

УДК 338.1

ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

Васютина Е. В., студент

Научный руководитель – Зайцева Н. В., к.и.н, доцент,
доцент каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Общество массового потребления как тип социального и экономического устройства сформировалось во второй половине XX в. На сегодняшний день потребление вышло на тот уровень, когда его уже просто невозможно игнорировать, а понимание данного явления становится жизненно необходимым как производителям, так и потребителям.

Основной характерной чертой такого общества является то, что население приобретает гораздо больше товаров и услуг, чем им необходимо. Экономическое развитие, повышение качества жизни и появление массовой промышленности позволили сформировать широкий средний класс с высокой покупательской способностью. Здесь потребление выступает как вынужденное, биологически обусловленное и представляется как социокультурный феномен. Основной составляющей благополучия, благосостояния и социального статуса в таком обществе становится возможность и право обладать «вещью». Именно «вещь» является показателем элемента самовыражения, а человек отождествляет себя с тем, что у него есть.

Сегодня массовое потребление определяет основные пути и направления не только социальной политики государства, но и является основой экономики.

В заключении хотелось бы сказать, что потребление становится не только экономическим, но и социокультурным явлением. В итоге формируется новая система норм поведения. В целом оно деструктивно, замкнуто на самом себе и некоторой степени даже опасно как для человека, так и для окружающей среды. Может ли человечество найти золотую середину в этом замкнутом круге? Этот вопрос как никогда актуален и является причиной многих дискуссий.