

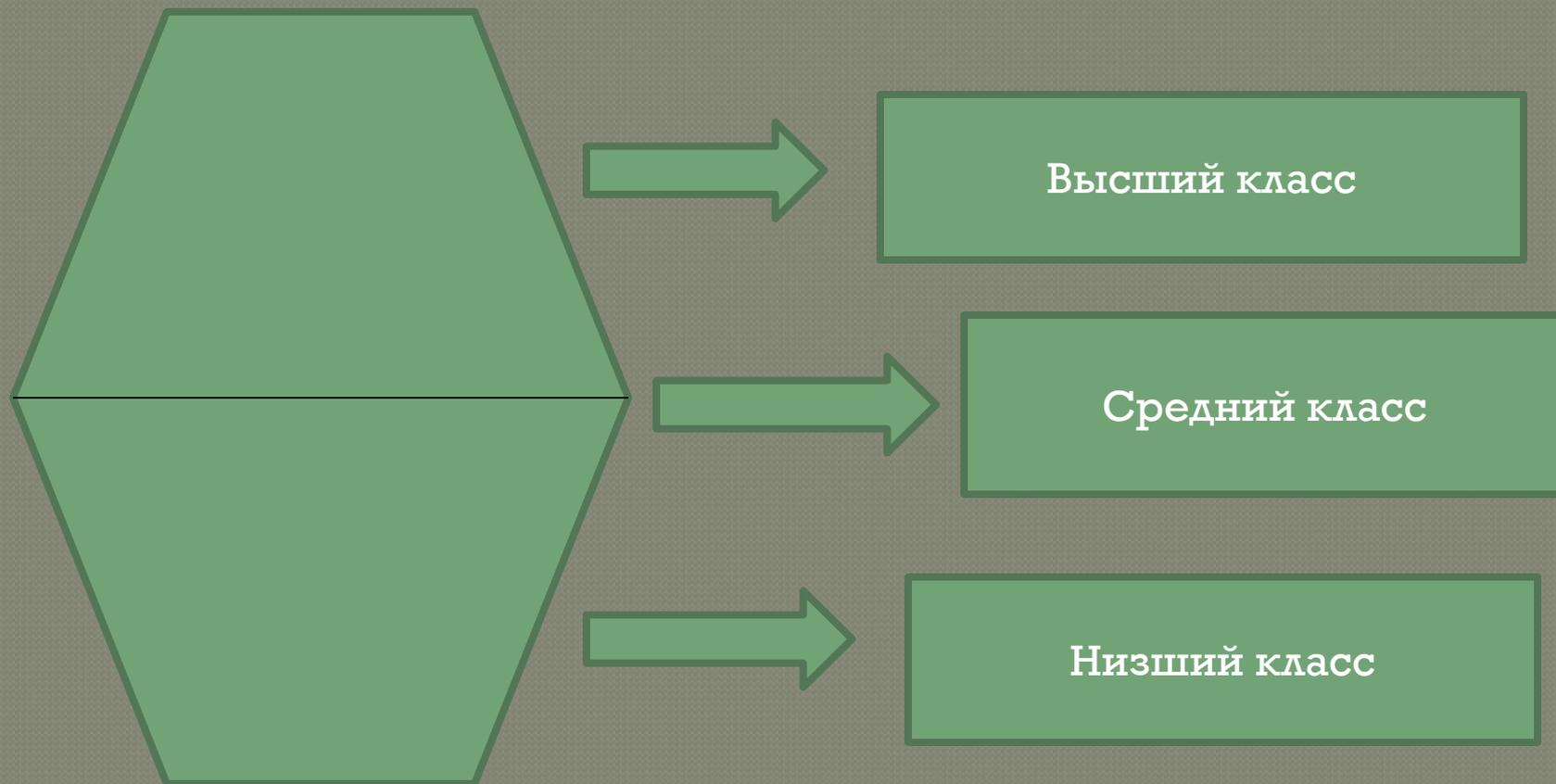
Социальное развитие западного общества

1. Эволюция классовой структуры западного общества.
2. «Общество потребления» и его крах.
3. Постиндустриальное общество и его сущность.

