УДК 330.567.4

ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ПРОБЛЕМА ГЕНЕЗИСА И МЕТОДОЛОГИИ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКОГО АНАЛИЗА

С. В. МАКСИМЕНКО¹⁾

¹⁾ООО «Трайб стоун», ул. Кульман, 9–15, 220100, г. Минск, Республика Беларусь

Анализируется генезис представлений о феномене общества потребления. Раскрываются различные особенности его социальной структуры. Исследуются истоки феномена в целях определения сущностных черт категории конюмеризма. Рассматривается становление основных концепций данного социального явления как в западной философской традиции (в частности, критическая постмодернистская теория Ж. Бодрийяра, теория потребительской революции Н. МакКендрика), так и в отечественной (теория человека-потребителя Е. А. Батюты, трансформационный подход Е. А. Самарской, моделирование В. И. Ильина). Фиксируются методологические особенности и эвристические возможности данных подходов.

Ключевые слова: общество потребления; конюмеризм; потребительская революция; товарный фетишизм.

SOCIETY OF CONSUMPTION: PROBLEM OF GENESIS AND METHODOLOGY OF SOCIAL-PHILOSOPHY ANALYZE

S. V. MAKSIMENKO^a

^aTraib Stone, Kul'man street, 9–15, 220100, Minsk, Republic of Belarus

The author analyzes the genesis of ideas about the phenomenon of the consumer society. Various features of the social structure of the consumer society are revealed. The origins of the phenomenon for determining the essential features of the category of consumerism are explored. The formation of the basic concepts of this social phenomenon as in the Western tradition, in particular the critical, postmodern theory of J. Baudrillard, the theory of the «Consumer revolution» of N. McKendrick, and in the domestic philosophical tradition: the theory of the human-consumer by E. A. Batyuta, the transformation approach of E. A. Samarina, modeling of V. I. Ilyin. Fixed methodological features and heuristic capabilities of these approaches.

Key words: society of consumption; consumerism; consumer revolution; commodity fetishism.

В современных условиях социально-экономического и духовного развития общества многие философы, социологи и экономисты все чаще говорят о различных кризисах, характерных для настоящего времени. Особое внимание в этих исследованиях отводится так называемому антропологическому кризису. Под ним, как правило, понимают систему нарастающих негативных тенденций в развитии,

ведущих к деградации личностного потенциала человека. На наш взгляд, важными характеристиками антропологического кризиса являются деформация базовых ценностей, переосмысление идей гуманизма и трансформация поведенческих ориентаций личности. Многие из проявлений данных аспектов исследуются в рамках концепции общества потребления.

Образец цитирования:

Максименко С. В. Общество потребления: проблема генезиса и методологии социально-философского анализа // Журн. Белорус. гос. ун-та. Философия. Психология. 2017. № 2. С. 44–48.

For citation:

Maksimenko S. V. Society of consumption: problem of genesis and methodology of social-philosophy analyze. *J. Belarus. State Univ. Philos. Psychol.* 2017. No. 2. P. 44–48 (in Russ.).

Автор:

Сергей Владимирович Максименко – аналитик.

Author:

Sergey Maksimenko, analyst.
maximenko@tribe.by; smzerozero@gmail.com

В настоящее время общество потребления – популярнейшая категория, используемая и в общественно-политическом, и в философско-гуманитарном дискурсах. При этом дефиниция данного феномена меняется, поскольку зачастую зависит от контекста.

Анализ представлений о феномене общества потребления позволяет выделить несколько определений этого понятия, в наибольшей степени описывающих его существенные черты. В социологическом словаре категория общества потребления трактуется как одна из граней общества модерна, или современного общества, находящегося на такой стадии функционирования, когда принцип потребления становится главенствующим [1, с. 344]. При этом общество потребления характеризуется как общество индустриально развитых стран, где потребление материальных благ и формирование соответствующей системы ценностных ориентаций и установок стали массовыми.

Французский философ Ж. Бодрийяр пишет о том, что общество потребления – это система отношений в социуме, при которой ключевая функция принадлежит обособленному потреблению каждого индивидуума, опосредованному рынком [2, с. 54]. Здесь мы можем проследить рождение нового отношения к «человеческим ресурсам» – общество потребления навязывает его членам роль потребителей. Такое общество – закономерный результат рыночного уклада экономики.

В других дефинициях общества потребления акцент делается на экономическом, политическом и иных аспектах функционирования данного феномена. Простое перечисление и пересказ часто используемых определений, на наш взгляд, непродуктивны. Требуется поиск инвариантных смыслов, фиксирующих основные содержательные моменты этого явления, необходим анализ главных этапов его становления, а также возникновения нынешних парадигм трактовки.

