

Теория праздного класса

Общество потребления

СОДЕРЖАНИЕ:

- **«Теория праздного класса: экономическое исследование институций»** — книга американского экономиста Т. Веблена.
- **«Общество потребления»** — социально-философский труд Жана Бодрийяра

Веблен, Торстейн Бу

Дата рождения: 30 июля 1857

Место рождения: Като, шт. Висконсин, США

Дата смерти: 3 августа 1929 (72 года)

Место смерти: Менло-Парк, шт. Калифорния, США

Американский экономист, социолог, публицист, футуролог. Основоположник институционального направления в политической экономии.

Доктор философии (1884). Преподавал в Корнельском (1890—1892), Чикагском (1892—1906), Стэнфордском (1906—1909) университетах, в университете штата Миссури (1910—1917).



Парадокс Веблена



Веблен считал, что в рыночной экономике потребители подвергаются всевозможным видам общественного и психологического давления, которые вынуждают их принимать неразумные решения.



Именно благодаря Веблену в экономическую теорию вошло понятие «престижное или показное потребление», получившее название «эффект (парадокс) Веблена».

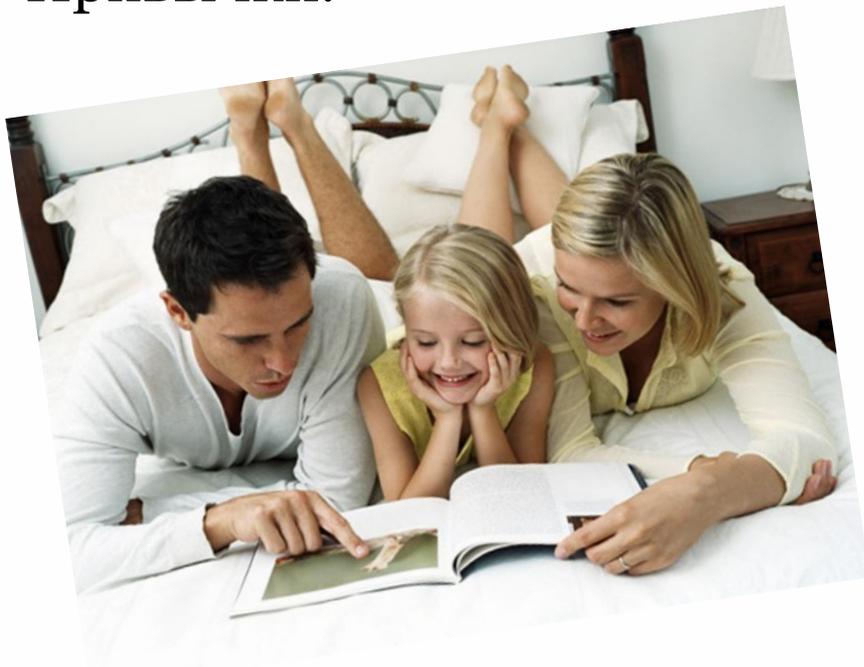


- Объектом пристального внимания Веблена становятся даже домашние животные и одежда.
- Кошки при этом оказываются "наименее почетными" животными, собаки и скаковые лошади - более почетными .
- Веблен не оставляет без внимания и женскую красоту в качестве индикатора денежных канонов вкуса, показывая, как демонстративная праздность модифицирует своеобразное представление о красоте женщин.

Фактически Веблен является одним из создателей социологической теории потребления, с точки зрения которой вещи не только являются объектами удовлетворения естественных потребностей человека, но и демонстрируют принадлежность к определенному общественному классу.

Основными инстинктивными склонностями людей, считает Веблен, являются:

- Инстинкт мастерства;
- Инстинкт праздного любопытства;
- Родительский инстинкт;
- Склонность к приобретательству;
- Набор эгоистических склонностей;
- Привычки.



Основные труды

- «Теория праздного класса: экономическое исследование институций» (1899)
- «Теория делового предприятия» (1904).
- «Инстинкт мастерства» (1914)
- «Имперская Германия и промышленный переворот» (1915)
- «Исследование природы мира и условий его поддержания» (1917).
- «Высшее образование в Америке» (1918)
- «Предприниматели и простой человек» (1919)
- «Инженеры и система ценообразования» (1921).
- «Собственность отсутствующих лиц и предпринимательство в современную эпоху: пример Америки» (1923).

