

ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ЕГО СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Общество потребления – это совокупность общественных отношений, в которых ключевое место играет индивидуальное потребление, опосредованное рынком. Потреблению способствовал научно-технический прогресс и следующее за ним развитие капитализма. Количество производимых товаров неуклонно росло и продолжает расти. Как отмечал Жан Бодрийяр, это приводит к тому, что в сформировавшейся системе отношений возрастает роль человека как потребителя.

Одной из особенностей общества потребления является возросшее значение имиджа. Растет стремление людей приобретать товары не ради использования по назначению, а ради того, чтобы показать свою значимость. Идентичность формируется путем перманентного потребления и обновления автомобилей, гардероба, гаджетов, впечатлений и острых ощущений. Идентичность консюмера связана с потреблением.

Таким образом, общество потребления порождает индивидуализм. С одной стороны, человек хочет показать свой статус, скупая новые вещи. С другой стороны, человек стремится стать похожим на других, покупая известные, брендовые вещи. Возникает феномен ложной индивидуальности. Консюмер стремится выделиться, однако индивидуальность самопрезентации приближает его к стадности. Индивидуализм проявляется как в покупке вещей, так и в заботе о своём теле. Акцент ставится на редуccionистской, гедонистической модели здоровья, которая ограничивается хорошим самочувствием и хорошей внешней представленностью.

Душевное здоровье и интеллектуальное развитие не являются объектами трендов, и, как следствие, не человек все реже уделяет внимание этим аспектам развития своей личности.

В создании желанного образа, в следовании ценностям консюмеризма человеку помогают реклама и мода. Реклама является неотъемлемой частью как современного общества в целом, так и общества потребления в частности. Сейчас она является не только способом выгодно продать товар.

В современном мире реклама приобрела роль агента потребительской социализации. Она направляет человека в выборе товара, повышающего как комфорт человека, так и его престиж. Однако осо-

бенность этих товаров в их недолговечности, способствующей постоянному обновлению вещей.

Современные производители стали делать товары, созданные для демонстрации, нежели для повседневного использования. Мода меняется вместе со сменой сезонов, поэтому потребителю придется постоянно обновлять свой гардероб, руководствуясь не только климатическими и погодными условиями, но и трендами.

В современном мире общество потребления оказывает существенное влияние на все сферы жизни общества. В искусстве это проявляется в первую очередь в излишнем использовании определенных жанров, и, в свою очередь, в упадке других. Большинство произведений искусства становятся копией самих себя. Если обратить внимание на образование, то мы увидим, что люди получают образование не ради знаний, а для направления на прибыльную работу. Всё чаще в местах получения среднего и высшего образования всё решает денежное состояние.

Прибыль не единственная цель поступления в ВУЗы. Имидж не менее важен, ведь поступление и обучение на престижных факультетах способствует самопрезентации. Это свидетельствует о том, что в современном мире образование и искусство стали услугой, которая требует денег и предлагает деньги, имидж, различные выгоды в настоящем и будущем. То есть фокусирует внимание на ресурсе, которое необходимо для потребления.

Потребление – это процесс, без которого невозможно человеческое существование. Однако избыточное потребление – это проблема. И последствием существования этой проблемы является духовное обеднение человека и истощение ресурсов планеты. Чтобы её решить, потребление нужно преобразовать. Способами такого преобразования может быть включение в цену товара экологической составляющей, продвижение товаров, направленных на интеллектуальное развитие и т.д. Сделать шаги к решению этой проблемы должно и общество, и государство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Наше потребительское настоящее: монография / А. Н. Ильин. – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2016.-332 с.

2. Ильин А.Н. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность. / Ильин А.Н. // Мир России. Социология. Этнология. – 2005. -№5. –С.3-40.