В начале 20 века – биполярная социальная структура



В середине 20 века



Значение внедрения собственности работников

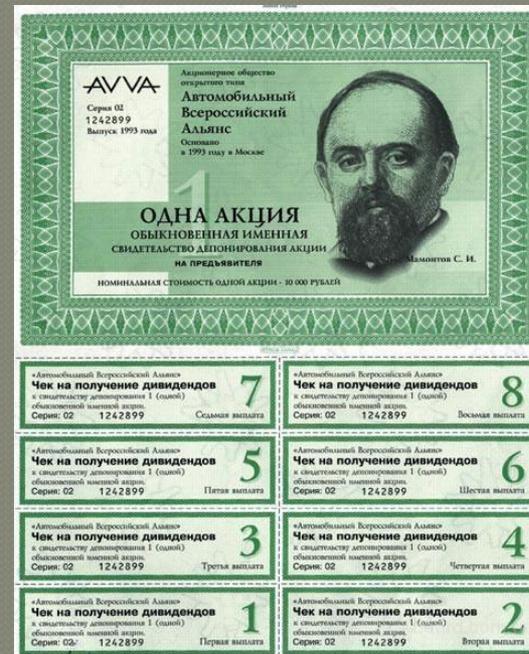
1. Повышалась трудовая дисциплина и качество труда.
2. Разрешалась проблема отчуждения.
3. «Собственность работников» – основа «третьего пути».



Расширение среднего класса

Причины:

1. «Размывание собственности»;
2. Изменения в структуре доходов;
3. Возрастание значимости профессии.



Менеджерская революция

Джеймс Бернхем

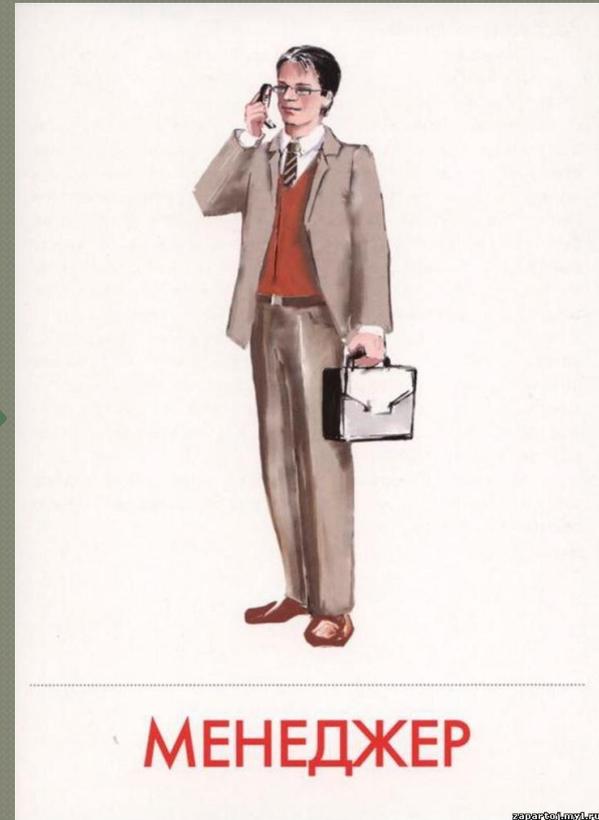
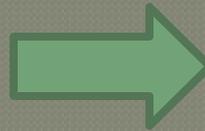
«Менеджерская революция
– глобальный переворот
в социальной структуре
индустриального
общества, связанного с
заменой класса
капиталистов новой
управленческой элитой»



Суть менеджерской революции

КАПИТАЛИСТ
(СОБСТВЕННОСТЬ)

МЕНЕДЖЕР (ЗНАНИЯ)



Причина менеджерской революции

НТР  новые требования к работникам (уровень профессиональной подготовки,  личностные качества) «усление рабочей силы» дифференциация класса наемных работников

