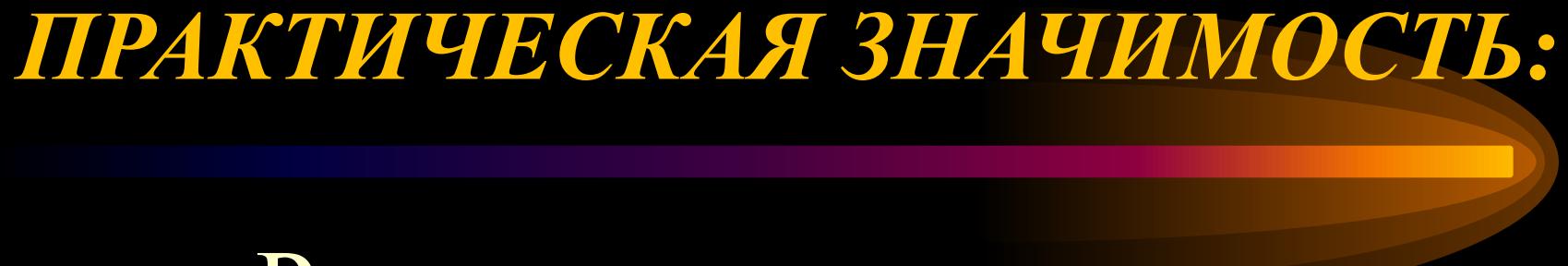
# *ГИПОТЕЗА ИССЛЕДОВАНИЯ:*



Предположим, что:

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

## *ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ:*

A decorative swoosh graphic consisting of three curved bands. The top band is dark blue. The middle band is purple. The bottom band is orange. All three bands curve from the left side of the slide towards the right, ending in a point.

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 опрашиваемый 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

# **ОКТЯБРЬСКИЙ 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.

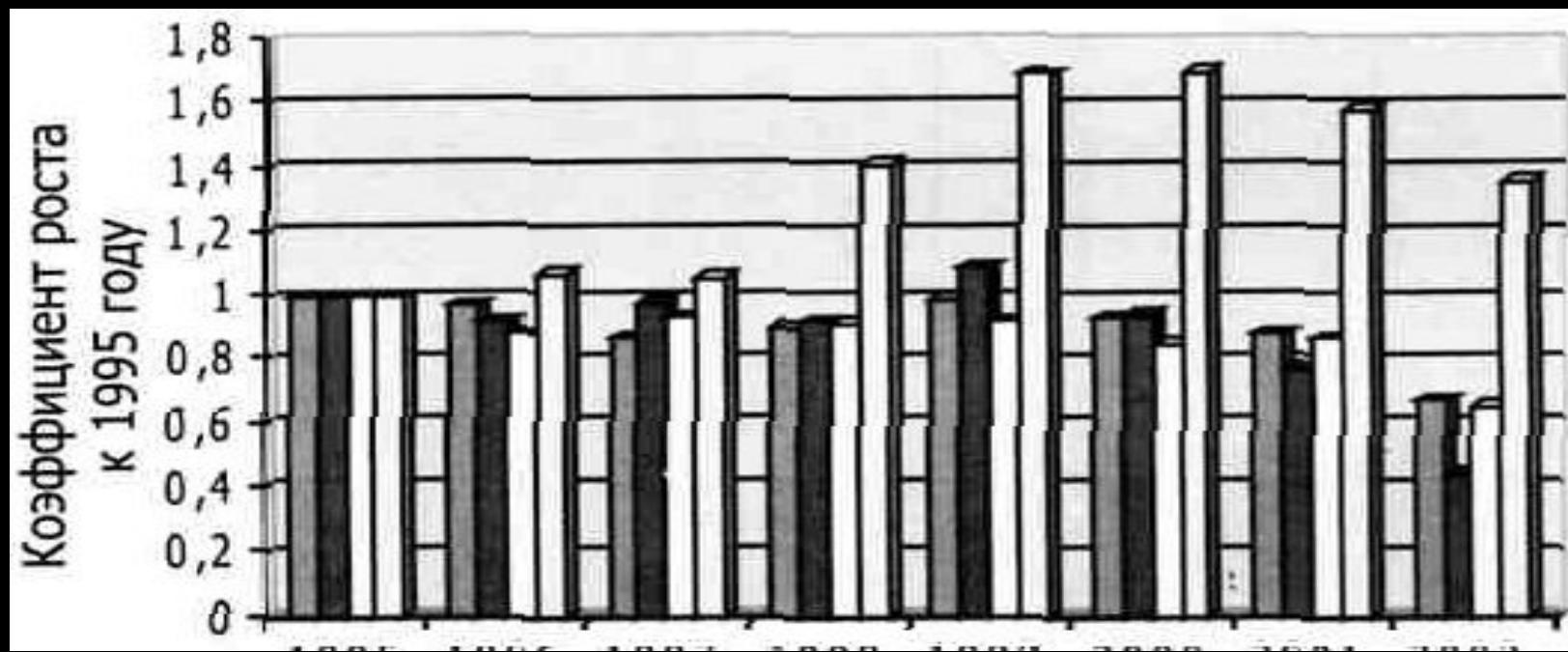
За данный период в РОВД было доставлено 13 подростков, из них 4 – за употребление спиртных напитков, выявлено 7 беспризорных и безнадзорных.

