

# Влияние рекламы на ценности студенческой молодежи

Выполнил: ст. гр. СМР-201М Голышев В.С.

Научный руководитель: к.ф.н, доцент Черненко С.В.



---

# Актуальность темы исследования

На данный момент все большее количество компаний размещают свою рекламу на просторах сети Интернет. Это делается при помощи различных видов коммуникации: видео, аудио, анимированного и текстового сообщения, изображений и др. В этой связи можно утверждать, что Интернет является универсальным источником донесения информации, выигрывая тем самым у монополиста в этой сфере – телевидения.



---

**Гипотеза:** реклама занимает ключевое место в списке наиболее значимых и актуальных способов получения информации, оказывая тем самым существенное влияние на ценностные приоритеты российской молодежи.

**Объектом исследования** является реклама

**Предметом исследования** является влияние рекламы на ценности молодежной аудитории

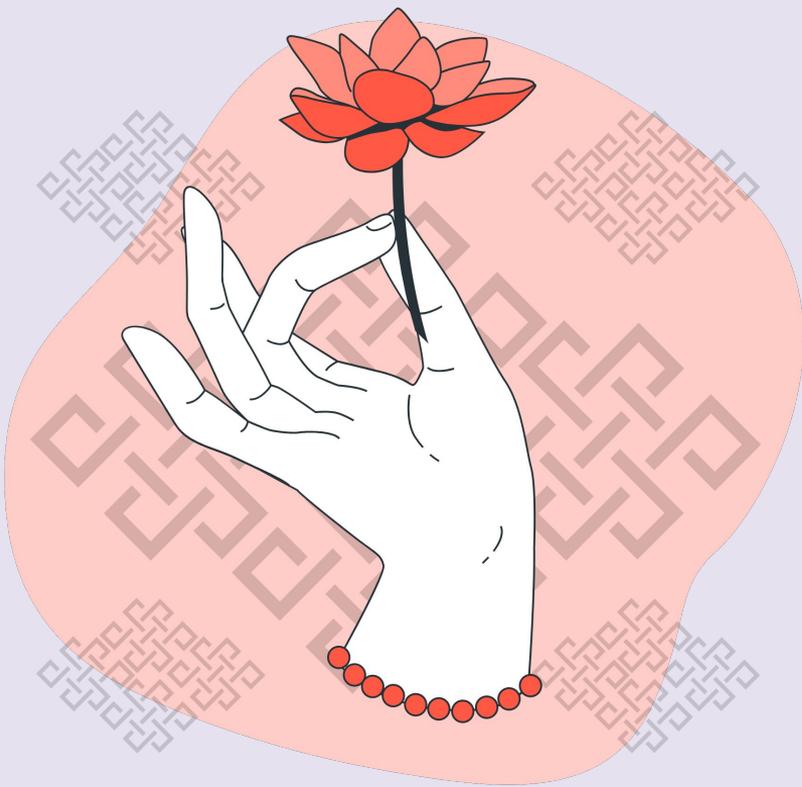


---

**Цель исследования** – изучить механизмы и способы воздействия рекламы на ценностные ориентиры молодежной аудитории.

В работе решаются следующие **исследовательские задачи**:

1. Анализ ценностных ориентиров российской молодежи как в социологическом, так и в философском дискурсе
  2. Изучение рекламы как инструмента воздействия на ценностные приоритеты российской молодежи
  3. Разработка и проведение эмпирического исследования
  4. Составление практических рекомендаций по рассмотренной проблеме.
- 