Значение менеджерской революции

Классы
Экономическое
пространство

Статусные
группы
Социальное
пространство

Значение менеджерской революции

РАНЬШЕ



Главный критерий социальной стратификации – собственность, сфера производства

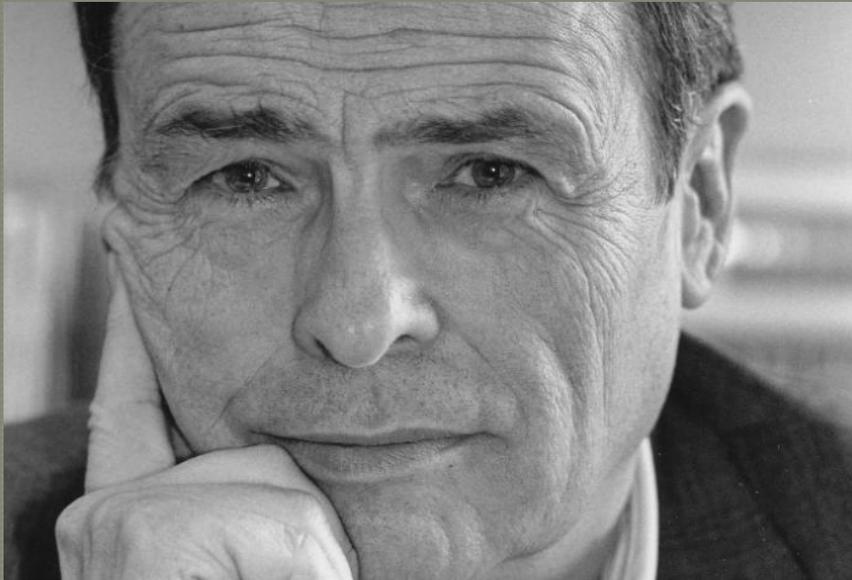
ТЕПЕРЬ



Главный критерий социальной стратификации – престиж, сфера досуга

Общество потребления

ПЬЕР БУРДЬЕ



МОДЕЛИ

Аскетическая модель экономики (воздержание, бережливость, расчетливость) – гедонистическая модель экономики (потреблять, тратить, наслаждаться)

Стандарты потребления

М.Винок – «4 туза»

- Холодильник;
- Телевизор,
- Стиральная машина;
- Автомобиль.

«4 туза»



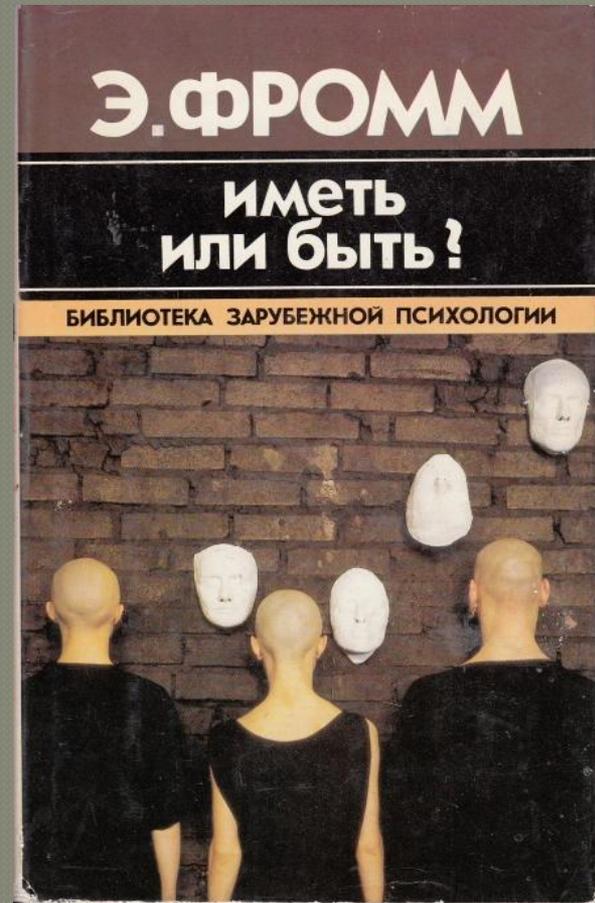
Сущность рекламы – в манипулятивных технологиях



