

**Всероссийский конкурс исследовательских и проектных работ школьников
«Высший пилотаж»**

Исследовательская работа (учебное исследование) на тему:
«Пакеты в сознании современных россиян»

Выполнили: ученицы 6 «Г», 7 «Г» классов
МБОУ СОШ №47 г. Пензы
Чеботаева Анна Дмитриевна
Давкина Анна Николаевна
Жулина Елизавета Денисовна

Научный руководитель:
учитель истории и обществознания
МБОУ СОШ №47 г. Пензы
Акимцев Дмитрий Анатольевич

Пенза, 2026

Содержание

Введение	3
Определение понятий, которые используются в исследовании	4
История появления и использования пакетов в нашей стране	4
Пакеты в современной жизни	5
Заключение.....	7
Список использованных источников и литературы.....	7
Приложения	

Введение

Пластиковые пакеты стали неотъемлемым атрибутом нашей жизни, они стали настолько обычным явлением, что мы и не задумываемся, какую историю прошли эти, на первый взгляд, элементарные изобретения. Проблемы с тарой были очень актуальными у наших предков. Особенно тогда, когда промышленность была еще не развита. Например, в советско-японском фильме Акиры Куросавы «Дерсу Узала», когда таежный житель видит, как солдаты стреляют в стеклянную бутылку ради развлечения, начинает негодовать. Понятно почему, главный герой кинофильма сам говорит, что в тайге бутылку нигде не найдешь, а вещь полезная. Примерно такое же восприятие вызывали целлофановые и пластиковые пакеты у наших бабушек и дедушек. С чем это связано, почему так было и как проблемы прошлого, а также память о них сохранились в нашем сознании мы попытаемся ответить в этой работе.

Актуальность данного исследования связана с тем, что экологические проблемы, связанные с безответственным использованием пластиковых пакетов, никуда не исчезли. Также такое исследование поможет нам лучше узнать себя и определить, нужны ли нам те стереотипы, которые пришли к нам из прошлого наших предков.

Гипотеза исследования – расточительное использование пластиковых пакетов в настоящем – это следствие стереотипов поведения, которые сформировались в Советском Союзе.

Сразу нужно отметить, что мы ни в коем случае не собираемся отрицательно оценивать наше прошлое или наших предков. В любую эпоху есть свои достижения, но есть и свои проблемы, которые формируют в людях страх, тревогу, лишнюю осторожность. Как сказал Луначарский, нужно передавать следующим поколениям все лучшее, а предрассудки оставлять в прошлом. Вот мы и хотим разобраться с одним стереотипом, который можно назвать предрассудком.

Объект работы – сознание современных россиян.

Предмет работы – восприятие пакетов в сознании современных россиян.

Цель исследования – изучить проблему восприятия пластиковых пакетов современными россиянами.

Задачи:

1. Дать определения научным понятиям, с помощью которых проводилось данное исследование.
2. Изучить историю появления пластиковых и целлофановых пакетов в нашем обществе.
3. Определить, как в истории менялись функции пластиковых пакетов.
4. Провести социологическое исследование «Пакеты в современном мире», чтобы определить их функции в современном мире.
5. Определить стереотипы поведения современных россиян в отношении пакетов, которые бессознательно взяты из прошлого, но в настоящий момент нет необходимости так себя вести.

Методы исследования: социологический опрос, анализ литературы по проблеме, изучение современных шуток.

Изучить шутки нам необходимо для того, чтобы определить, как относится молодое поколение к поведению старшего поколения. КВН – движение студенчества, молодежь там остроумно шутит про абсурды нашей современности. Несколько шуток подряд про пакеты нас и заставили задуматься о проблеме, которой посвящено это исследование. Мы изучили эти шутки детально, чтобы понять, на какую проблему хотели обратить внимание авторы.

Новизна исследования состоит в том, что отношение к пакетам и их восприятие никем еще не изучались.

Практическая значимость работы заключается в том, что ее результаты можно будет использовать классному и школьному самоуправлению при проведении мероприятий для младших школьников по экологии, общественным отношениям.