# Ценности

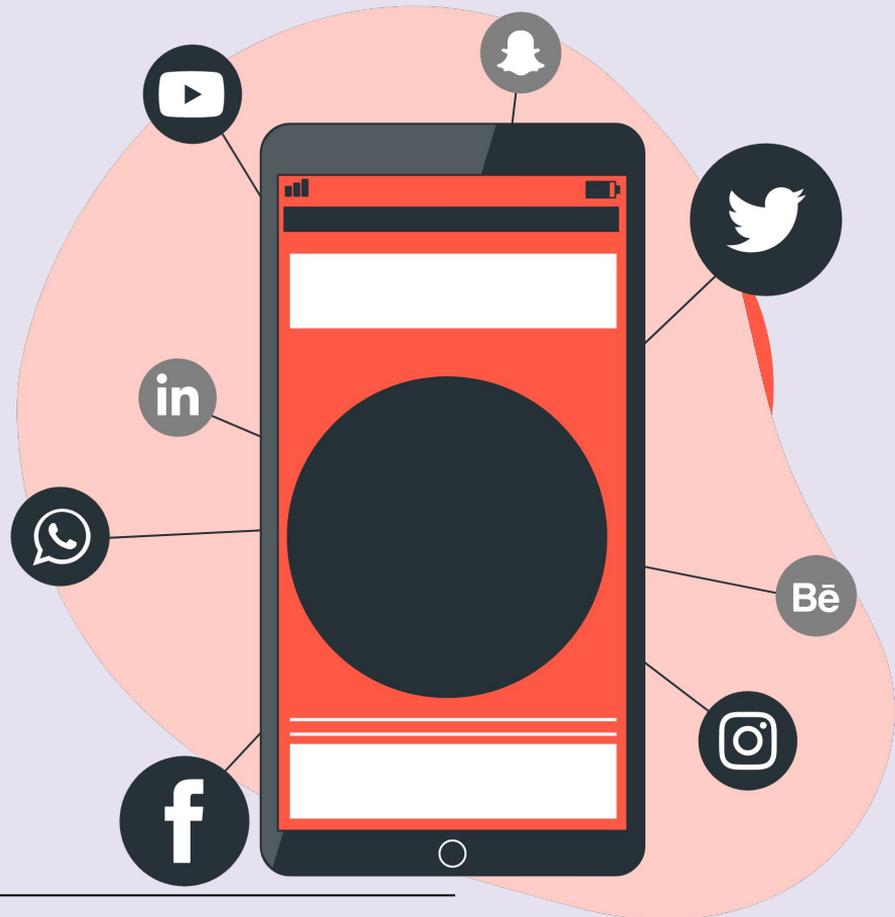
это форма проявления человеком личностных предпочтений по отношению к тому или иному благу (процессу, явлению), на основании которого происходит регулирование процессов взаимоотношений человека с окружающим миром; выбор о правильности и целесообразности его дальнейших действий.



# Реклама

«...информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке»

— Федеральный закон «О рекламе»  
№38-ФЗ от 13.03.2006



# Реклама в системе маркетинга



## Продвижение



Фокусирование внимания  
на товарах и услугах

## Информирование



Сведения о свойствах  
товара и услуги

## Стимулирование



Ответная реакция  
потребителей

# Современный потребитель

## Одинок

Отсутствие концентрации на себе и окружающих

## Отсутствие уникальности

Поведение определяется массами

## «Похож» на свой бренд

Выбирает продукцию той компании, которая отражает его ценности

## Пользуется Интернетом

Покупки при помощи e-commerce



# Характеристика российской студенческой молодежи



Молодежь — это поколение людей, которые проходят стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции.

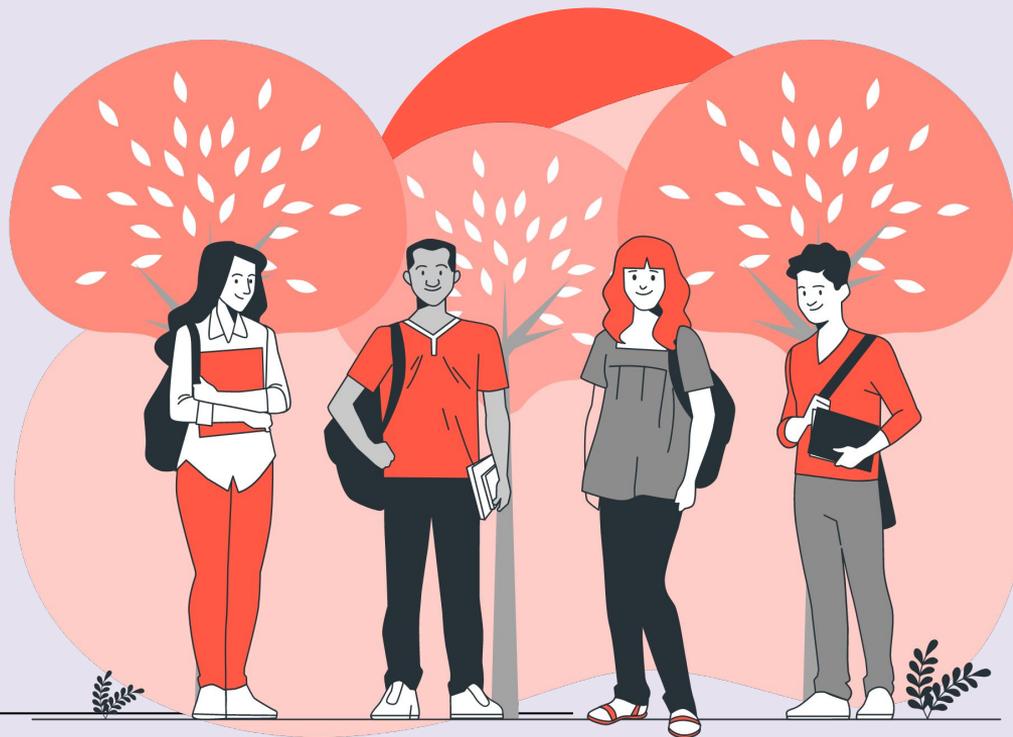
ВЦ  
2019  
ИО  
М

Для россиян молодежь по-прежнему является наиболее общительной (67% в 2019 г. и 72% в 2014 г.) и ориентированной на материальные ценности частью населения страны (82% в 2019 г. и 75% в 2014 г.).