Бодрийяр, Жан

Дата рождения: 27 июля 1929

Место рождения: Реймс, Франция

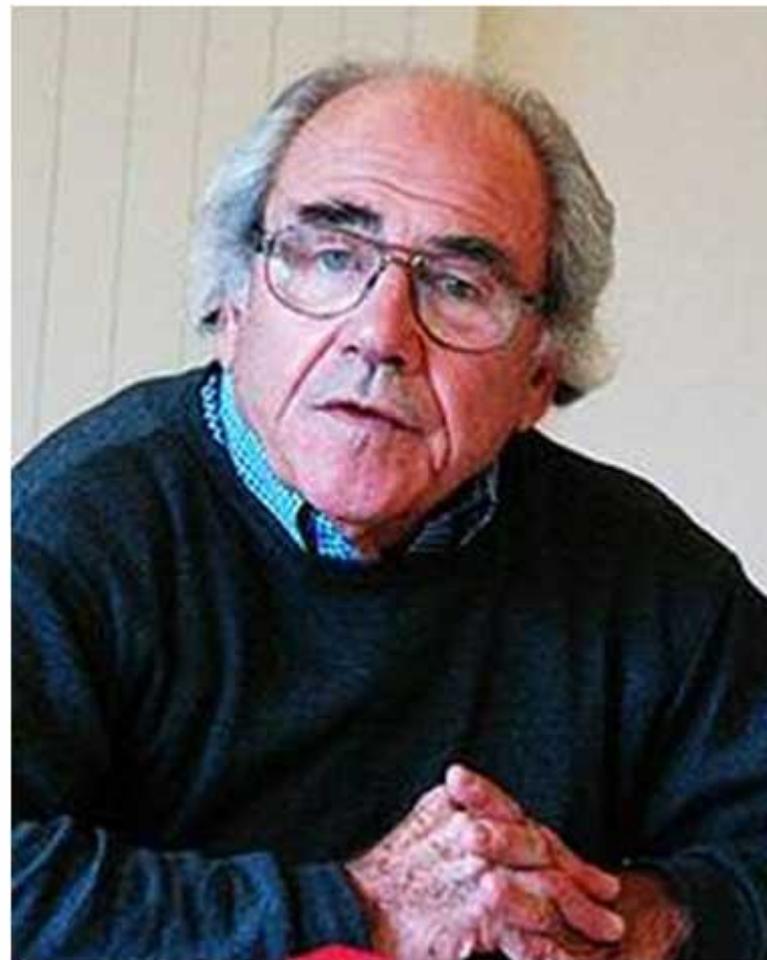
Дата смерти: 6 марта 2007 (77 лет)

Место смерти: Париж, Франция

Направление: постмодернизм

Основные интересы: социология,
культурология, социальная философия

Значительные идеи: гиперреальность,
симулякр



Основные идеи Бодриера

- Ввёл понятие гиперреальность как развитие марксистского понятия надстройка. Основа гиперреальности — симуляция. Единицами гиперреальности являются симулякры — знаки или несамотождественные феномены, отсылающие к чему-то другому, а потому симулятивные.
- Бодрийяр развил учение о трёх порядках симулякров: копии, функциональные аналоги и собственно симулякры. К третьему порядку симулякров он относил все современные феномены, включая деньги, общественное мнение и моду. Они функционируют по принципу символического обмена.

- Современную эпоху Бодрийяр называет эрой гиперреальности — надстройка определяет базис, труд не производит, а социализирует, представительные органы власти никого не представляют. Современную эпоху характеризует чувство утраты реальности.
- Последним бастионом реальности становится смерть («смерть, пожалуй, единственное, что не имеет потребительной стоимости»). На смерти основана любая власть и экономика. Но в этом случае смерть выступает не сама по себе, а как фантазм (представление). В искусстве Бодрийяр видит критическую и терапевтическую функции по возвращению реальности.

