

# «Общество потребления» Жана Бодрийяра

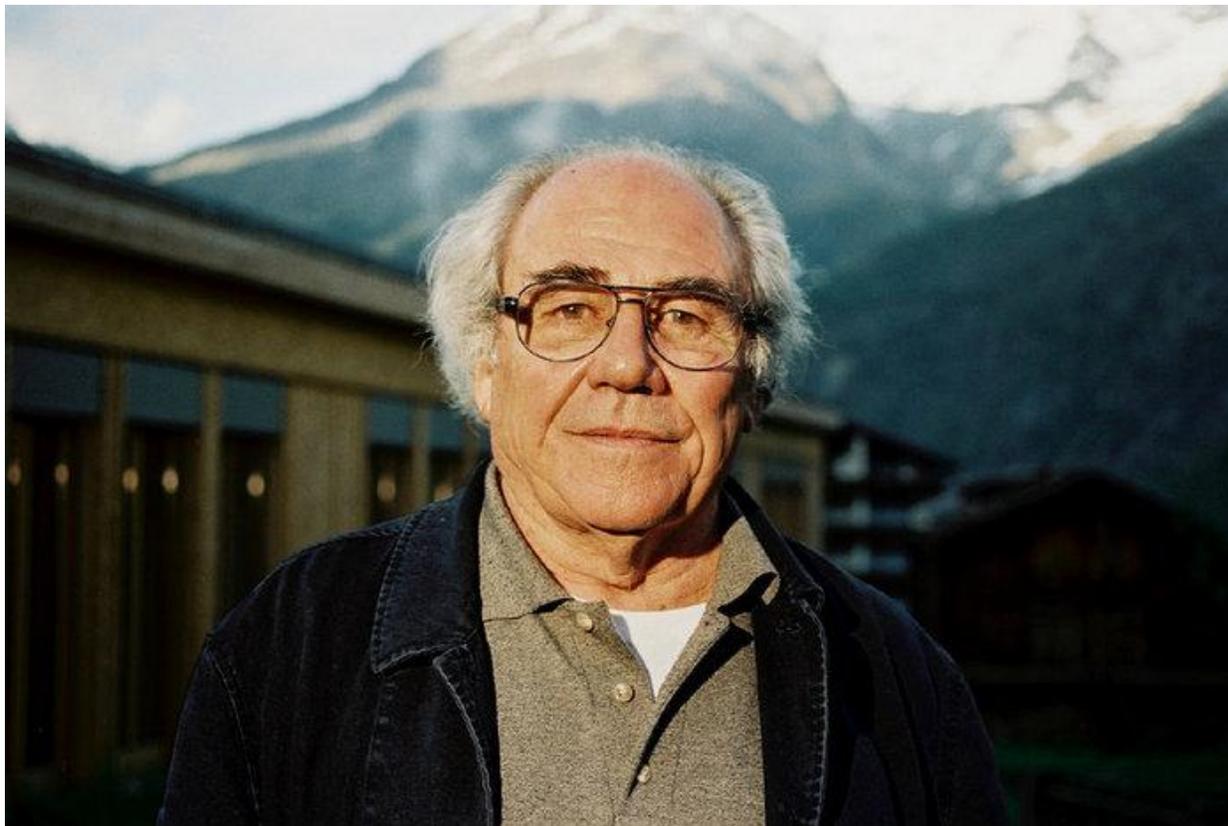
---

ВЫПОЛНИЛИ:  
КОЛЫШКИН АНТОН  
ОВЧИННИКОВ СЕРГЕЙ

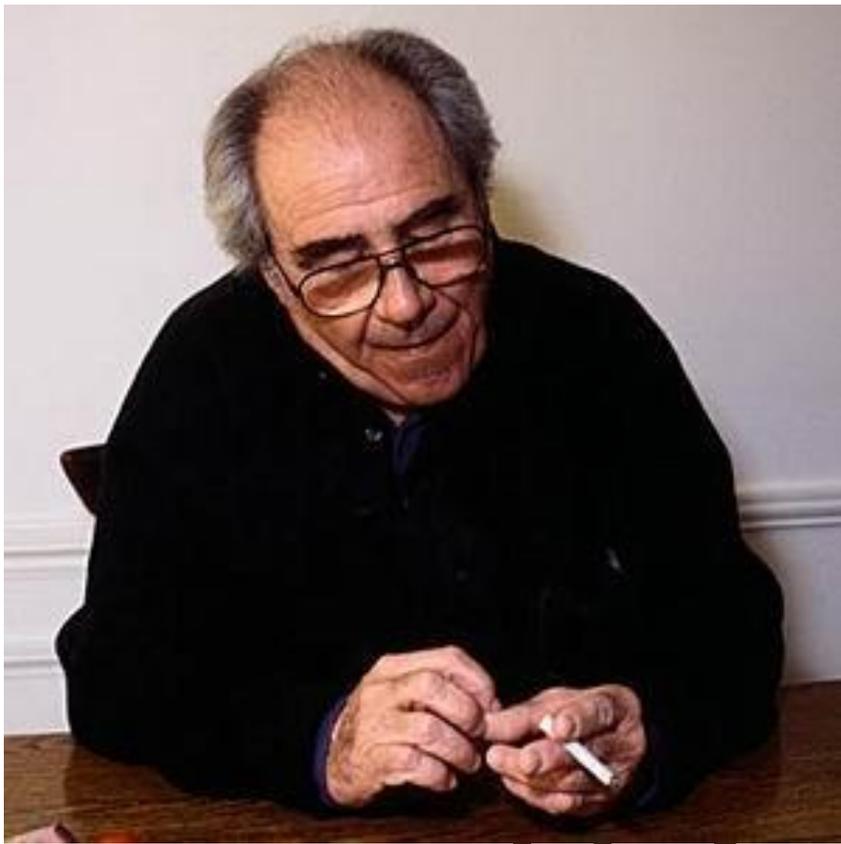
ЭКМ-5,6

# Введение

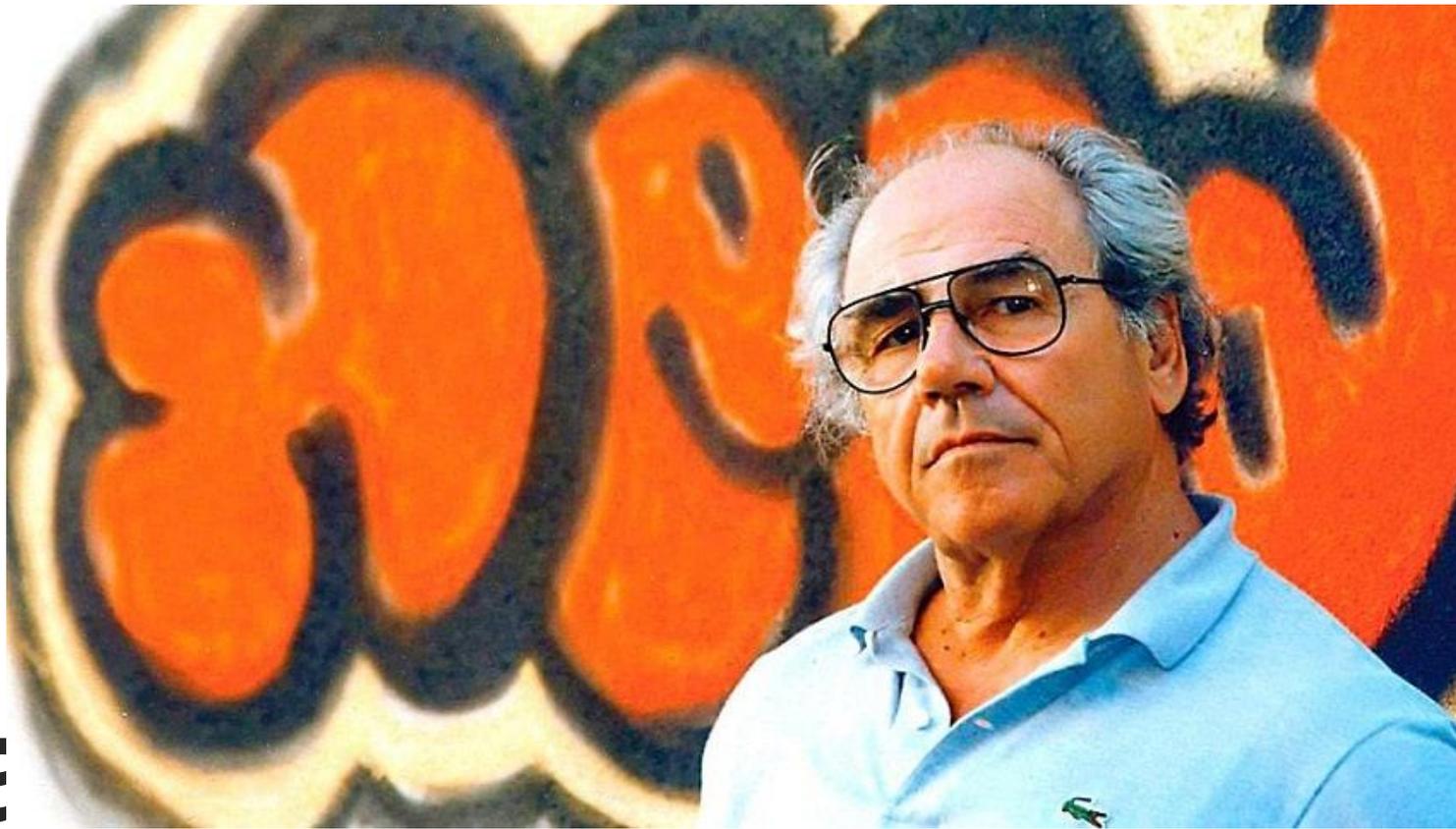
---



Жан  
Бодрийяр  
1929-2007



ка



идеи

# Часть первая. *Баланс изобилия*

Бодрийяр отказывается от анализа экономических показателей в пользу «подсчета знаков и различий», то есть признает двусмысленным традиционно считающийся позитивным рост экономики.



# Часть вторая. Теория потребления

## Общественная логика потребления

Ключевое понятие социального устройства — счастье — Бодрийяр рассматривает как абсолютизированный принцип общества потребления



