

## ГЕНЕЗИС ФИЛОСОФИИ «ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ»

Д. А. Сорокина

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 22 января 2015 г.

**Аннотация:** статья представляет собой попытку построения концептуального введения в проблематику социально-философского дискурса об «обществе потребления». Анализируются предпосылки возникновения феномена «потребительское общество», периодов его развития и социально-философских характеристик данного понятия.

**Ключевые слова:** индустриальное общество, «общество потребления», информационное общество, постмодернизм.

**Abstract:** *the paper is an attempt to build a conceptual introduction to the problems of socio-philosophical discourse about the «consumer society». Analyzes the prerequisites of genesis of the phenomenon of «consumer society», the periods of its development and socio-philosophical characteristics of this concept.*

**Key words:** *industrial society, «the consumer society», the information society, postmodernism.*

Проблема общества потребления – одна из самых актуальных в поле зрения социальной философии на сегодняшний день. Понятие общества потребления не является само по себе формацией или стадией общественного развития, оно скорее означает определенную систему метафор, концепт или, выражаясь более кратко, новую философию, со своим предметом, функциями и системой ценностей. Становление этой философии начинается с критического анализа современного общества философами – постмодернистами, вообще, в рамках постмодернизма и зародилось такое понятие, как «общество потребления». Французский мыслитель Жан Бодрийяр в своих работах четко обозначил вектор современного философствования в духе постмодерна: «Коль скоро мир движется к бредовому положению вещей, и мы должны смещаться к бредовой точке зрения» [1, с. 5].

Действительно, в мире, где больше не существует четких границ и нарративов, где потребление стало своего рода культом и одной из самых значимых ценностей не может возникнуть иной философии, кроме той, которая отрицает мышление бинарными оппозициями, той, которая больше не нацелена на создание завершенных систем. «Слова для меня – нечто крайне важное. То, что они обладают собственной жизнью, и то, что они, следовательно, смертны, очевидно любому, кто не ориентирован на окончательные решения и не нацелен на построение завершенных систем» [2, с. 9]. Но что же такое общество потребления? И чем оно отличается от других общественных формаций? Кажалось бы, люди всегда покупали и продавали, чем-то владели, тратили деньги, всегда желали

жить в богатстве и роскоши. Так почему прежние эпохи не связывают с понятием «потребление»?

Существуют различные точки зрения на происхождение «общества потребления». В принципе престижное потребление существовало всегда, но с развитием технологий, науки, активным внедрением интернета и СМИ в повседневную жизнь людей, «потребительство» стало своего рода идеологией современности. Оно стало иметь не только практически материальную полезность, но и служить мерилom духовности, состоятельности и красоты. Точкой становления «потребительского общества» является переход от индустриальной эпохи к эпохе постиндустриальной, и этот переход знаменуется появлением «информационного общества», которое как раз послужило становлению такого концепта, как «общество потребления».

Индустриальное общество описывается, как правило, следующими параметрами: в экономике – завершенная индустриализация, преобладание индустриального сектора над аграрным, массового производства товаров и услуг над всеми остальными формами организации производства; в социальной сфере – развитая система социальной стратификации, основанная на разделении труда, высокая степень дифференциации ролей и институтов, развитая система образования, способная заполнить возникающие ниши в системе профессиональной специализации и социальной стратификации. Также из-за разделения труда, появления частного предпринимательства и преобладания рыночной экономики возникает конкуренция производителей. Рост частных предпринимателей, чьи магазины продают одинаковые товары, производители которых должны привлекать покупателя тем, что именно их товар лучше, чем такой же товар других производителей. Появляются крупные компании, запускающие свои «бренды» с более дорогой продукцией, объясняя ее ценность либо высоким качеством, либо престижностью, которая сделает владельца данного товара причастным к высшей социальной группе, которую можно назвать «элитой». Но наряду с дорогими товарами, имеющими «ценностную стоимость», существуют товары дешевые, которых также огромное множество, привлекают они уже не своей престижностью, а тем, что можно платить дешевле за такой же товар, только без соответствующего бренда. Такие товары дают менее обеспеченным людям иллюзию причастности к миру «элиты», но при этом привлекают своей низкой ценой и большей доступностью «простому» человеку (например, всевозможные «дешевые» подделки известных брендов и т. д.).