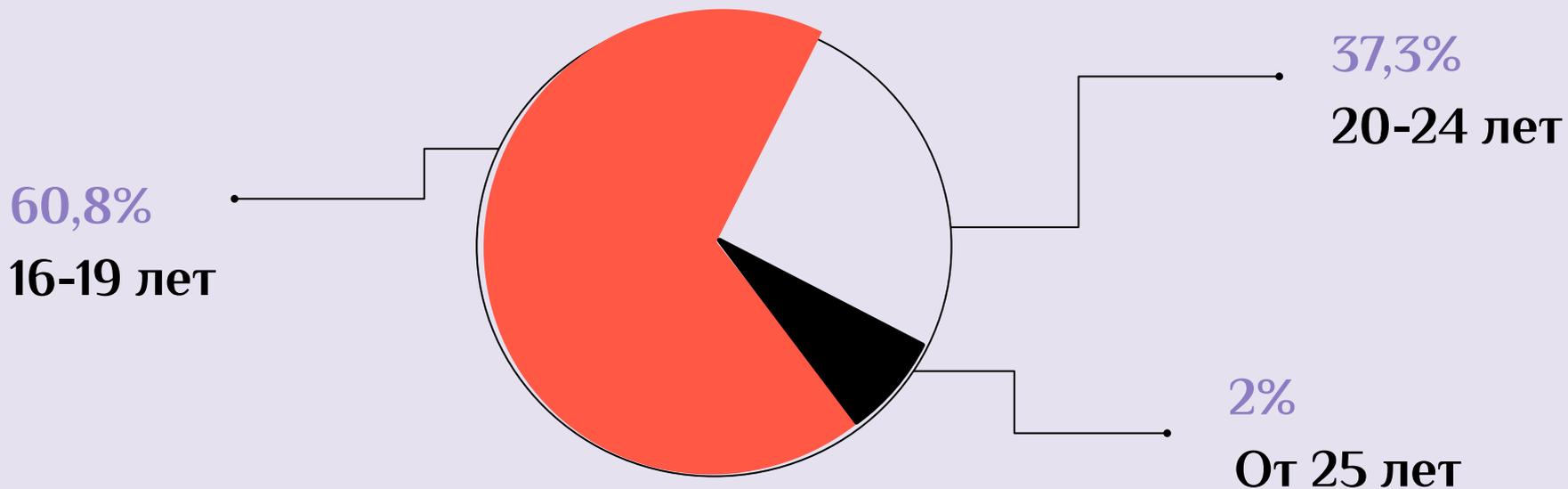


# В 2022

Основными приоритетами студенческих лет граждане России считают хорошую учебу в ВУЗе (45% - 2022 г., 59% – 2010 г.), установление контактов с потенциальными работодателями (36% – 2022 г., 34% - 2010 г.), а также формирование навыков самостоятельной жизни и взрослого поведения (45% – группа 25-34 года).