# К теории потребления

В современной цивилизации не существует рационального потребителя, самостоятельно осуществляющего свой выбор.



# Персонализация, или наименьшее маргинальное различие (НМР).

Функциональный, обслуживающий характер человека в обществе потребления приводит к синтезу индивидуальности из знаков и подчеркнутых отличий.



# Часть третья. СМИ, секс, досуг

## Массово-информационная культура.

Отношение массовой культуры к традиционной культуре аналогично отношению моды к предметам. Как в основе моды лежит устаревание предметов, так в основе массовой культуры лежит устаревание традиционных ценностей.



# Тело — самый прекрасный объект потребления.

---

Общество потребления вводит культ тела, чем устанавливает фетишизацию не только мира, но и самого человека.



# Драма досуга, или невозможность убить своё время.

Время имеет потребительскую стоимость.



# Мистика заботы.

«Под солнцем заботы загорают современные потребители». Оберегающий, предусмотрительный и заботливый облик общества потребления есть не более чем его защитный механизм, скрывающий «глобальную систему власти, опирающуюся на идеологию щедрости, где „благоденствие“ скрывает барыш».



# Аномия в обществе изобилия

При видимом изобилии возникает косвенный культ насилия как своего рода предохранитель, переключающий человека с размышлений о свободе на размышление о счастье.



# Заключение

---