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

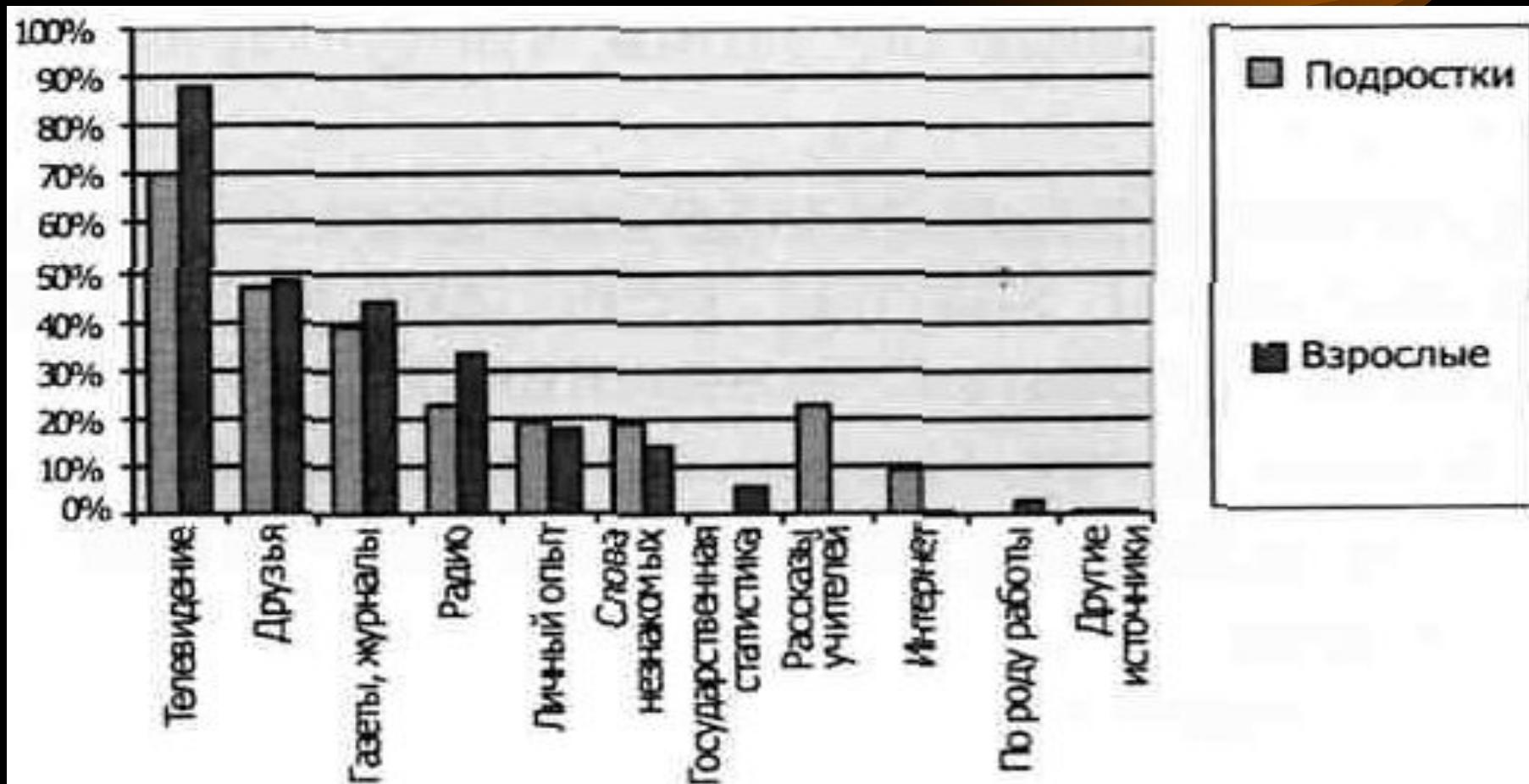
Резко возросло количество преступлений, связанных с кражами металла.