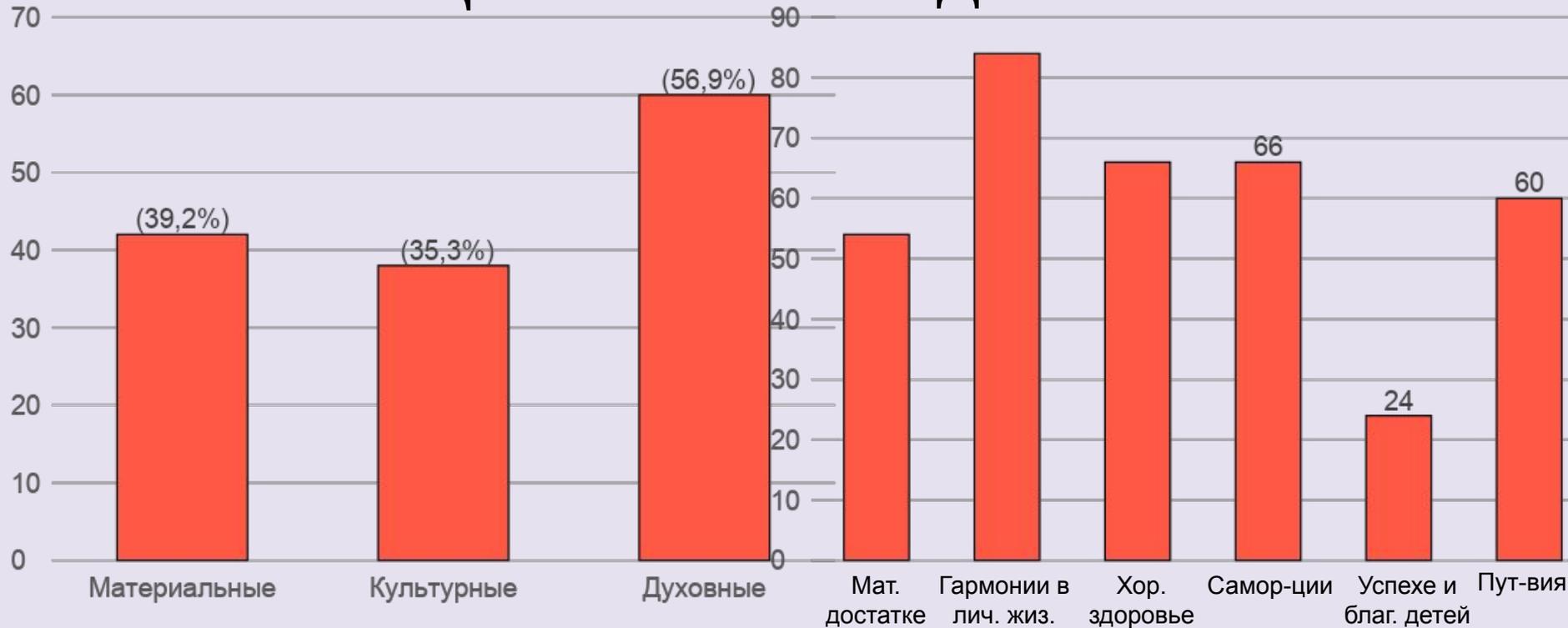
# Возраст респондентов



В анкетировании приняли участия 104 человека, разделившиеся на три возрастных группы: 16-19 лет, 20-24 лет и от 25 и выше. Респондентами являлись студенты Московского Городского Университета. Анкета состояла из 28 вопросов разных типов (открытых, закрытых, полуоткрытых).

---

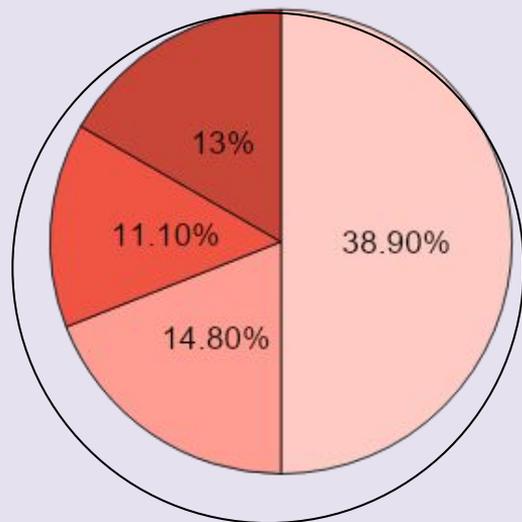
# Ценности молодежи



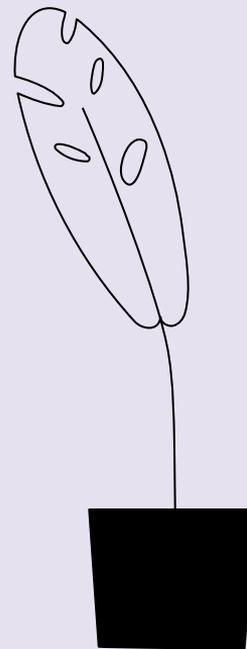
**Какую группу ценностей Вы считаете ключевыми в жизни человека?**

**По Вашему мнению, успех в жизни заключается в...**

# Какие ценности вредят современному обществу?



- Имитация стиля жизни
- Идеализация родителей
- Жизнь ради удовольствия
- Личный комфорт

