

## **Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»**

### **Культурные механизмы манипулирования сознанием в обществе потребления.**

***Приворотная Анастасия Александровна***

*Студент*

*Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет имени Н.Г. Чернышевского, институт культуры и искусства, Чита, Россия  
E-mail: asyaprivorotnaya@mail.ru*

Изучение потребления как особого культурного феномена становится весьма актуальным в связи с переходом общества в постиндустриальную стадию развития. Рассмотрением данного понятия занимается несколько направлений: экономическое, психологическое, социологическое, социокультурное, философское. Основная часть исследований развернулась в культурологической области, фокусируясь, прежде всего, на знаково-символической стороне потребления. Можно выделить два этапа в изучении процесса потребления и соответственно два различных плана характеристик, ему пописываемых: «демонстративное» [4] потребление, как индивидуальный процесс и «общество потребления» [2] в основе которого лежит знаково-символическая коммуникация.

«Демонстративное» потребление отражает практики представителей индустриального общества, когда приобретение определённой вещи служило подтверждением статуса владельца. Необходимо было также поддерживать определённый стиль жизни, который ожидают от представителей конкретного класса. Не маловажную роль здесь играет мода, так высшие слои задают моду, низшие её копируют. Этой проблеме посвящены работы Т. Веблена, Г. Зиммеля и М. Вебера.

Со становлением постиндустриального общества можно говорить о формировании «общества потребления». Основной чертой такого общества становится специфический способ знаково-символической коммуникации [3]. Потребление теперь рассматривают как социокультурный процесс. П. Бурдьё формулирует свою теорию габитуса [6], потребление для него – это, прежде всего, устойчивая символическая практика. Ж. Бодрийяр одной из характеристик «общества потребления» называет символический обмен [3].

Период конца XIX – начала XX века был отмечен коренными изменениями в западноевропейских странах и США. Кроме того в этот период завершилось формирование двух основных социальных слоёв индустриального общества: буржуазии и пролетариата. Происходит увеличение производства, растут доходы, у человека появляются свободные деньги, свободное от работы время и множество возможностей, на которые он мог потратить это время и эти деньги. Вещи, мода, развлечения становятся показателями статуса. Этот период обозначают как «статусное» потребление.

После Второй Мировой войны экономическая и политическая ситуация в мире опять претерпевает изменения. Этому способствовал научно-технический прогресс. Информация и знания начинают играть ключевую роль в развитии общества. Изменения происходят в картине мира. Создаются множество международных экономических и политических организация, что привело к расширению демократии и унификации мира.

Происходит усложнение общественных отношений, появляются различные социальные группы, субкультуры, один человек теперь может играть различные социальные роли. Человеку становится необходимым взаимодействовать с этим обществом, что бы не

стать асоциальным. Ему необходимо включаться в процесс производства-потребления. Ему необходимо потреблять культурные смыслы, что бы конструировать своё «я» и в тоже время включаться в процесс производства, для поддержания этой системы.

Происходит отказ от самостоятельного мышления, замещение его стереотипами и шаблонами господствующей идеологической системы. Здесь начинает действовать миф[1], как способ манипулирования он может действовать, как и в тоталитарном обществе, так и в демократическом, основной его задачей является легитимация существующего социального строя, его натурализация.

В таком обществе реальность подменяется гиперреальностью. Ничто больше не производится, а только лишь воспроизводится. После экономического кризиса 1929 года систему производство-потребление научились контролировать, для поддержания постоянного экономического роста и уровня благосостояния. Начиная с воспитания в раннем возрасте и заканчивая трудоустройством на работу, человека постепенно и полностью вводят в эту систему и здесь главную роль играют культурные смыслы. Именно благодаря им возможно поддерживать эту систему в постоянном равновесии, но сложно представить, что будет если это равновесие нарушится. С другой стороны, не стоит рассматривать общество потребления однобоко, только как пассивный процесс. Современное постиндустриальное общество, тем не менее, является самым гуманным из всех и даёт возможность человеку в полной мере реализовать свои возможности. Манипулирование или рекомендации, транслируемые по средствам массовой культуры, не могут стать всецело господствующими, степень свободы человека от манипулирования определяется только им самим[5].

### **Литература**

1. Батр, Р. Мифологии, М., 2000.
2. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. М., 2006.
3. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000.
4. Веблен, Т. Теория праздного класса. М., 1984.
5. Шушарин, Д. Антология действительности // Логос 2000 4 (25) С. 75-81.
6. Бурдьё, П. Различение: социальная критика суждения вкуса: <http://www.ecsoc.msses.ru>