

КРИТИКА ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ В ФИЛОСОФСКО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКИХ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Ю. В. Сюсель

преподаватель кафедры социологии Института социологии, психологии и социальных коммуникаций Национального педагогического университета имени М. П. Драгоманова (Киев, Украина)

tms20082008@ukr.net

Анотация

Юлия Владимировна Сюсел. Критика на обществото на потреблението във философско-антропологическите и социологически изследвания. В статията се анализират научните дискусии, посветени на критичното отношение към различните практики на съвременното потребление. В частност на дискусиите по повод трансформацията на потребителското поведение, явяващо се следствие на замяната на плановата с пазарна икономика. Авторът разглежда потребителското поведение в контекста на неговите философски определения в качеството му на комуникативно действие, на символическа интеракция, на конструиране на статусните характеристики на личността и на опозиционните на консумативизма практики на алтернативни модели на потребление, представени от «рационалния модел», «пуританския модел» (или «нравствено потребление»), от «дауншифтинга», от «зеленото потребление», от «еко-потреблението», от «творческото потребление».

Ключови думи: обществото на потреблението, потребителско поведение, консумативизъм, анти-консумативизъм, алтернативни модели на потребление, критичен дискурс и др.

Abstract

Yuliya Syusel. Criticism of consumption society in philosophical-anthropological and sociological research. In the article scientific discussions are analyzed. They devoted to critical attitude towards different practice of modern consumption. Particularly discussions concerning the consumer behavior transformation, which is a consequence of the planned economy replacement by the market economy. The author is considering a consumer action in context of its philosophical definitions as a communicative action, symbolic interaction, constructing of status descriptions et cetera. So, styles of consumption come forward the form of demonstration of personality social status. In modern society along with an apology to consumerism there is its opposition. The display of inhibition of surplus consumption was become by the alternative models of consumer practices in Ukraine, which reflect critical potential of consumption: «rational model», «puritan model» (or moral consumption), «downshifting», «green consumption», «eco-consumption», «creative consumption».

Keywords: society of consumption, consumer conduct, consumerism, anti-consumerism, alternative models of consumption, critical discourse.

Постановка проблеми. Потребление, как один из индикаторов благосостояния населения, предоставляет возможность определять уровень удовлетворенности человека жизнью, а обеспеченность необходимыми и качественными товарами и услугами играет роль критерия эффективности экономики страны. Сферу потребления человека определяют физиологические запросы, культура и его личностные предпочтения, а реальные объемы потребления – доходы населения и система государственной поддержки.

Общество, которое характеризуется массовым активным потребительским поведением, чему способствует соответствующая система ценностей и установок, называют потребительским. По мнению украинской исследовательницы Л. Бевзенко, общество потребления характеризуется особыми габитуальными наклонностями своих представителей к продуцированию активных потребительских практик. Возможность и необходимость общества потребления заложена в тенденциях индустриализации, капитализации экономики [2, 78].

Вместе с тем, консьюмеризм как образ жизни, чрезмерно ориентированный на потребление, торжествует практически во всех развитых государствах независимо от их темпоральных, культурных и религиозных традиций,

а также социально-политического строя. Практика консюмеризма как современная доктрина формирует ненасытного потребителя, склонного не только к перепотреблению, но и к дегуманизации жизни. В масштабах планеты это ведет к чрезмерному расходованию природных ресурсов и загрязнению окружающей среды.

В современном обществе наряду с апологией потребительства возникает и оппозиция к нему. Движение, которое противостоит потребительству, называется анти-консюмеристским и использует различные аргументы и технологии сдерживания чрезмерного потребления.

Активизация философско-антропологического интереса к критическому обсуждению феномена потребления тесно связана с интенсификацией современных рыночных и потребительских отношений. Научную проблему данного исследования автор видит в наличии дефицита разработок философских теорий альтернативных моделей потребления, объединенных критическим подходом к негативным аспектам феномена потребления в современном обществе. Очевидно, что преодоление такого рода негативных тенденций и их глобализации возможно и в случае активизации научного интереса к необходимости создания альтернативных потребительских практик, экопрактик. Изучение и определение критического уровня в потенциале потребительского поведения предоставляет возможность разрабатывать и дифференцированные стратегии ограничения негативных проявлений в потреблении, «управлять» потребительским поведением исходя из необходимости доминирования в обществе гуманистических ценностей.