Сущность потребительского общества

Э.ФРОММ

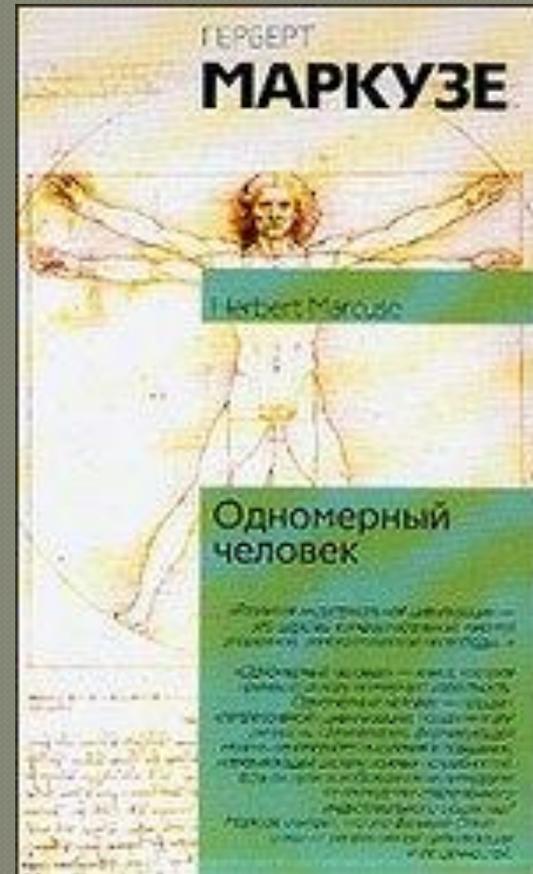
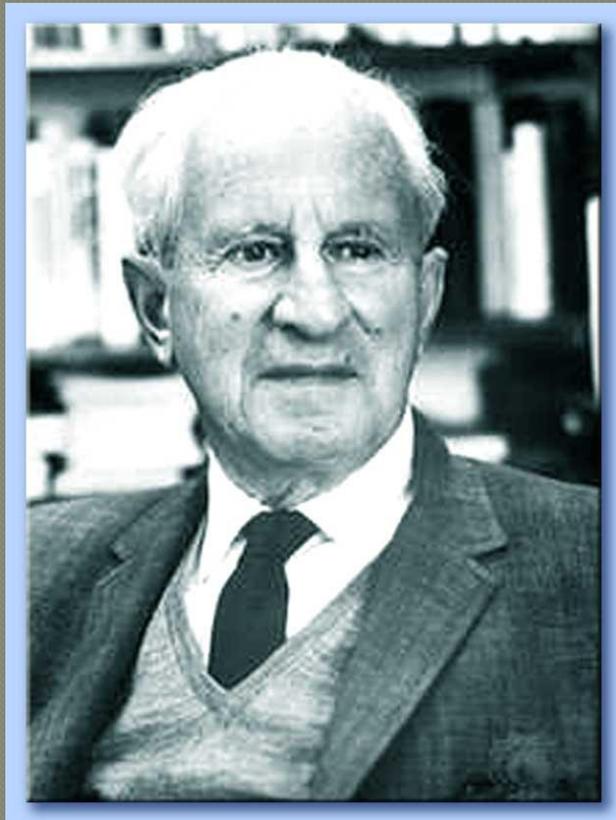
«ИМЕТЬ ИЛИ БЫТЬ?»



