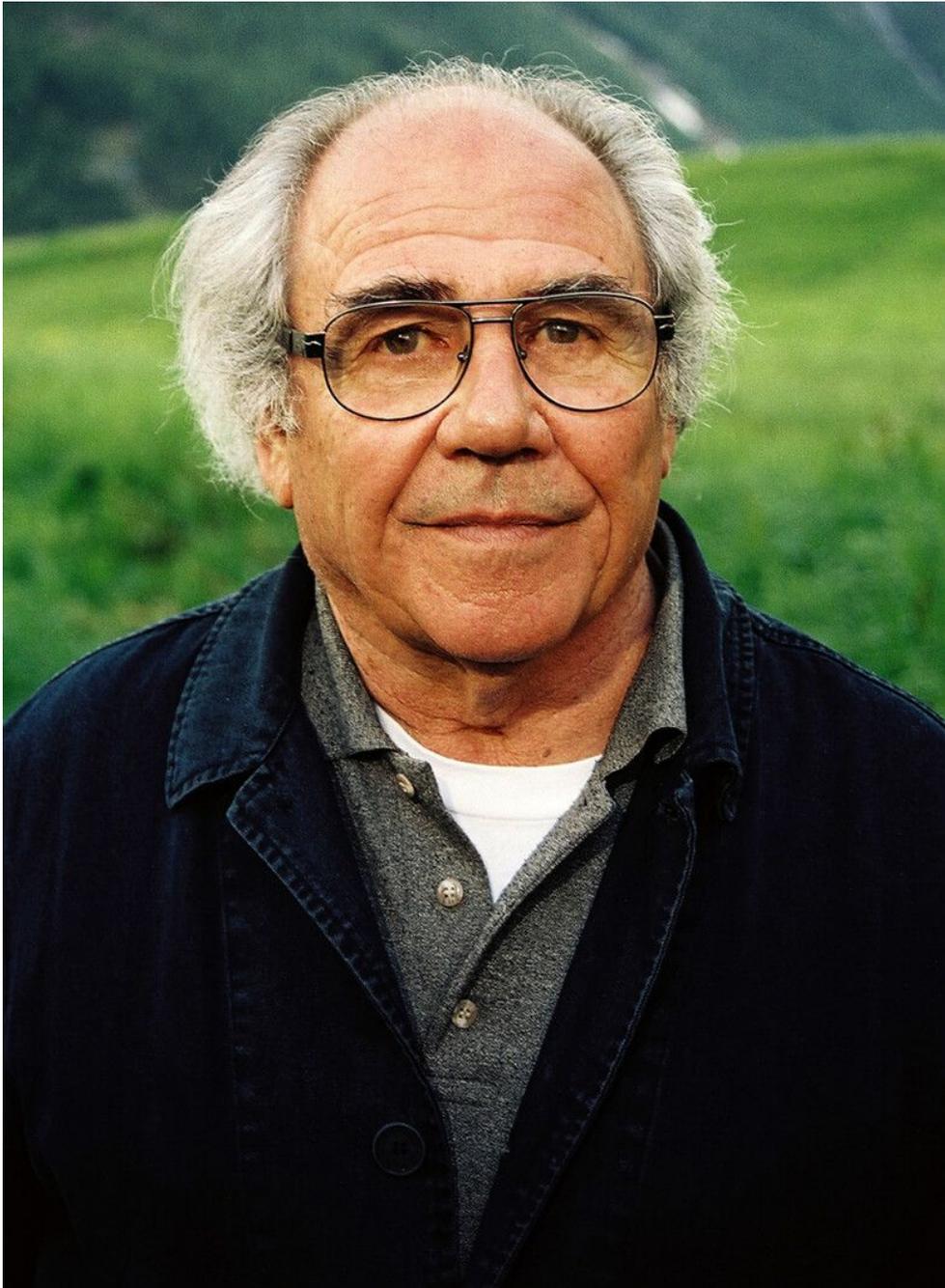




Теория «общество потребления»
или «концепция потребления» Ж.Бодрийяра



Жан
Ван
фи
со

Жан
пре
мь
Его
«С
пот
ка
ма
не
пот
ка
«по
пре
об
пре

Жан
БОДРИЙАР



Общество
потребления

PHILOSOPHY

ЦИСТ.

нейших
к

ы —

яются

дал, что
просов
юдей
енно

аким
бления

Выдвижение повседневности

01

Выдвижение повседневности в центр внимания было обусловлено качественным изменением ее сути в обществе.