Цель исследования состоит в попытке представить критический подход в исследовании потребления и выделить альтернативные модели потребительских практик, существующих на Украине.

Изложение основного материала. Общество потребления и природа феномена избыточного потребления являются предметом исследования целого ряда наук. Зарождение критического отношения к потреблению, интерес к «разумным» потребностям и рационализации потребления зафиксированы еще древнегреческими философами, которые главным критерием разумности потребностей рассматривали соблюдение умеренности в потреблении. Критический подход к чрезмерному потреблению в качестве научной рефлексии начал формироваться на Западе в 1940 -50-х гг. представителями Франкфуртской школы и Римского клуба.

Существует несколько направлений критики общества потребления.

В философско-антропологическом дискурсе следует сослаться на современную немецкую философию, работы К.-О. Апелья, К. - М. Майер-Абиха, Ю. Хабермаса, В. Хесле, Г. Йонаса.

Идея гармонизации отношений человека и природы, экологический подход к потреблению разрабатывали Г. Бейтсон, С. Гроф, Ф. Капра, С. Курдюмов, Р. Ливингстон, И. Пригожин, Э. Янч. Интересные мысли по поводу сохранения природы и придания устойчивости окружающей среде, безопасного развития земной цивилизации можно найти у футуролога Ш. Ито. Важный вклад в критику потребительства был сделан Б. Стиглером, который утверждал, что современный капитализм регулируется потреблением, а не производством, а рекламные методы создают потребительское поведение, разрушающее психическую и коллективную индивидуализацию.

Социально-экономическое направление представлено в работах Римского клуба, известных работах А. Печчеи [10], который делал акцент на экологическом императиве современности.

Психологическое направление критики общества потребления представлено А. Овруцким, который выделяет:

- а) критику консюмеризма как идеологии;
- б) критику консюмеризма с точки зрения перфекционистских воззрений;
- в) неолиберальную критику [9, 89].

Своеобразную программу «социальной реконструкции» индустриального общества предлагал и Э. Фромм. Последний писал о нескольких способах существования человека:

- а) о бытии, при котором человек не проявляет желаний иметь что-либо, но является счастливым, потому что находится в единстве со всем миром;
- б) о владении чем-либо, при котором потребитель определяет себя по формуле «я есть то, чем я владею и что потребляю» [13].

Как и другие критики общества массового потребления, Э. Фромм указывал на искусственные (фиктивные) потребности, навязываемые индивиду общественным производством, на умирание его духовного начала в результате чрезмерного потребления и роскоши.

Социологическое направление представлено критической теорией представителей Франкфуртской школы (Т. Адорно, Г. Маркузе, Ф. Л. Нейман, Ф. Поллок, М. Хоркхаймер), которые стремились раскрыть манипулятивные механизмы потребительства и искали альтернативные ему модели потребления. Г. Маркузе,

например, считал, что, утрачивая способность к критическому осмыслению действительности, человек формирует ошибочные потребности, ценности и превращается в «одномерного человека» [8].

З. Бауман и Ж. Бодрийяр отметили в этой связи и тотальную управляемость потребителя в современном обществе, которая может иметь место даже в случае ощущения индивидом полной свободы [1]. «Демонстративное потребление» попало в фокус критики Т. Веблена [3]. А то, как бунт против потребительства превращается в один из вариантов более изоциренного потребительского поведения, пытались объяснить Э. Поттер и Дж. Хиз [14].

В своей книге «Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру» Дж. Де Грааф, Д. Ванн и Т. Х. Нейлор находим и эмпирические данные многочисленных исследований западных социологов, свидетельствующие о негативном влиянии потребительства на образ жизни современного человека [4]. Дж. Шор в своем исследовании «Американец, который переплачивает: почему мы хотим то, что нам не нужно?», критикуя потребительство, предлагает организовывать движение «самоограничения», которое состояло бы из конкретных технологий сопротивления потребителству на уровне нашей повседневной жизни.

Критический поход к потреблению, чрезмерность в потреблении исследуют украинские и российские ученые: О. Гурова, Я. Зоська, В. Ильин, Ю. Пачковский, В. Резник, Л. Ростовцева, Л. Рябинский, М. Рыжкова, Е. Слуцкий и многие другие.

