УДК 316.728(043.2)

**Новікова В. В.**

*Національний авіаційний університет, Київ*

**ОЗНАКИ СУСПІЛЬСТВА СПОЖИВАННЯ**

Помітною ознакою сучасного суспільства стає споживацтво. Відбулися соціальні зміни, збільшилися доходи та вільний час і все більше грошей та ресурсів стало витрачатися не на речі першої необхідності, а на предмети непотрібні людині як такі. Змінилися акценти з трудової сфери на сферу дозвілля та відпочинку. Сучасне покоління не намагається самореалізувати себе завдяки праці. Нині людину ідентифікують за тими речами, які вона споживає. У сучасній повсякденності, речам надається не тільки предметне значення, а і символічне. Споживання на пряму пов’язане зі стилем та іміджем людини. Індивідуальність, яка виражається у наш час через споживання демонструє не тільки соціальні характеристики, а й соціальний статус та спосіб життя. Для суспільства споживання стає характерним те, що люди працюють не за ради того, щоб бути задоволеними своїм життям, робити щось корисне для суспільства або взагалі просто мати змогу вижити, а за для того, щоб мати можливість споживати.

Таким чином, зміст терміну «споживання» передбачає, за Бодріяром, споживання знаків і символів, а не просто речей, матеріальних об'єктів. Технічний прогрес та підйом в економічній сфері самі по собі не змогли б змусити людину скуповувати та споживати товари у великій кількості. Саме масова культура формує образи й символічне значення товарів та впливає на необхідність цих товарів для суспільства. Відбувається це завдяки телебаченню, пресі, мережі інтернет, кіно та рекламі. Засоби масової інформації на пряму пов’язані з масовою культурою. Головна мета цієї культури – це заробити більше грошей. Образи та спосіб життя, який нам зараз нав’язується засобами масової комунікації відповідає повністю саме споживанню. Відбувається культивування багатства в матеріальному плані за для того, щоб жити в розкоші та мати можливість витрачати велику кількість грошей, а не багатства в духовному або морально-етичному чи культурному плані. Реклама – є двигуном суспільства споживання. Вона формує бажання та відповідає за контроль над свідомістю споживачів. Також нав’язує потрібний для масової культури тип поведінки та спосіб життя, образ мислення, смаки та запити. Масова культура охопила усі сфери життя сучасної людини, сформувавши в неї нові ідеали та цінності, які базуються на споживанні. Ці всі зміни тісно пов’язані з трансформаціями у капіталізмі. Як писав Бодріяр, для капіталу було важливим зробити з активних виробників активних споживачів. Перехід від індустріального до постіндустріального суспільства вплинув на переоцінку цінностей з матеріалізму на індивідуалізм, що ускладнило соціальну дійсність та дало людям можливість різноманітно проявляти себе в житті.

*Науковий керівник – Н.П. Пивоварова, канд.соц.наук., доц.*