# ДИНАМИКА ЧИСЛА ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ, СОВЕРШЕННЫХ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ 1995-2002

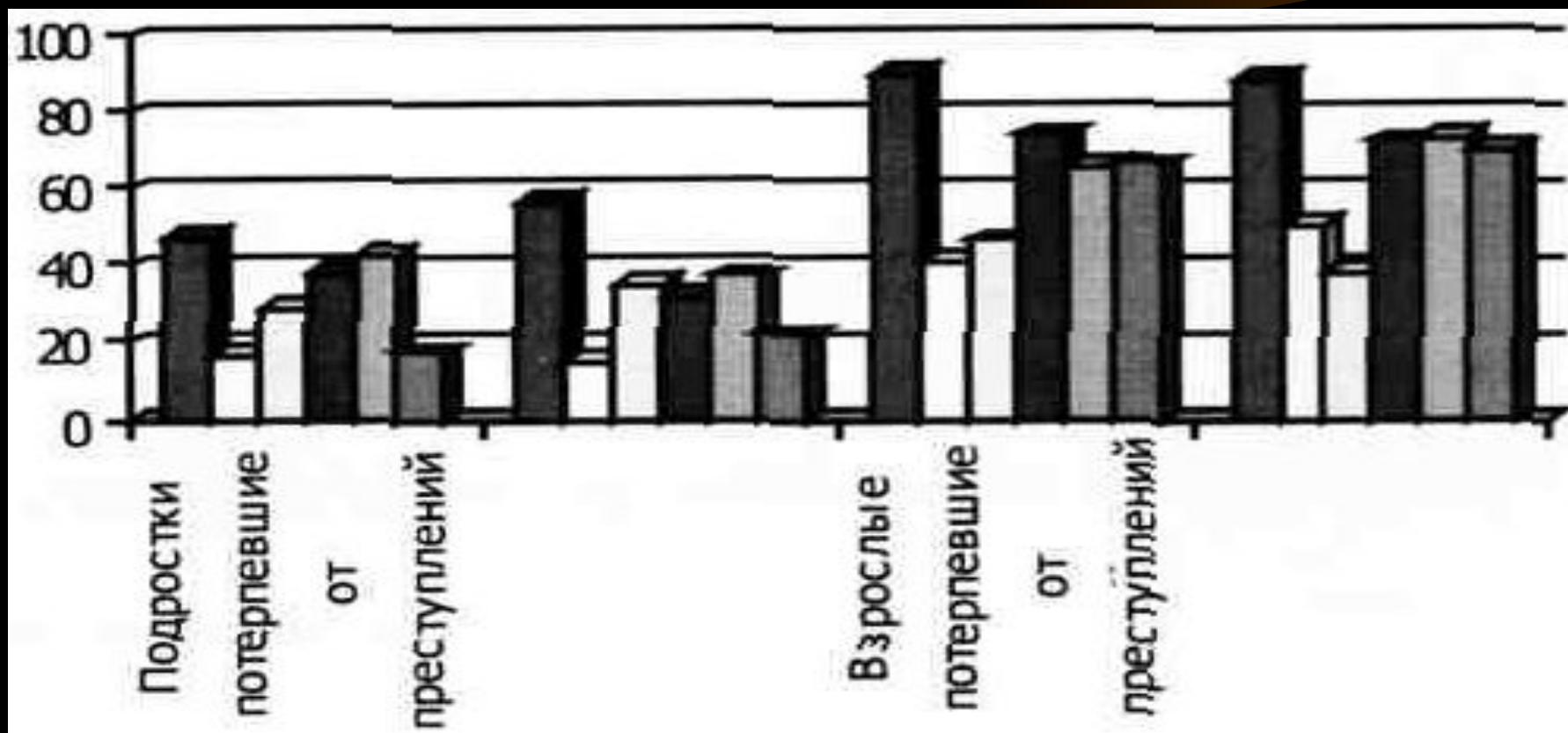
1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002



