

A nighttime photograph of Times Square in New York City. The scene is filled with tall buildings, many of which have large, brightly lit billboards. A prominent pink rectangular box is superimposed over the center of the image, containing white text. The background shows the dense urban environment with various advertisements, including one for Pepsi on the right and a red suitcase on the left.

«Хвороби цивілізації і реклама»

7 клас

Основи здоров'я

Вчитель: Андреева Ж.В.

Дата: 01.03.2023

Клас: 7-А

Мета уроку

- визначити поняття хвороби цивілізації;
- ознайомити з принципами дії реклами і прийомами, які використовують рекламні компанії для залучення молоді до куріння та вживання алкоголю;
- продовжити формувати вміння робити висновки;
- виховувати впевненість та відповідальність за власні вчинки.

У давні часи

Люди потерпали від холоду, спеки, нападів хижих звірів.



Сучасні люди

Живуть набагато довше і незрівнянно комфортніше.



Сучасні люди

Механізми й автомати
звільнили їх від тяжкої
фізичної праці...



Сучасні люди



...за лічені години можна
дістатися
найвіддаленіших куточків
планети...

Сучасні люди

... завдяки винайденню вакцин та ефективних ліків середня тривалість життя зросла більш як удвічі.



Однак блага цивілізації спричинили появу нових загроз.

Тепер людям загрожують не лише численні техногенні небезпеки(ураження електричним струмом, ДТП...), а й малопоширені у давні часи хвороби, як ожиріння, рак, серцево-судинні захворювання й діабет...



Однак блага цивілізації спричинили появу нових загроз.

...Такі хвороби називають **хворобами цивілізації**, адже вони пов'язані передусім із «досягненнями» цивілізації – малорухливим способом життя, споживанням перероблених харчових продуктів, вживанням алкоголю, тютюну, наркотиків.

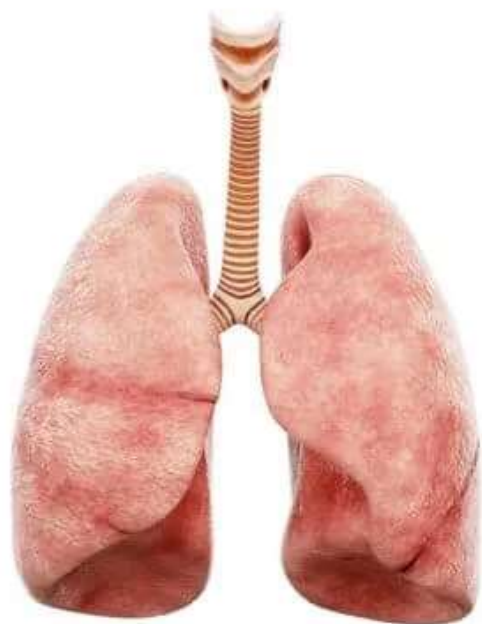
- **Ожиріння**
- **Алергія**
- **Діабет**
- **Рак**
- **Серцево-судинні захворювання...**

Куріння і рак

Курцям загрожують тяжкі захворювання серцево-судинної системи (інфаркт, інсульт), хронічні захворювання легень, виразка шлунку, злоякісні пухлини (рак легень, губи, гортані).



Куріння і рак



Non-Smoker



Smoker

Найпоширеніша форма раку – рак легень. В Україні серед померлих від раку кожен п'ятий – хворий на рак легень. 90% випадків раку легень пов'язують з курінням.

Чи знаєш ти, що...

Чи знаєш ти, що...

Один із солістів групи The Beatles Джордж Гаррісон (мал. 55) почав курити у підлітковому віці. Він ніколи не приховував своєї пристрасті до тютюну і навіть грав із сигаретою в руці. Коли в 1997 році Гаррісон дізнався свій діагноз — рак горла, він сказав: «Це сталося через куріння».