Сущность потребительского общества

Г.МАРКУЗЕ

«ОДНОМЕРНЫЙ ЧЕЛОВЕК»



Сущность потребительского общества

ЧЕЛОВЕК – ЭТО НЕ ЛИЧНОСТЬ, А ВЕЩЬ; РАБ ВЕЩЕЙ



Сущность потребительского общества

ЭЛВИН ТОФФЛЕР



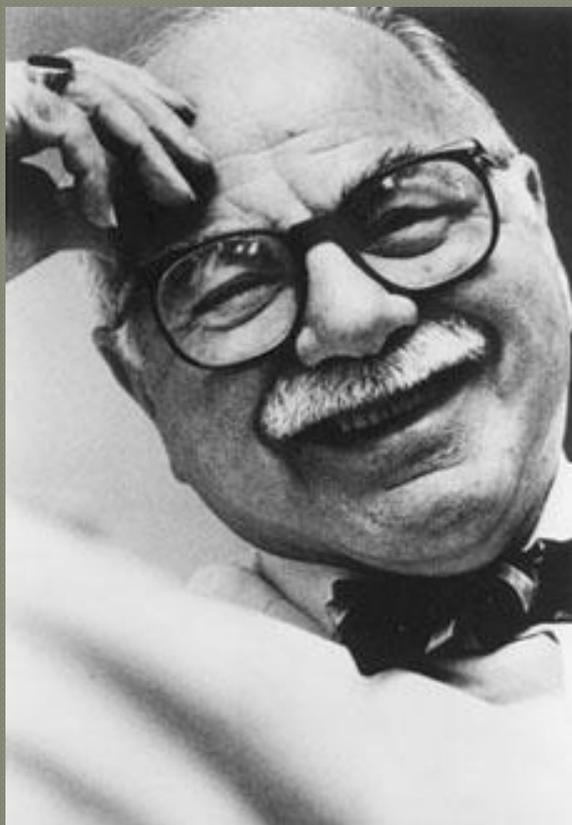
«Вещи имеют огромное значение не только из-за их функциональности, но также из-за их психического воздействия.

...отношение к вещам отражает основную систему человеческих ценностей»



Постиндустриальное общество

Д.БЕЛЛ



**В 1959 году употребил
понятие
постиндустриального
общества**

постиндустриального общества

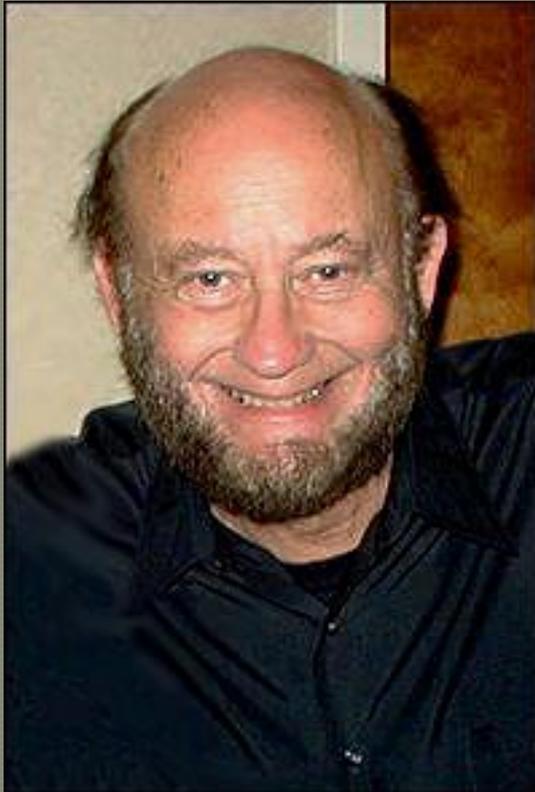
ЭЛВИН ТОФФЛЕР



Новая система
мотивации –
«постэкономическа
я система
ценностей» -
самоактуализация

постиндустриального общества

РОНАЛЬД ИНГЛЕГАРТ



Концепция
постматериалистической
мотивации: главное
– качество жизни,
интересная,
осмысленная работа

Концепция информационного общества

ФРИЦ МАХЛУП

ТАДАО УМЕСАО



**Знание – фактор
производства и
условие
социализации**



Итоги:

1. Возросла численность среднего класса: «пирамидная» модель - «ромбовидная» модель социальной стратификации;
2. Произошла «революция менеджеров»: знания, а не собственность – главный фактор производства;
3. НТР: индустриальное общество – информационное (сектор услуг);
4. Господство общества потребления (установка «иметь», формирование «рыночного характера»).