В связи с негативностью последствий чрезмерного потребления все чаще организовываются и международные конференции, посвященные этой проблеме, в частности, междисциплинарный семинар «Критический подход к потреблению и исследования потребления в постсоветских обществах», организованный в рамках проекта «Казанские чтения по социокультурным исследованиям» (Казань, 2013 г.).

Распространение идеи об «устойчивом потреблении и производстве» осуществляется и в процессе реализации в различных странах мира многочисленных проектов, которые направлены на предоставление технической поддержки, распространении информации, технологий и ноу-хау, финансирования и т.д. В частности, можно назвать такие проекты как «Education For Sustainable Consumption», «Sustainable Buildings and Construction», «Sustainable Products, Sustainable Lifestyles» и т. д. [15, 8].

В целом представители критической парадигмы указывают на то, что чрезмерное потребление приводит к истощению природных ресурсов и негативно влияет на духовный мир личности. Посему они считают необходимым разработку социальных технологий сдерживания чрезмерного потребления, рекомендуют избегать излишней интенсификации покупок, ограничивать маркетинговый эгоизм, не допускать чрезмерного давления на массы с целью принуждения, побуждения к совершению покупок. Ввиду того, что совсем отказаться от традиционного потребления невозможно, пропагандируется необходимость перехода к обществу сбалансированных (умеренных) потребностей, к альтернативным моделям потребления как главного тренда в развитии общества потребления.

Исходя из проведенных исследований, можно сказать, что процесс потребительского ретретицизма отражается и в таких моделях альтернативных потребительских практик украинцев:

а) *практики рациональной модели потребления* (здесь специфика рациональности проявляется не только в умении выбрать способ осуществления своих идей, но и в умении осознанно отказаться от других способов и средств в их реализации. И это весьма ценно потому, что ориентирует и учит рационально мыслящих людей учитывать целые множества несоответствий в практике их потребления). Содержательно эта модель потребленческого поведения личности связана с рационально-утилитарными мотивами ограничения потребления. Человек понимает, что избыточное потребление вредно для общества в целом, для семьи, для личностного совершенствования. Все большее количество людей сознательно ограничивает свое потребление исходя и из принципа своего мировоззрения, сформулированного Э. Фроммом и выраженного альтернативой: «иметь или быть». Отметим и тот факт, что рационализация этой сферы поведения и сознания личности очень часто вызывает и противоречивые реакции, поскольку в отдельных случаях требует и болезненной адаптации индивида к логике системы его существования в обществе. И тем не менее, примерно половина украинцев являются «рациональными потребителями», покупающими вещи только по мере необходимости и возможности [12];

б) *практики пуританской модели потребления*, связанной с рецепцией своеобразной этики потребления, основанной на принципе разумных потребностей, точнее, разумного самоограничения потребностей в интересах сохранения ресурсной базы потребления для будущих поколений.

Внедрение этических стандартов, очевидно, может быть социальной миссией для лиц и социальных групп, которые стремятся быть моральными авторитетами и лидерами ценностного конструирования в будущем. Они, формируя общественное мнение, ориентированное на ответственность за будущее, могут побуждать все большее и большее количество людей действовать согласно с концепцией разумных потребностей.

Люди могут и вынужденно выбирать данную модель потребления из-за лишений, невозможности удовлетворять свои потребности в большей степени, чем это необходимо для выживания. Мера потребления в этом случае обуславливается не только моралью, но также и рыночным фактором. Распространение этики ответственности перед будущими поколениями среди населения является задачей не только элиты, но и общества в целом. И все же, согласно данным эмпирических исследований, «моральное потребление» украинцы выбирают исходя не столько из нравственных постулатов, сколько из материальных ограничений [6];

в) *практики дауншифтинга*. К новым практикам и стилям жизни сегодня относят и дауншифтинг, суть которого заключается в ценностном сдвиге, предусматривающем пересмотр приоритета между трудовой деятельностью личности, профессиональной реализацией и высоким доходом, с одной стороны, а также ее личным комфортом, ценностью родственных связей и общения – с другой стороны. Дауншифтинг, как стратегию изменения стиля жизни, как правило выбирают люди 30-40 лет от роду уже после достижения определенного успеха в жизни, и эта стратегия представляет собой вариант «демонстративного потребления» [5]. Активное продвижение и реклама выбранного образа жизни в социальных сетях оказывается преобладающей характеристикой современных дауншифтеров;