В «Заметке о смыслах “пост” философ-постмодернист Ж. Лиотар обращает внимание на то, что в современном обществе снижается доверие к провозглашенному в классической философии принципу всеобщего прогресса человечества и основанному на этом принципе модернистскому мировоззрению. В индустриальном обществе, базирующемся на идеях модернизма, все начинания оправдывались лишь постольку, поскольку способствовали освобождению индивида, снятию «отчуждения». Влияние модернистского мироощущения Лиотар выразил критическими сло-

вами: «Пациент психоаналитика пытается переработать расстройство, от которого он страдает в настоящем, проводя свободные ассоциации между его элементами, на первый взгляд исключенными изо всякого контекста, и какими-то пережитыми в прошлом ситуациями, что позволяет ему раскрыть тайный смысл своей жизни, своего поведения» [3, с. 6]. Однако история XX в. свидетельствует о многочисленных преступлениях против человечества, в связи с чем Лиотар задает ключевой для сложившейся ситуации вопрос: «Какое мышление способно «снять» этот «Освенцим», включив его в некий всеобщий эмпирический или пусть даже мыслительный процесс, ориентированный на всеобщее освобождение?» [там же, с. 4]. Ответом на этот вопрос может быть только переосмысление той ситуации, в которую попало человечество в стремлении к прогрессу, плоды которого обернулись против своего создателя. Развитие науки заставило человека по-новому взглянуть на мир, увидеть неоднозначность идеи прогресса, а следовательно, выработать новое отношение к перспективам общественного развития и к своему месту в этом мире. Именно таковы, по мнению Лиотара, основная идея философии постмодерна и направление исследования постмодернистской культуры. С этими представлениями перекликаются мысли Ж. Бодрийяра, который называет современную эпоху «состоянием после оргии», когда во всех сферах общества было достигнуто желаемое освобождение (освобождение политическое, сексуальное, освобождение женщины и т.п.). Поэтому общество XX в. понимается Бодрийяром как «пост-история», когда воплощены в действительность все стремления, а, следовательно, невозможно никакое подлинное новаторство. Единственное, что остается, – это «вечное возвращение», «возвращение бесконечно малого, дробного. Возвращение в уже виденное, в уже изжитый нами универсум, который лишен очарования предшествующей жизни» [4, с. 56]. Таким образом, переход от индустриального общества к постиндустриальному породил появление новой культуры, новой философии – философии постмодерна, которая, в свою очередь, отрицает все «старые» устои классической философии и модернистского мировоззрения.

Введенное Д. Беллом понятие постиндустриального общества нашло отклик у Э. Тоффлера, который назвал новое общество сверхиндустриальной цивилизацией. Несмотря на различие в терминологии, обоих авторов отличало такое видение исторического процесса, в рамках которого социум проходит три стадии развития: аграрную (доиндустриальную), индустриальную и постиндустриальную (в терминологии Тоффлера, общества Первой, Второй и, соответственно, Третьей волн). Если в XVIII в. на смену аграрному обществу пришло индустриальное, основой которого стало машинное производство, то, соответственно, во второй половине XX в. человечество вошло в новую эпоху, называемую постиндустриальной. Основным признаком постиндустриального общества, четко разграничивающим его с индустриальным, является «переориентация производства с создания материальных благ на предоставление услуг и выработку информации» [5, с. 112].