Определение понятий, которые используются в исследовании

В своей работе мы используем следующие понятия: стереотип, общество, сознание, пластиковый пакет, целлофановый пакет.

Стереотип – это устойчивый, обычно упрощённый образ того или иного объекта (индивида, группы, события, факта и т. п.), определяющий отношение к этому объекту [1].

Общество – это различные формы совместной жизнедеятельности индивидов, объединённых общими условиями существования, интересами, нормами, ценностями, стремлениями, представлениями о мире и единой идентичностью [1].

Аналогичное определение дается в учебнике «Обществознание» Боголюбова. Общество в широком смысле – это обособившаяся от природы, но тесно с ней связанная часть материального мира, которая включает в себя все формы и способы взаимодействия людей и их объединений [2].

Сознание – это картина мира, в которую включён сам человек, его действия и состояния (определение ученого-психолога А.Н. Леонтьева).

Пластиковые пакеты – это вид упаковки для товара, материала, вещей или продуктов питания, изготовленный из пластика, то есть полимера.

Целлофановый пакет – это вид упаковки, представляющий собой прозрачный, прочный, влагонепроницаемый мешочек, изготовленный из целлюлозной пленки.

Таким образом, мы исследуем, как общество (именно большая часть социума, а не отдельный человек) воспринимают пакеты, то есть, что представляют пакеты для современных жителей страны, как они воспринимают их в своем сознании. Относятся ли они к ним осмысленно, хорошо подумав, зачем им этот продукт промышленности или есть в поведении наших современников стереотип в отношении пакетов, то есть такое поведение, которое предложено другими и которое не обдумывается.

История появления и использования пакетов в нашей стране

В период существования Советского Союза, когда были молодыми наши бабушки и дедушки, пакет являлся дефицитом (товаром, который доставался с большим трудом, потому что его было мало). Для переноса и хранения продуктов использовались приспособления, которые назывались авоськами или сетками. Все мы видели эту вещь в фильме «Бриллиантовая рука», именно с ней Семен Семенович Горбунков пошел за хлебом, а во время инструктажа милицией перед заданием, попытался положить туда пистолет. Советская промышленность не производила пластиковых пакетов. С одной стороны, это не вредит экологии, а с другой население ценило больше хорошо знакомые нам сейчас целлофановые и пластиковые пакеты, которые в Советский Союз попадали из-за границы. Их многократно использовали, а, чтобы увеличить число использований, даже стирали. Возможные причины такого поведения:

1. Большая функциональность. Известны истории из советского прошлого, когда в пакетах переносили даже жидкости, также с помощью пакетов можно фасовать продукты, удобнее их хранить.

2. Статус. Пакет из-за границы свидетельствовал о том, что ты не последний человек, или общаешься с нужными людьми, или сам обладаешь возможностями доставать дефицитные товары.

В 1990-е гг., когда российская экономика стала рыночной, пакеты стали выполнять еще третью функцию – рекламную. С помощью пакетов производители и продавцы распространяли информацию о своих товарах.

Проводя свое социологическое исследование, мы задавали вопрос участникам: «Называли ли Ваши бабушки и дедушки» обычный пластиковый пакет сеткой?» Ответ был положительным, 60% опрошенных, 20 из которых школьники, вспомнили такие казусы в своем быту. Тут можно отметить значимую особенность в сознании старшего поколения. Часто большая часть общества не вникала в суть названий и предметов, поэтому необдуманно переносила уже устаревшие названия на новые предметы. Так все CD проигрыватели продолжали оставаться магнитофонами, все угловые шлифовальные машины болгарками, а пластиковые пакеты остались сетками. Сейчас так уже практически не говорят, даже 40 % опрошенных (сюда относятся возрастные категории 12-20 лет) не вспомнили таких случаев.