г) *практики так называемого зеленого потребления и эко-потребления*. Экологическое движение и его идеи, как известно, начали развиваться еще в 1970-е годы после нефтяного кризиса. В последние десятилетия после многих лет развития эко-пропаганды эти идеи стали мейнстримом в Европе. Экологическую установку в современной гуманитаристике, общественной и социальной жизни можно рассматривать и как альтернативу потребительской установке, которая порождает и усиливает влияние разнообразных потребительских практик. Эмпирически ощущаемая многими современниками экологическая ситуация и активизированный экологический миф становятся тем физическим и культурным фоном существования человека в современном мире, на котором и происходит переключение на новые габитуальные реальности, а вместе с этим, и на новые стили жизни.

Л. Бевзенко среди реальных потребительских практик нынешних украинцев, которые можно рассматривать в качестве альтернативных практик чрезмерного потребления и соответствующих экологизации современного образа жизни, выделяет практики «зеленого потребления» и называет их экопрактиками. В качестве принципа такого выделения она использует три типа отношения человека к обществу потребления и степени целостности нового стиля жизни [2, 107], а именно:

а) *экопотребительского стиля* как стремления к потреблению экологически чистой продукции. Этот стиль не относится к анти-консюмеристской практике и зачастую является более финансово затратным, элитарным. Потребление экологических продуктов свидетельствует о статусной принадлежности индивида и позволяет ему «посылать» более изысканные знаки своего отличия окружающим;

б) *экологизма* в понимании отношения принципиально альтернативного потребителю, где примером служат экоселения (имеется в виду практика социального движения, представители которого отказываются подчиняться требованиям общества потребления и пытаются строить свое существование в соответствии с новой анти-потребительской стилистикой жизни;

в) внедрением отдельных *элементов экологизма* в повседневную практику потребления украинских граждан.

Такие практики экологического отношения человека к окружающей среде свидетельствуют о «потребительской усталости» общества и о его желании уходить от потребительской тотальности современного существования.

В контексте «экологического потребления» в Украине приобретает развитие и эко-маркетинг. С одной стороны, здесь потребитель призывается к ответственности и предложению покупать эко-продукты, поскольку они и безопасны для окружающей среды, и произведены, как правило, в рамках применения энергоэффективных технологий. Однако «спасение планеты» оказывается недостаточным аргументом для потребителей, прежде всего интересующихся комфортом, эстетическими параметрами, статусностью покупок, удовольствием или доступностью товаров. Поэтому маркетологи разделяют потребителей на различные группы в зависимости от их отношения к эко-потреблению: «серо-зеленых», «светло-зеленых» и «темно-зеленых». Новыми практиками потребления украинцев являются также практики переработки и сортировки мусора (ресайклинг), переработки и утилизации опасных отходов, экономии электроэнергии и воды, использования эко-мобилей и т. д.

Креативная модель потребления является поведенческой моделью реагирования на изменения, которые требуют своевременного управления ситуацией. В этой связи В. Ильин отмечает два направления развития креативного консюмеризма:

а) потребления как процесса творческого конструирования идентичности с помощью приобретаемых товаров и услуг;

б) интеграции потребления и производства товаров [7, 47].

Такая активность, по его мнению, вписывается в логику «я делаю это сам, потому что экономлю материальные и природные ресурсы и реализую свою потребность в творчестве». Итак, креативный потребитель – это новое ядро общества потребления, благодаря которому и далее возможно сохранить гиперпотребление, создавая одновременно новые возможности для развития личности.

Креативный тип поведенческих моделей исследует и современный украинский ученый, профессор О. Злобина. В своих исследованиях она использует разработанные У. Томасом и Ф. Знанецким универсальные стратегии адаптации, которые основываются на трех базовых психологических типах: «креативном», «богемном» и «филистайном». Согласно исследованиям профессора О. Злобиной наиболее склонными к креативному потреблению в Украине являются молодые люди в возрасте до 30 лет, преимущественно мужчины [11, 127].

К креативным практикам создания нового стиля жизни по мнению украинских исследователей следует относить занятия рыбной ловлей, охотой, отдых на природе, заботу о внешнем виде, «бодибилдинг», прикладное творчество, коллекционирование и т. д. [12].