«Общество потребления»— социально-философский труд Жана Бодрийяра (1970 г)

- Бодрийяр рассматривает потребление как цепную психологическую реакцию, которая направляется современной магией, природа которой бессознательна

Бодрийяр считает, что общество потребления — это общество самообмана, где невозможны ни подлинные чувства, ни культура, и где даже изобилие является следствием тщательно маскируемого и защищаемого дефицита, имеющей смысл структурного закона выживания современного мира.

Бодрийяр считает, что в манипулировании потреблением содержится объяснение парадоксов современной цивилизации, для которой равно необходимы бедность, войны и эстетическая медицина, преследующие одну и ту же цель — создание уходящих в бесконечность целей для наращивания производства.

1. Содержание

- 1.1 Часть первая. Баланс изобилия
- 1.2 Часть вторая. Теория потребления
 - 1.2.1 Общественная логика потребления
 - 1.2.2 К теории потребления
 - 1.2.3 Персонализация, или наименьшее маргинальное различие (НМР)
- 1.3 Часть третья. СМИ, секс, досуг
 - 1.3.1 Массово-информационная культура
 - 1.3.2 Тело — самый прекрасный объект потребления
 - 1.3.3 Драма досуга, или невозможность убить своё время
 - 1.3.4 Мистика заботы
 - 1.3.5 Аномия в обществе изобилия
- 1.4 Заключение

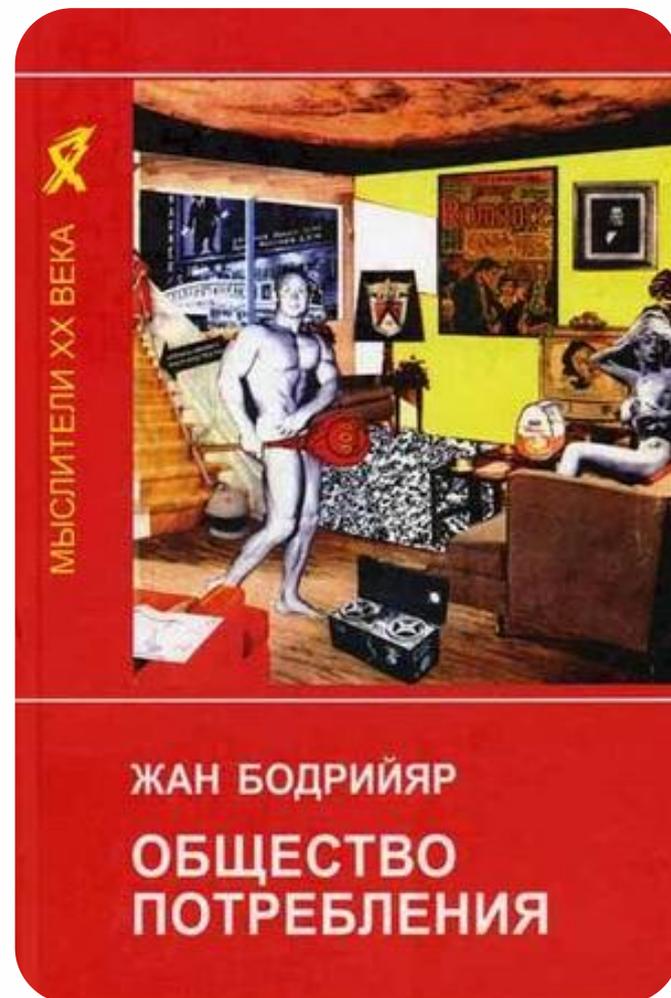
Часть первая. Баланс изобилия

- Структурный анализ приводит его к выводу о «кругообразной динамике роста и изобилия», при которой выживание системы осуществляется при её бесконечном самовоспроизводстве. В результате традиционное понятие пользы заменяется понятием функциональности.
- Поощряемая государством и бизнесом постоянная переквалификация кадров, психологическая вредоносность конкурентной среды, расточительство — все это рассматривается Бодрийяром как целенаправленная производительная сила, извлекающая из всего ресурс роста.

Часть вторая. Теория потребления.

Общественная логика потребления

- Ключевое понятие социального устройства — счастье — Бодрийяр рассматривает как абсолютизированный принцип общества потребления.
- Потребительская ценность товаров абсолютна и не зависит от конкретного человека.



