

3. Современная Русская Идея и Государство. М., 1995.
 4. Основы Религиоведения. Учебник. М., 1994.
-

КТО ОН – «ПОСТСОВРЕМЕННЫЙ ЧЕЛОВЕК»?

*А. В. Щеглова, 3 курс, гуманитарный факультет
Научный руководитель – к.и.н., доцент Т.В.Петухова
Ульяновский государственный технический университет*

Сегодня идея Вебера о целерациональном действии вызывает большое сомнение. Скорее можно говорить о том, что человек поддается соблазну, поскольку ключевой деятельностью для нового, уже неэкономического человека становится потребление [1].

Человек потребляющий считает своей главной задачей испытывать удовольствие. У отдельного человека умножаются контакты и связи, а общество предпринимает систематическую эксплуатацию всех возможностей удовольствия.

Фундаментальный, бессознательный и автоматический выбор потребителя состоит в принятии того или иного жизненного стиля, что предполагает апелляцию к ценностям [2].

Потребитель не может избежать призыва к счастью и удовольствию. Счастье и удовольствие для человека потребляющего вытесняют принуждение к труду и производству. Современный человек все меньше и меньше времени проводит в производстве и все больше в созидании личных потребностей и личного благополучия. Он должен быть в постоянной готовности актуализировать весь свой потенциал, всю свою способность к потреблению. Если он забывается, то ему мягко напомнят, что он не имеет права не быть счастливым. Наслаждение - императив новой культуры.

Все надо попробовать, испытать: не только кухню всех народов, но и культуру, науку, религию, сексуальность. Потребительский человек боится упустить какой-либо неиспытанный вид удовольствия. Число практик может приближаться к бесконечности. Возможные практики нам показывают журналы в глянцевых обложках или телеклипы. При этом возникшая потребность может и не проявляться в форме острого желания, специфического предпочтения. Чаще это - диффузное любопытство.

Здесь мы попадаем в сердце потребления как тотальной организации повседневной жизни. Все воспринимается и упрощается в счастье, которое определяется просто как снятие напряжений. Это сублимация реальной жизни, где не только работа и деньги отменены, но где исчезают времена года. Нынче можно есть клубнику и окружать себя розами зимой. Иногда по телевидению показывают старый советский фильм. Один из героев, желая сделать приятное героине, дарит ей букет цветов зимой, что вызывает восторг, смешанный с удивлением: оказывается, ему пришлось обстричь у знакомых комнатные цветы в горшках. В допотребительской культуре розы в мае для человека, живущего в северных широтах, были знаком рос-

коши. Сегодня мы даже не обращаем внимания на розы, которые круглый год благоухают в тесных цветочных магазинах.

В обществе всеобщего благосостояния имеет место бесконечное умножение объектов, услуг, товаров. В этом - фундаментальная мутация экологии вида человека. Строго говоря, люди оказываются в среде не человеческих существ, как это было в прошлом, а объектов. Имеет место не обмен людей друг с другом, а статистический процесс обмена товарами и сообщениями, начиная со сложной организации дома с множеством технических средств до городов-мегаполисов с их коммуникационной и профессиональной активностью и вечным праздником рекламы в повседневных сообщениях медиа.

Субстанция реальной жизни утрачивает значение и отменяется. В этих новых социальных пространствах царит молодость. Здесь нет места смерти: она не существует в этом прекрасном новом мире, вытеснена за его пределы. Именно поэтому она утрачивает культурные смыслы. Сегодня мы наблюдаем рождение, рост и смерть вещей, в то время как в предшествующих обществах вещи переживали людей. В традиционных крестьянских общностях по наследству передавалась даже одежда. В обществах городских - мебель и другие бытовые предметы.

Таким образом, потребление становится ведущим в секторе общественного производства. Это - способ активного поведения, которое носит характер коллективный и добровольно-принудительный.

В постсовременных обществах потребление выступает как социальный институт. Оно же составляет завершенную систему ценностей, включая если и не все, то многое из того, что касается групповой интеграции и социального контроля. Это новый и специфический тип социализации, связанный с возникновением новых производительных сил.

Потребление - гигантское политическое поле. На смену морально-политическим идеологиям прошлого приходит тиражирование рекламных изделий и операций. Интеграция общества посредством прежних легитимирующих систем проходила небезболезненно. Ее всегда приходилось подкреплять открытой репрессией, открытым насилием. Новейшие техники вместо репрессии используют соблазн. Власть выступает в новом облике. Она заботится и защищает[3].

Социальная система все больше нуждается в людях не как в трудящихся, а, прежде всего, как в потребителях. В этой функции человек незаменим. Эти новые люди конституируют новые социальные группы. Жизнь этих групп меняет общество. Здесь культивируются новые стили жизни.

Литература:

1. Вебер М. Избранные произведения. — М., 1990.
 2. Бергер П. Понимание современности. — СПб., 1990 г.
 3. Простой советский человек: опыт социологического портрета на рубеже 90-х. - М., 1993.
-