Анализ уже осуществленных исследований разнообразных потребительских практик и образа жизни людей в современном обществе подтверждает тот факт, что потребительское поведение в принципе можно интерпретировать и в качестве коммуникативного действия, и в качестве символической интеракции, и в качестве конструирования статусных характеристик личности. При этом стили потребления могут рассматриваться и в качестве формы демонстрации социального статуса личности, формы ее самоутверждения в обществе. Вместе с тем, в исследовании специфики взаимосвязи символического потребления с процессом брендового потребления оказывается, что в реальности присутствует и тенденция «отрыва» удовлетворения базовых потребностей жизнеобеспечения личности в процессе потребления от удовлетворения потребностей символического характера. Когда внимание потребителей сосредотачивается не на потребительских свойствах товара, услуги, а на их символическом значении в статусном рейтинге и самоутверждении личности.

Выводы. Философско-антропологический анализ потребления свидетельствует о качественном изменении его системы ввиду активного перехода к обществу сбалансированных (умеренных) потребностей как главного тренда в развитии общества потребления. Критический подход в исследовании этого процесса продуцирует бурные научные дискуссии по поводу «зеленого» потребления, «эко-потребления», «нравственного потребления», дауншифтинга, роста популярности ресайклинга, секонд-хэнда, «hand made» и т. д.

Критический подход позволяет переоценить существующий характер потребительского поведения, а политика содействия снижению чрезмерного потребления позволяет получить позитивные сдвиги, которые могут быть реализованы и посредством изменения способа жизни людей в современном мире.

Процесс потребительского ретретизма неоднозначен в стилях повседневной жизни украинцев и представлен в альтернативных потребительских моделях: «рациональной модели потребления», «пуританской модели потребления» (или модели «нравственного потребления»), «дауншифтинга», модели «зеленого потребления», «эко-потребления», модели «креативного потребления». Фокусы критического дискурса. посвященного практикам потребления населения современной Украины, также вариативны и разнообразны; они и в настоящее время остаются активным исследовательским полем ученых-философов, социологов, антропологов и представителей психологической науки.

Литература

1. Бауман З. Мыслить социологически. – Москва : 1996. – 240 с.
2. Бевзенко Л. Стили жизни переходного общества. – Киев : Институт социологии НАН Украины, 2008. – 144 с.
3. Веблен Т. Теория праздного класса. – Москва : Издательство «Прогресс», 1984. – 367 с.
4. Де Граф Дж., Ванн Д., Нэйлор Т. Х. Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру; [пер. с англ. Н. Макаровой]. – М.: Ультра, Культура, 2003. – 392 с.
5. Дауншифтинг по-украински: оправдание праздности 30.01.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.infomednet.ru/psixologiya/54-psixologiya/361-daunshifting-po-ukrainski-opravdanie-prazdnosti.html>.
6. Злобіна О. Динаміка усвідомлення суспільних перетворень у масовій свідомості // Українське

- суспільство 1992-2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / За ред. д. ек. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2013. – С. 268-275.
7. Ильин В. И. Креативный консюмеризм как тренд современного общества потребления // Журнал социологии и социальной антропологии, 2011. – Том XIV. – № 5 (58). – С. 41-54.
 8. Маркузе Г. Одномерный человек: исследование идеологии развитого индустриального общества. – Москва: АСТ, 2002. – 526 с.
 9. Овруцкий А. В. Морфология антиконсюмеристских движений: источники, направления, практики // Журнал социологии и социальной антропологии. – № 5 (58). – 2011. – С. 89–98.
 10. Печчеи А. Человеческие качества. – Москва : 1980. – 302 с.
 11. Поведінкові стратегії населення як чинник модернізації (досвід емпіричного дослідження) / За ред. О. Злобіної. – Київ : Інститут соціології НАН України, 2012. – 160 с.
 12. Українське суспільство 1992-2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / За ред. д. ек. н. В. Ворони, д. соц. н. М. Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2013. – 566 с.
 13. Фромм Э. Психоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или быть? – Киев: Ника-Центр, 1998. – 400 с.
 14. Хиз Дж., Поттер Э. Бунт на продажу. – Москва: Добрая книга, 2007. – 456 с.
 15. Peck M. What is the Marrakech Process on Sustainable Consumption and Production? // Impactus. – 2009. – № 13. – р. 6-11. [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.impactus.org/pdf/Revistas/impactus_n13ENG.pdf.

© **Юлия Владимировна Сюсель**