

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

Ценностный смысл общества символического потребления

Ким Мария Андреевна

Аспирант

Саратовский государственный университет им. Чернышевского, Факультет философии и культурологии, Саратов, Россия

E-mail: masya_k@inbox.ru

В современном мире желание вдумываться в окружающую человека действительность возникает все реже и реже. Осмысление изменяющейся реальности становится уделом меньшинства, которое пытается найти определенные смыслы в жизни, где огромное значение приобретают компьютерные технологии и широкое распространение масс-медиа. И теперь, когда развитие техники стало определяющим фактором развития современного человека, главной характеристикой существования индивида стало пренебрежение ценностями. А если выразиться точнее, то это можно назвать новым отношением к ценностям. Человеческие ценности растворяются в симулякрах, то есть подделках, символических объектах—вещах. Жан Бодрийяр пытается выяснить, как эти подделки возникли и по какому принципу они существуют.

Симулякры как символы реальных вещей несут в себе иную функциональную нагрузку, нежели сами вещи. Они формируют искусственные потребности, которые программируют не только мотивацию человеческих действий, но и новую шкалу ценностей. Искусственные потребности в свою очередь имеют символическую природу, которая проявляется в потреблении знаков, а не вещей как таковых. И если еще недавно мы говорили об обществе потребления с некоторой опаской для человеческого существования, то теперь необходимо бить тревогу из-за появления и широкого распространения общества символического потребления.

Общество символического потребления возникло как общество индустриально развитых стран, и характеризуется:

1. Массовым потреблением товаров и услуг
2. Формированием соответствующей системы ценностей.

Так как общество символического потребления осуществляет манипулирование культурными кодами, инициирующее массовое потребление, оно тем самым становится основным содержанием культурных ценностей современного человека. Символическое потребление не возникло внезапно, оно было трансформировано из потребления в собственном смысле. Здесь, отсылая к Ж. Бодрийяру, можно говорить «об обмене реальными вещами»[1,37]. Говоря применительно к концепции «трех порядков» Ж.Бодрийяра, можно соотнести теорию «эволюции симулякров» с трансформацией потребления из реального в символическое потребление. «Симулякр первого порядка действует на основе естественного закона ценности, симулякр второго порядка — на основе рыночного закона стоимости, симулякр третьего порядка — на основе структурного закона ценности»[2,48].

Потребление, по мысли Бодрийяра, - это современный феномен, определяющий признак так называемого общества изобилия. В таком обществе использование вещей не исчерпывается их простым практическим применением (какое имело место всегда и

всюду) или даже их семиотическим применением как знаков отличия, богатства, престижа и т.д. (что тоже встречается во всех человеческих обществах). Потребление — это интенсивный процесс выбора, организации и регулярного обновления бытовых вещей, в котором неизбежно участвует каждый член общества. Приобретая вещи, человек стремится к вечно ускользающему идеалу - модному образцу-модели, опережает время благодаря покупке в кредит, пытается зафиксировать и присвоить себе время, собирая старинные, коллекционные вещи.

Потребности человека как таковые становятся второстепенными по отношению к своей статусной составляющей. На первый план выходят не функциональные качества товара, а престижность обладания данным товаром. Так, сознание человека, как потребителя символов—вещей постоянно занято выбором товара, приобретя который, он может быстро охладеть к нему. В современном понимании объект потребности открывается и как инструмент деятельности, и как измеритель человеческих возможностей, и как центр становления различных социальных связей в целом. Объекты, удовлетворяющие потребности человека, необходимы ему не только как материальные вещи, но как некая идея, которая создает социальные значения и смыслы в соприкосновении с общественной деятельностью человека.

Идеология «общества потребления» утверждает наступление новой эры: героическая эра лишений и производства сменяется эйфорической эрой изобилия и потребления. Но, вопреки прекраснотушным иллюзиям, «общество потребления» — это жесткая система социальной дрессировки, натаскивания на потребление, то есть новый способ социализации индивидов в связи с возникновением новых производительных сил — системы потребностей.

Современное общество выбирает карьеру и комфортные условия существования, оно безразлично ко всему, что заставляет искать смыслы и истинные ценности человеческой жизни. Духовное начало человека подавляется прогрессирующей установкой на потребление. И та индифферентность человеческого сознания, которую формирует общество символического потребления, порождает чувство бессмысленности и абсурдности человеческой жизни.

Таким образом, общество символического потребления является на сегодняшний день доминирующей системой организации совместной жизни людей, которая определяет и мотивирует всю деятельность человека, а также является ориентиром в поиске ценностей и культурных кодов.

Список литературы

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.
2. Ж. Бодрийяр. Мерцающая прерывистость обольщения. // Инсталляция страсти: сборник произведений западных философов 20-21 веков. М., 2009.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.
2. Бодрийяр Ж. Мерцающая прерывистость обольщения. // Инсталляция страсти: сборник произведений западных философов 20-21 веков. М., 2009.

Слова благодарности

Конференция «Ломоносов 2011»

выражаю свою благодарность своему научному руководителю Мокину Б.И., а также организаторам конференции Ломоносов 2011