

СУСПІЛЬСТВО СПОЖИВАННЯ В РЕАЛІЯХ ПОСТМОДЕРНУ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА РОЗВИТОК

Постмодернізм – це нові зрушення та перспективи, а разом з тим – криза суспільних поглядів та ідеалів, децентрованість, мозаїчність, поверхневість, реконструкція розуміння, рімейк, плагіат, плюралізм думок та поглядів, випадковість, пластичність, суспільні ризики, і зокрема суспільство споживання...

Споживаючи, ми мимоволі опиняємось в суспільстві тотальної конкуренції, котра діє на всіх рівнях – економічному, на рівні життя, бажань, мови, знаків, імпульсів; всі речі набувають мінову вартість в безперервному процесі диференціації, - визнає французький соціолог Ж.Ф.Бодріяр. Вчений вказує на метаморфози споживання, котре з первинного задоволення потреб перетворилося на "активний модус відношення" до соціуму в цілому. Поступово споживання набуває форми своєрідної діяльності систематичного оперування знаками: будь-яка річ, перш ніж бути спожитою, повинна стати знаком; споживаються не самі речі, а ідеї речей. Яскравим прикладом даного феномену слугує спрощення поняття соціального статусу, котре перетворюється на інтегруючу соціальну характеристику (наявність автомобілю останньої марки, або ж швейцарського годинника).

Суспільство споживання – це суспільство самообману, де неможливі ні справжні почуття, ні культура, і де навіть достаток є наслідком ретельно замаскованого та захищеного дефіциту, структурного виживання світу. Продуктами споживання в такому суспільстві стають образи, знаки та повідомлення, котрі обіцяють нам нову дійсність, душевний спокій та рівновагу. Як не дивно, але індивіди власноруч відмовляються від існуючої реальності: рекламні повідомлення затьмарюють нашу свідомість та палко сприймаються соціумом, і перш за все, споживаються у формі міфу.

Трансцендентним феноменом нашого часу можна вважати систему симулякрів, котрими постають знаки чи образи, що відриваються від конкретних об'єктів і тим самим виступають фальсифікованими копіями, підробками, не відповідаючими оригіналу. Сучасне суспільство засноване на симулякрах: Діснейленд вже більш привабливий ніж справжня природа, модна річ – набагато краща тієї, яка чудово функціонує, романтичні серіали – взірець поведінки. Поверховість, пануюча в суспільстві споживання набуває небачених масштабів: ризома охоплює весь світ, але в жодному разі не заглиблюється в сутність того чи іншого явища. В праці "Символічний обмін та смерть" Бодріяр критикує сучасні феномени Постмодерного світу, апелює до їх штучності та легковажності. Сучасну епоху характеризує відчуття втрати реальності, останнім кроком котрої стає смерть – єдине, що не має споживчої вартості. Смерть постає своєрідною формою втрати соціальності, натомість виникненням нових байдужих мас споживачів, телеглядачів, виборців, що визначається як естетичний кінець соціального.

В новому суспільстві відбувається розвиток гіперреальності, руйнування регіональних кордонів, різниці між культурою, ілюзією та реальністю, що створює катастрофу модерності та радикальну, якісну зміну суспільної системи в цілому.