Таким образом, история появления и применения пакетов в нашем государстве очень интересная и большая, чтобы ее полностью изучить, нужно проводить отдельное историческое исследование. Но мы, изучив самое главное, нашли ту информацию, которая поможет определить причины большого потребления пластиковых пакетов в наши дни. Это советский дефицит, те, кто застал это время, продолжают бессознательно брать все с запасом. Другая историческая причина – это экономические проблемы 1990-х годов, в это время экономика не могла прокормить население, поэтому любой товар ценился на вес золота. И опять все брали с запасом. Вот они травмы прошлого, которые сформировали осторожное отношение к любым продуктам промышленности, если есть возможность что-то получить бесплатно, то люди от этого не отказываются. Даже люди, которые не застали те сложные периоды, переняли у своих родителей эти стереотипы поведения. Но опасаясь за свое экономическое благополучие, люди забыли про экологию. Сейчас было бы разумно вернуться к долговечным советским «сеткам».

Современные стереотипы поведения в отношении пакетов

В ходе нашей работы было проведено социологическое исследование, текст (опросник) которого можно увидеть в приложении №1, для того, чтобы узнать, как и зачем используют пакеты.

О том, что в современном мире происходит какой-то парадокс с пакетами, мы задумались, когда произошло интересное изменение на маркетплейсах. Примерно два года назад маркетплейсы перестали выдавать бесплатные пакеты, они стали платными, об этом в приложениях и в ПВЗ были оповещения, которые сопровождались надписями: «Пластиковый пакет можно использовать многократно». Была ли это попытка сэкономить или положительно повлиять на экологию не понятно. Но в свой опрос мы добавили вопрос: «Ждете ли Вы бесплатного пакета от маркетплейса больше, чем товара, который заказали?» Этот вопрос мы добавили, чтобы понять, почему же сейчас маркетплейсы опять вернули бесплатные пакеты? Не может же отсутствие бесплатного пакета снизить число покупателей? Исчерпывающего ответа

мы не получили, именно на этот вопрос участники исследования затруднились ответить. Но, возможно, тут есть какой-то новый стереотип поведения.

Остальные вопросы социологического тестирования помогли нам узнать какие функции выполняют пакеты в современном российском обществе:

1. Перенос товаров, предметов.
2. Вынос мусора.
3. Ощущение спокойствия.

Последняя функция кажется на первый взгляд странной. Как пакеты могут сделать человека спокойным? Но большинство взрослых людей (возрастные категории от 30 до 50 лет), принявших участие в нашем социологическом опросе, отвечая на такие вопрос «Зачем Вам дома пакет с пакетами», выбирала третий вариант: «Необходимости нет в пакете с пакетами, но привычка, не выбрасывать их, осталась». Также наш опрос показал, что люди, имеющие в быту пакет с пакетами, не берут оттуда тару для похода в магазин, а изредка выносят в них мусор, когда забывают купить специальные мешки. Все это говорит о том, что привычка брать бесплатные пакеты там, где возможно, является стереотипом. По всей видимости, современные россияне продолжают брать все бесплатное с запасом, не задумываясь, нужно ли это.

Нужно отметить еще несколько функций пакетов в современном обществе. Это все также реклама. Человек может заблокировать всю рекламу в интернете с помощью подписок, а телевизор не смотреть, но, когда он будет забирать товар на ozon и возьмет бесплатный пакет, обязательно узнает про кредитную ozon карту с бесплатным обслуживанием, возможно, поэтому маркетплейсы и вернули бесплатные пакеты в свою работу.

Еще одна функция – это создание ложного статуса. Современные юмористы и такие известные, как Азамат Мусагалиев, и начинающие КВНщики часто шутят про пакеты из ЦУМа. В последнем сезоне КВН прозвучала такая шутка: «Московский ЦУМ – это самый дорогой магазин пакетов». В чем же суть такого юмора? Все очень просто, современная молодежь иногда стремится создать ложное представление о своей жизни. Часто молодые люди, которые не выбирают учебу и работу в качестве способа состояться, а ищут легкие пути реализации через интернет (становятся блоггерами и т.п.) начинают создавать иллюзию своего успеха через постановочные фотографии с пакетами дорогих брендов. Вот так создают себе искусственный статус несознательные представители молодежи. Это явление отрицательное, но оно есть и его также нужно изучать, чтобы найти способы решения этой проблеме. Нужно стремиться к тому, чтобы вся молодежь занималась общественно значимыми делами, а не ерундой, растрачивая последние деньги на дорогие пакеты и время на ложь.