# 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.**

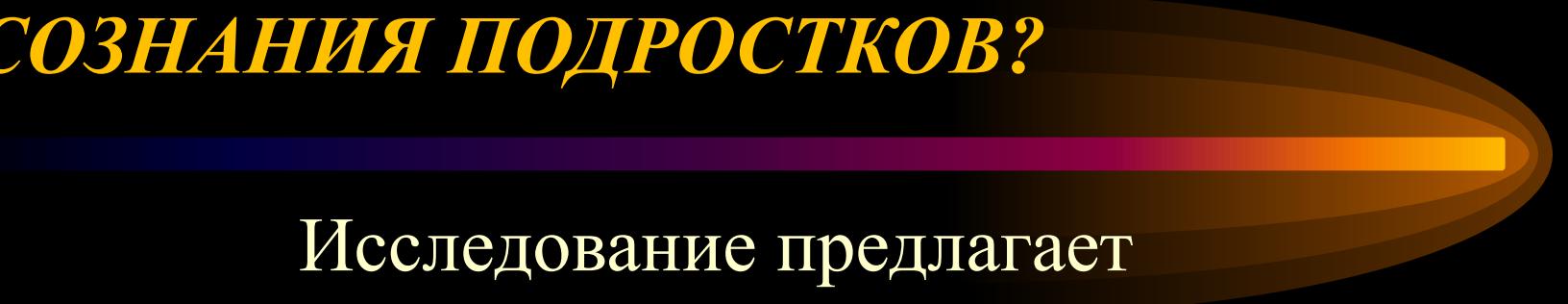
Сиди субботним утром перед телевизором и смотри себе мультики.

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.**

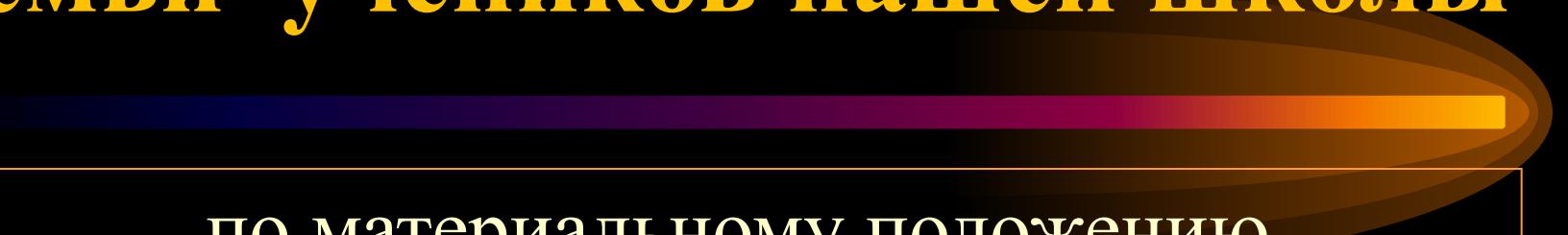
**Для супружеской пары, решившей завести одного ребенка, риск впасть в бедность составляет 77%.**

**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 человека ниже прожиточного минимума для Челябинской области)
- **со средним доходом - 14%;**
- **с высоким доходом - 8%.**

# ***РЕКЛАМА***



**Слово «реклама» — латинского происхождения (от лат. *reclamar*) 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/> Свобода средств массовой информации или властители информационного пространства в России.
  - <http://www.fsk.ru/may/obozr/index.html#1#1>

*Реклама вызывает чувства !!!*



*Работа выполнена в рамках  
изучения элективного курса*

## *«Мой выбор»*

*Над темой исследования работали*

Учащиеся 10 класса

МОУ Уйско-Чебаркульская сопш

Октябрьского района

Челябинской области

под руководством

Паначёвой Ирины Евгеньевны



**БЛАГОДАРИМ ЗА  
ВНИМАНИЕ!!!**