Повседневность = объект глобального регулирования

02

Повседневность становится объектом глобального регулирования, так как потребление попадает во все большую зависимость от массового производства и выполняет функцию регулируемого спроса на продукцию производства.

Регулирование повседневности

03

Регулирование повседневности осуществляется экономически, технически, политически и с помощью средств массовой информации.

Общество потребления(1970) Ж.Бодрийяр

Тезисно:

- Общество достигло нового состояния своего развития
- Потребление охватывает все сферы жизни
- Сначала через простой качественный рост возникает общество изобилия
- Конечный этап – это счастье, которое выражается через уровень потребления
- Социальная позиция индивида определяется стилем жизни и его потребительскими практиками

Общество потребления(1970)

Ж.Бодрийяр

Потребности связаны с понятием счастья:

счастье всегда связывалось с мифом о равенстве
для этого счастье должно быть измеряемым
благополучие измеряется в вещах и комфорте.

Общество изобилия не означает
исчезновения социального неравенства и бедности.

Происходит относительная гомогенизация благ
первой необходимости, но дифференциация смещается в
другие сферы.

Социальная иерархия выражается:

в типе работы, образовании и культуры,
в принятии решений (знания и власть становятся
более важными в обществе изобилия).

Основные черты общества потребления:

- Рост изобилия
- Снижение продолжительности рабочего времени – увеличение продолжительности досуга
- Индивидуальная идентичность основывается на потреблении и досуге
- Эстетизация повседневности приводит к возрастающей роли имиджа и стиля

Основные черты общества потребления:

- Источником неравенства в обществе становится потребление
- Власть потребителя над производителем в потребительских обществах
- Процесс коммодификации (превращения в товар) охватывает все сферы жизни

Ж.Бодрийяр выделяет два общества
потребления



удовлетворение нужд
и потребностей
людей



сохранение
неравенства

Ценовая политика Starbucks



«1% от вашей покупки идет на помощь детям в Африке».

Когда мы покупаем кофе в Starbucks, мы покупаем идеологию, моральное освобождение от состояния вечного потребителя.

Starbucks позволяет человеку быть самым обыкновенным потребителем и при этом не испытывать чувство вины. Это возможно благодаря акту благотворительности: стоимость так называемой борьбы с обществом потребления уже включена в цену вашего кофе.

Таким образом, постидеология по Бодрийяру – это торжество большого нарратива в отказе от него, вера в форму, а не в содержание иллюзорных посылов.

Афера Theranos



Theranos – эту компанию из Кремниевой долины называли аналогом Apple в медицине. Идея стартапа казалась революционной: инновационная разработка, состоящая из портативной лаборатории и крохотной колбочки (1,29 сантиметра) без иголки, в разы упрощает и удешевляет дорогостоящий и долгий процесс анализа крови.

Основательница компании, тридцатичетырехлетняя **Элизабет Холмс**, еще три года назад считавшаяся самой молодой миллиардершей в мире, сейчас ожидает приговора суда по обвинению в обмане инвесторов, врачей и пациентов. Ей грозит тюремное заключение сроком до двадцати лет.

Стереотипы в телевизионной рекламе



Результат за
14 дней
или мы вернем деньги!

АКЦИЯ
с 1 сентября
по 31 октября

Примите участие в "Программе 14-ти дней от Активиа". Ежедневно употребляйте продукты Активиа, следуйте советам здорового образа жизни и вы увидите положительный результат.

Advertisement for Danone Activia yogurt. It features a woman's belly with a glowing smile drawn on it. A tub of Activia yogurt is shown in the foreground. The text 'Результат за 14 дней или мы вернем деньги!' (Result in 14 days or we'll return the money!) is written in white. The text 'АКЦИЯ с 1 сентября по 31 октября' (Promotion from September 1st to October 31st) is in the top right. The bottom text encourages participation in the '14-day program from Activia'.

Хлеб "ИдеальнЫи"
Для него и Для неё!

ИдеальнЫи
для мужчин
ИдеальнЫи
для женщин

Advertisement for 'ИдеальнЫи' bread. Two packages of bread are shown, one for men and one for women. The text 'Хлеб "ИдеальнЫи" Для него и Для неё!' (Bread "Idealnyy" For him and For her!) is at the top. The packages are labeled 'ИдеальнЫи для мужчин' and 'ИдеальнЫи для женщин'.