Последний результат нашего исследования, который нужно отметить – это массовое заблуждение относительно пластиковых пакетов. Большинство опрошенных считает, что бумажные пакеты меньше вредят экологии, чем пластиковые. Но тут ошибка, люди не думают про детали, убежденные в том, что пластик не разлагается это плохо, а бумага органична для природы. Но для изготовления бумажных пакетов используют дерево, а вырубка лесов приводит тоже к большим отрицательным последствиям для экологии. Тут больше плюсов у пластикового пакета, если пользоваться ими правильно и разумно, ограничить их количество и пользоваться по несколько раз, а потом правильно утилизировать. Тут мы видим еще одну особенность сознания современного человека, он пользуется только той информацией, которая ему известна, считая, что если она популярная, то точно правильная, а сомневаться люди не привыкли. В таком случае их легко обмануть, если они не начнут стараться обдумывать информацию, а не просто ей верить.

Заключение

Подводя итог, нужно сделать выводы о том, что исследование отношения людей к такому предмету быта как пакет, который на первый взгляд кажется неважной мелочью, можно определить особенности поведения и мышления современного общества.

Так нам удалось узнать, что расточительное использование пакетов сегодня – это следствие страха, упустить что-то нужно для хозяйства, который появился в Советском Союзе из-за дефицита товаров. Такое поведение у современных россиян является стереотипом, мы не думаем, зачем нам много пакетов, мы просто берем их на всякий случай, потому что так делали наши предки, жившие в Советском Союзе.

Предприниматели, крупные компании, маркетплейсы, дорогие бренды используют пакеты для рекламы своей продукции. Часто они пользуются стереотипом нашего сознания, предлагая пакеты бесплатно. Такое действие, которое воспринимается как приятный бонус, усиливает внимание к товарам и услугам бизнесменов.

Еще одна особенность сознания современного человека, которую тоже можно назвать стереотипом – это отсутствие стремления проверить популярную информацию. Этим также часто пользуются маркетологи.

Таким образом, цель работы была достигнута, а гипотеза доказана. Поведение современных россиян в отношении пакетов является стереотипным, целый ряд стереотипов закреплен в сознании. С ними можно бороться, нужно развиваться интеллектуально, больше читать, думать и сомневаться.

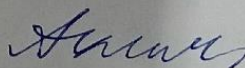
Список использованных источников и литературы

1. Большая российская энциклопедия.
2. Обществознание: учеб. для учащихся 11 кл. общеобразоват. учреждений: [Л. Н. Боголюбов, Н. И. Городецкая, А. И. Матвеев и др.]; под ред. Л. Н. Боголюбова [и др.]. — М.: Просвещение, 2006 — 349 с.
3. Результаты социологического опроса.

Рецензия на работу «Пакеты в сознании современного населения России»

Работа обучающихся Анны Чеботаевой, Анны Давкиной и Елизаветы Жулиной является метапредметным исследованием, которое направлено на анализ одной из наиболее актуальных социальных проблем современности – расточительное использование пластиковых пакетов. Ученицы в ходе своего исследования приходят к выводу, что ключевая причина нерационального использования пакетов – это социальный стереотип, который сложился исторически. Данное исследование является многогранным. Авторы работы определяют значение всех понятий, которые используют в работе, изучают историю появления и использования пакетов в нашей стране, выявляют их современные функции и проводят социологическое исследование с целью обнаружения социальных стереотипов, которые являются причиной расточительного использования пластиковых пакетов. Авторами делается вывод, что пластиковые пакеты в сознании современного населения России отражаются особым образом. Многогранность является сильной стороной исследования и ее отличительной чертой. Несмотря на сложность работы, Анна Чеботаева, Анна Давкина и Елизавета Жулина достигли цель исследования и доказали гипотезу. Результаты работы являются ценными, присутствует необходимость их представления на НПК школьников.

Научный руководитель



Акимцев Д.А., учитель
истории и обществознания
МБОУ СОШ №47 г. Пензы