К теории потребления

- В современной цивилизации не существует рационального потребителя, самостоятельно осуществляющего свой выбор.
- В основе выбора товара лежит стремление к социальному отличию.
- Социальная обеспеченность, «счастье» становятся императивами общества потребления, которое не поощряет пассивность и экономность, поскольку за ними следует утрата потребительской способности.



Персонализация, или наименьшее маргинальное различие (НМР)

- Функциональный, обслуживающий характер человека в обществе потребления приводит к синтезу индивидуальности из знаков и подчёркнутых отличий.
- Персонализация человека в знаках задаёт всё вплоть до самих его типов.

Часть третья. СМИ, секс, досуг

Массово-информационная культура

- Развитие средств коммуникации приводит к утрате символической основы в человеческом общении.
- Атрибутом мира потребления является китч — никчёмный предмет, не имеющий сущности, но характеризующийся лавинообразностью распространения, имеющей классовую природу.
- Средства массовой информации отражают и закрепляют тоталитарный характер общества потребления.



Тело – самый прекрасный объект потребления

- Общество потребления вводит культ тела, чем устанавливает фетишизацию не только мира, но и самого человека.
- Традиционные понятия красоты, эротичности заменяются функциями — они подсчитываются как статьи потребительской способности.
- Тело — это объект потребления, наряду с обладателем его потребляют медицина и модные журналы.



Драма досуга, или невозможность убить своё время



Средний человек озабочен тем, как
бы ему убить время,
человек же талантливый стремится его использовать.
Шопенгауэр А.

- В традиционном смысле время исчезает — его деление на свободное, приятно или плохо проведённое больше не является фундаментальным критерием его различения.
- В обществе потребления — время невозможно убить, его нельзя потратить вне системы потребления.

Мистика заботы

8-11 ДЕКАБРЯ
ТОЛЬКО 4 ДНЯ
ВТОРОЙ
ТОВАР В ЧЕКЕ ЗА
ПОЛ ЦЕНЫ

Универмаг "Белгород"
ул. Попова, 36

ЗНАЕМ ЛЮДЕЙ.
ПРЕДЛАГАЕМ РЕШЕНИЯ.

**ТЕХНО
СИЛА**

С 8 по 11 декабря 2011 года в гипермаркете ТехноСила в Белгороде по акции «Второй товар в чеке за полцены» действует специальное предложение. Акция действует по всей территории гипермаркета ТехноСила в Белгороде. Количество товаров ограничено. Количество товаров по акции не ограничено. Товары по акции не подлежат возврату и обмену. Акция действует до 11 декабря 2011 года.

8-800-777-8-777 www.tehnosila.ru

- «Под солнцем заботы загорают современные потребители».
- Услужливость, раболепство, идеология дара — это систематические факты современного общества, которые скрывают реальные экономические механизмы.

Аномия в обществе изобилия

- Изобилие обволакивает человека и с неизбежностью ставит его перед новой моралью, которая не является следствием прогресса.
- Субкультуры ненасилия (дзен-буддизм, культуру хиппи) Бодрийяр не считает реальной альтернативой обществу потребления и считает их лишь метаморфозами последнего.



Заключение

В заключении Бодрийяр делает вывод о конце трансцендентного в человеческом мире, чем обобщает проблематику всей книги. На смену мифу, некогда указывавшему на трансцендентное, приходит современный упрощённый миф. Мир знаков снимает традиционные противоречия реальности. В этом мире исчезает и сам человек, он больше не является индивидуальностью и состоит лишь из знаков социального статуса. «Это — профилактическая белизна пресыщенного общества, общества без головокружения и без истории, не имеющего другого мифа, кроме самого себя».

Основные труды

- Система вещей (1968, рус. перевод 2001)
- Общество потребления (1970, рус. перевод 2006)
- К критике политической экономии (1972, рус. перевод 2003)
- Символический обмен и смерть (1976, рус. перевод 2000)
- Соблазн (1979, рус. перевод 2000)
- Симулякры и симуляция (1981, рус. перевод 1996)
- В тени молчаливого большинства, или конец социального (1982, рус. перевод 2000)
- Америка (эссе) (1986, рус. перевод 2000)
- Прозрачность зла (1990, рус. перевод 2006)
- Пароли. От фрагмента к фрагменту (2000, рус. перевод 2006)