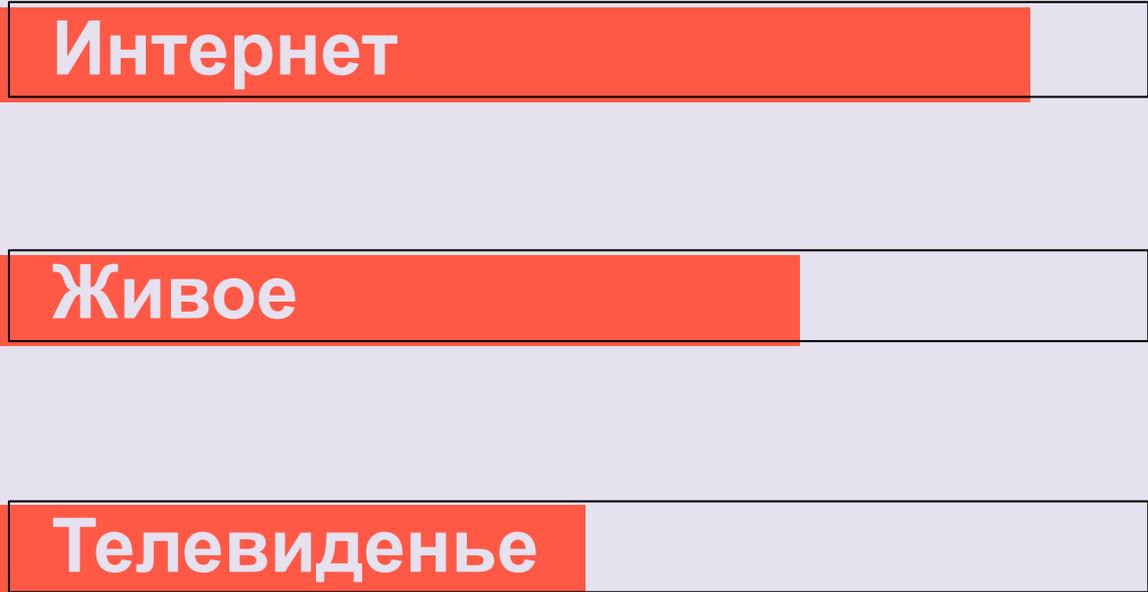


---

## Основной источник информации:

92,9%

Интернет



57,4%

Живое

13,6%

Телевиденье

# Влияние интернет-рекламы

54,9%



Интернет-реклама оказывает влияние на Ваше потребительское поведение?

70%



При этом, реклама влияет на формирование Ваших духовных ценностей?

# Каким образом реклама влияет на Ваши личные ценности?

Реклама лишает индивидуальности

47,2%

Реклама вводит в заблуждение

45,3%

Реклама диктует стиль жизни

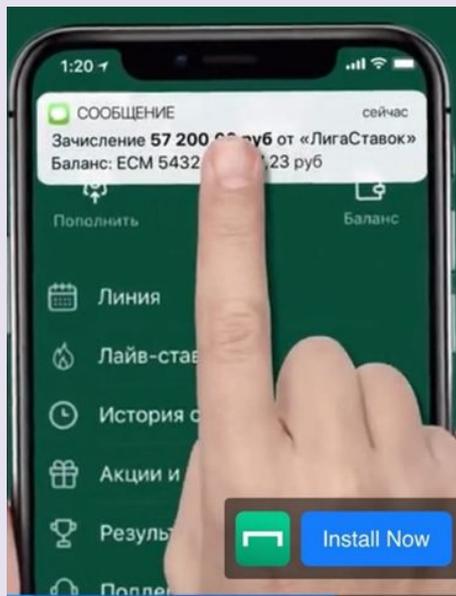
34%



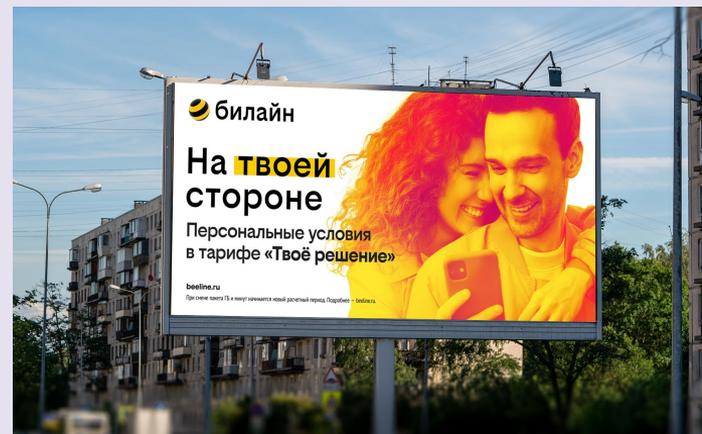
# Практические рекомендации:



1) «Социально-гуманистический маркетинг»



3) Запрет рекламы букмекерских контор, не содержащих спортивную или азартную тематику



2) «Очеловеченная» реклама

---

**Благодарю за внимание!**