Відтоді почалася його чотирирічна боротьба з недугою. Він вирішив зробити все можливе, щоб побороти рак: кинув курити і їздив світом у пошуках найефективніших засобів лікування, витрачаючи по 25 тисяч американських доларів щодня. У своїй останній пісні, записаній за тиждень до смерті, Гаррісон закликає замислитися над наслідками куріння, від яких не рятують ні слава, ні гроші.



Мал. 55

Реклама – рушійна сила торгівлі.

Суттєву роль у виникненні хвороб цивілізації відіграє комерційна реклама харчових продуктів, сигарен, алкоголю.



Реклама – рушійна сила торгівлі.

Сучасний світ називають суспільством споживання.

Мета реклами – продати продукт і забезпечити виробникові прибуток. Для цього в рекламному бізнесі використовують спеціальні прийоми.

Екрани телевізорів,
шпальти газет і журналів,
вулична реклама рясніють
щодня пропозиціями
безлічі товарів і послуг.



Як працює реклама

Чи відомо тобі, що мавпи обожнюють вишні? Мисливці користуються цим і влаштовують для них хитрі пастки. Вони насипають стиглі вишні у скляну посудину з вузьким горлом. Помітивши улюблені ласощі, мавпа не може стриматись і засовує руку в посудину. Відтак затискує вишні в кулаці й намагається витягнути. Але кулак не проходить крізь вузьке горло посудини, а здогадатися, що його треба розтиснути, тварина не здатна. Почувши відчайдушне верещання, мисливець вибігає з укриття й хапає мавпу.



Як працює реклама

Фахівці рекламного бізнесу використовують схожі прийоми. Спочатку вони визначають цільову групу, наприклад пенсіонери, батьки або підлітки. Відтак намагаються знайти «вишні» — те, що є важливим для цих людей (для пенсіонерів — ціна, для батьків — користь для здоров'я дітей, а для підлітків — те, що вважається сучасним, модним і допомагає почуватися дорослішим).

Якщо товар корисний (як пральний порошок чи олія), рекламодавці намагаються привернути увагу до тих якостей, що вигідно вирізняють саме цю торговельну марку (ціна, ефективність, смак). Коли ж людина не має природної потреби у вживанні певного товару (наприклад, алкоголю чи тютюну), рекламодавці «тиснуть» на інші потреби, щоб вона почала вживати цей продукт і стала залежною.

Вони розраховують (і недаремно!), що молода людина спробує сигарету, звикне розважатися з пляшкою пива. Отже, вона неодмінно потрапить у пастку — нікотинову та алкогольну залежність, згодом уже не зможе «розтиснути кулак» і поповнить ряди тих, хто примножує прибутки тютюнових і алкогольних магнатів.



Рекламні стратегії тютюнових і алкогольних компаній

Виробники тютюну та алкоголю отримують величезні прибутки. Головне їхнє завдання – залучити до куріння і вживання алкоголю якнайбільше молоді замість тих, хто кинув чи вже помер.



Вони будь-якими способами намагаються довести, що людину з сигаретою супроводжує успіх.

Хитрощі комерційної реклами.

Прагнення виробника

- продати більше товару
- розширити ринок збуту
- забезпечити попит у майбутньому

а

Прагнення підлітка

- бути сучасним, модним
- мати друзів
- приймати дорослі рішення
- бути популярним
- досягти успіху

б

Зміст повідомлень

«Я (такий крутий, популярний) це люблю!»
«Ти що — інопланетянин?»
«Це для справжніх чоловіків!»
«Краще разом».
«Дівчата (хлопці) люблять таких».
«Зупини час — відчуй життя».

в



Домашнє завдання

- 1) Опрацювати § 25. (підр. Основи здоров'я. Повторне видання. 7 клас. Бех);
- 2) **ПРОЄКТ.** Уявіть, що вам доручили придумати слогани (короткі повідомлення) для розміщення на упаковках сигарет і слабоалкогольних напоїв, які спонукали б ваших однолітків відмовитися від куріння та вживання алкоголю. Для цього: придумайте 5-10 слоганів і запишіть їх у зошиті;

Зворотний зв'язок: Human, zhannaandreeva95@ukr.net