Часто понятия «информационное общество» и «общество потребления» выступают в литературе как синонимы, но между этими понятиями существуют видимые различия. Информационное общество характеризует постиндустриальное общество в контексте «информационной революции». А понятие «общество потребления» – метафора, которая вбирает в себя все сферы духовности и социальной жизни, претерпевшие трансформацию ввиду перехода к новой формации.

Термин «информационное общество» предложен японским теоретиком К. Коямой, на основании трудов которого в Японии еще в 1972 г. была принята программа «План информационного общества: национальная цель к 2000 г.». Большую роль в утверждении и популяризации этой концепции сыграла работа другого японского исследователя И. Масуды «Информационное общество как постиндустриальное общество», а также книги западных футурологов О. Тофлера, Дж. Нейсбита и др. Суть концепции информационного общества сводилась к тому, что к традиционному для теорий постиндустриализма делению экономики на первичный, вторичный и третичный сектора был добавлен еще один – информационный сектор, системообразующий для информационного общества.

Информация в рамках этой концепции провозглашается ключевым фактором производства, превосходящим по значимости все виды материального производства, производства энергии и услуг. Более того, знание и информации, а также интерактивным коммуникациям приписывается роль основного агента социальных и политических изменений в современном западном обществе.

Информационное общество скорее характеризует технико-прогрессивную сторону общественных отношений, а общество потребления – систему ценностей и трансформацию реальности в эпоху информации. Для окончательной характеристики общества как общества потребления как раз всегда не хватало «информационности» – перехода от человеческой реальности к виртуальному миру, общению в форме чата, интернет-переводчикам, онлайн-магазинам, которые позволяют человеку строить свою личную жизнь, быт, делать покупки не выходя из дома и не контактируя с другими людьми. Окончательный крах социальности, по мнению Ж. Бодрийяра, как раз приходится на эру информационного общества. Членов такого общества Бодрийяр не без основания называет «молчаливым большинством».

«Массы «не выражают себя – их зондируют. Они не рефлектируют – их подвергают тестированию. Политический референт уступил место референдуму (организатор постоянного, никогда не прекращающегося референдума – средства массовой информации). Однако зондирования, тесты, референдум, средства массовой информации выступают в качестве механизмов, которые действуют уже в плане симуляции, а не репрезентации. И ориентированы они уже на модель, а не на референт» [6, с. 37]. Такой пессимистический взгляд на социальное присущ не только Бодрийяру, но он первым сделал заявление, что социальное в контексте

«общества потребления» вообще не существует, ему нет места, есть только симуляция социального. Но говорить об абсолютном крахе социального пока еще рано, хотя это мнение с каждым годом обретает всё более реальные очертания.

Возвращаясь к началу, скажем, что именно переход от индустриального общества к постиндустриальному и появление в его рамках информационного общества завершили трансформацию современного общества с элементами потребительства к тому, что сейчас смело можно назвать «обществом потребления» – со своей мифологией, своими ценностями, своей идеологией, культурой, искусством, экономикой и «трансполитикой».

### Литература

1. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр. – М. : Добросвет, 2000.
2. Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / Ж. Бодрийяр. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006.
3. Лиотар Ж. Ф. Заметка о смыслах «пост» / Ж. Ф. Лиотар. – Режим доступа: [http://www.philosophy.ru/upload/1159281498\\_file.htm](http://www.philosophy.ru/upload/1159281498_file.htm)
4. Бодрийяр Ж. Америка / Ж. Бодрийяр. – СПб. : Владимир Даль, 2000.
5. Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества : постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В. Л. Иноземцев. – М., 1998.
6. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Ж. Бодрийяр. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000.

*Воронежский государственный университет*

*Сорокина Д. А., аспирант кафедры  
онтологии и теории познания  
E-mail: darya.sorokina.91@inbox.ru  
Тел.: 277-63-88*

*Voronezh State University*

*Sorokina D. A., Post-graduate Student  
of the Ontology and Theory of Knowledge  
Department  
E-mail: darya.sorokina.91@inbox.ru  
Tel.: 277-63-88*