

Проект на тему

«Культ потребления в современном мире»

Подготовила
ученица 10 класса
Сердцева Есения,
руководитель проекта
Семена Маргарита
Владимировна,
педагог-психолог

Цель – рассмотреть проблему неправильного восприятия и потребления.

Задачи:

- установить, откуда пошли неактуальные для нынешнего времени привычки и устои;
- разобраться в том, как влияет неосознанное отношение к вещам и информации на развитие общества;
- рассмотреть экологические проблемы, появляющиеся из-за потребительского общества, и их решение;
- узнать о такой практике, как минимализм;
- разработать вопросы анкеты и провести ее;
- проанализировать полученные результаты и сформулировать вывод.

Дефицитное прошлое

~Товарный дефицит – явление, присущее советской плановой экономике. Под этим термином подразумевается постоянный недостаток товаров на рынках страны.

~«Не выбрасывай – потом пригодится», «пока не доешь – не выйдешь из-за стола», «ешь – потом такого не будет» - мы все не раз слышали эти фразы, но имеют ли они место в нашем веке? Безусловно, нет.



Бренды и реклама

~Продукция создаётся огромными партиями, используются более вредные дешёвые материалы: товар теряет свою ценность.

~Богатство ассоциируется с надписью «Louis Vuitton» на дамской сумочке и парфюмом «Chanel» в круглом флаконе, но в самом ли деле обязательно наличие этих вещей для материально богатого человека?

~Дорогие бренды на подсознательном уровне мы сравниваем с богатством и счастьем благодаря рекламе.



Интернет и гаджеты

~Человек ежедневно проводит в своём смартфоне более пяти часов. За сутки мы проверяем наши телефоны просто так более 85 раз.

~Номофобия — страх остаться без мобильного телефона или вдалеке от него.

~«Человек есть то, что он потребляет в плане информации»



Пищевая индустрия

~Появление и продвижение качественной полезной продукции стало путём к осознанности, любви и уважительному отношению к своему телу, а самое главное – сделало это всё доступным.

~До сих пор остаётся немалое количество людей, которые экономят на себе и своём здоровье, покупая продукты с плохим составом и относительно низкой ценой.

Принцип трёх R

reduce, reuse, recycle

(сокращать, повторно использовать и переработать)



Минимализм

~Минимализм не пропагандирует отсутствие вещей, которые нужны вам, не говорит о том, что вы не должны покупать что-то новое. Он призывает к балансу между избытком и недостатком вещей вокруг вас.



Какие покупки вы осуществляете?	Продукты питания 5 чел. – 10%	Продукты питания, одежда 10 чел. – 20%	Продукты питания, одежда, гаджеты, домашняя утварь 35 чел. – 70%
Придерживаются ли в вашей семье понятий: «Не выбрасывай – потом пригодится», «ешь – потом такого не будет»	Да 31 чел. – 62%	–	Нет 19 чел. – 38%
Какие товары вы покупаете?	Только известных марок, брендовые 2 чел. – 4%	Любые, на свой вкус, не смотрю на бренд 42 чел. – 84%	Какой нравится 6 чел. – 12%
По какому принципу вы зачастую осуществляете покупку или выбор товара?	Дорого и качественно 19 чел. – 38%	«дёшево и сердито» 11 чел. – 22%	По-разному 20 чел. – 40%

<p>На что вы опираетесь при выборе товара?</p>	<p>На рекламу 5 чел. – 10%</p>	<p>Отзывы и рекомендации 19 чел. – 38%</p>	<p>На своё личное мнение, самостоятельно изучаю товар 26 чел. – 52%</p>
<p>Давайте заглянем в ваш телефон:</p>	<p>Нужен по работе/учебе, для поиска информации, а соц. сети использую по минимуму 16 чел. – 32%</p>	<p>Пользуюсь всеми возможностями гаджета, НО слежу за его «чистотой» (например, чищу историю браузера, чищу галерею, группы в соц. сетях, отписываюсь от ненужных рассылок, групп, людей) 22 чел. – 44%</p>	<p>Не слежу за «чистотой» телефона, мне всё интересно, боюсь упустить что-то важное 12 чел. – 24%</p>

Заключение

Как можно заметить, культ потребления — это не просто некая абстракция, не какое-то ворчание нищих: это штука, тормозящая развитие всей человеческой цивилизации. Моральные ценности общества потребления отрицают необходимость всестороннего умственного, нравственного и духовного развития человека.

Я надеюсь, что вы восприняли мою работу не как обычный школьный проект, а как серьёзную глобальную проблему, которая может привести нас к необратимым последствиям, если не начать предпринимать какие-либо действия уже сейчас.