Исследование проблемного поля жизни и функционирования человека в потребительском социуме имеет два истока. Первый относится к концепциям философии структурализма. Здесь в первую очередь стоит упомянуть известную работу К. Леви-Стросса «Структурная антропология», в которой французский исследователь пишет об эффектах влияния коллективных структур на характер отношений в социуме, проводя параллели между племенами из различных регионов планеты. «Мы должны представлять себе социальные структуры прежде всего как объекты, не зависящие от того, как они осознаются людьми (хотя люди и управляют самим их существованием), причем они так же могут отличаться от представлений о них, как физическая реальность отличается от наших чувственных впечатлений от нее и от создаваемых

нами по поводу нее гипотез. И у каждого объекта есть элемент, которому объект подчиняется. Так, в различных племенах Северной и Южной Бразилии вне зависимости от структурного состава никто не может заниматься регулированием браков» [3, с. 126]. Автор подразумевает особые надындивидуальные обязательства каждой личности, регулирующие ее социальную жизнь. Даже в неразвитых социальных системах существует определенный тренд к функциональной оптимизации в обществе. Так, например, только дядя невесты по материнской линии имеет право защищать свою племянницу от насилия со стороны ее мужа [3, с. 129]. Данную оптимизацию можно трактовать как способ повышения эффективности семейного института, желание достигнуть более высокого уровня комфорта. Это обстоятельство К. Леви-Стросс рассматривает в качестве глубинного потребительского мотива личности, который является корнем консюмеристских ориентаций современного человека.

В 1970-х гг. Ж. Бодрийяр подробно переосмысливал эти идеи, создавая развитую систему теоретического знания о западном обществе потребления. Используя эссеистическую манеру письма и яркий метафоричный язык, в своих известных работах «Общество потребления», «Символический обмен и смерть», «Прозрачность зла» социолог соединяет структурализм и критический марксизм, фиксируя феномен потребления как принцип развития с начала 50-х гг. XX в.

Так, Ж. Бодрийяр пишет, что «с 1950 по 1967 г. средний уровень жизни французов, измеряемый в плане индивидуального потребления, больше чем удвоился в реальном выражении» [2, с. 13]. При этом отмечаются снижение домашних продовольственных расходов и рост внешних, что характеризует переход потребления от стадии средства для комфортной жизни к стадии самоцели. Кроме того, Ж. Бодрийяр активно рассуждает о наделинии экономического процесса потребления «волшебными» свойствами: «...На этом довольно поверхностном уровне можно рискнуть сделать сравнение: именно магическая мысль управляет потреблением, именно ментальность чуда управляет повседневной жизнью; это ментальность примитивных народов в том смысле, что ее основой является вера во всемогущество мыслей: здесь это вера во всемогущество знаков. Богатство, изобилие являются в действительности только накоплением знаков счастья» [2, с. 9].

Уделяя внимание мифологическому характеру воздействия элитарной верхушки на широкого обывателя, массового человека, Ж. Бодрийяр проводит множество параллелей с первобытными, неразвитыми социумами. Критический посыл рассуждений французского философа позволяет фокусировать внимание на острейших проблемах

современной реальности. При этом Ж. Бодрийяр не использует четкой периодизации в исторической ретроспективе потребления.

Следующий подход, в противовес позиции французского философа, подразумевает преодоление в некотором роде онтологической проблемы. Речь идет о концепции консюмеристской революции, которая связана с именами Н. МакКендрика, Дж. Брювера и Дж. Г. Пламба. Временем становления общества потребления специалисты называют в своих исследованиях XVIII в., географически локализуя его в Англии. Данное постулирование меняет отношение к проблеме, выводя ее за границы только лишь полувекового отрезка (с 1950-х гг., как отмечал Ж. Бодрийяр). Фундаментом этой теории является веберовский подход, связанный с рефлексией над процессами модернизации западных обществ. Так, Н. МакКендрик объясняет стремительное нарастание потребления бурным развитием буржуазного общества, вследствие чего были разрушены иерархические структуры в социуме, невербальные барьеры, по сути, регламентирующие жизнь и досуг обывателя, который становится важным экономическим субъектом – потребителем. А потребительский спрос превращается в активную составляющую развития промышленного капитализма.

Данные исследования были поддержаны двумя группами философов. Первая сконцентрировала свое внимание на истории становления потребления. Исследователи К. Кэмпбелл, П. Стирнс и Д. Роше писали об идее соревновательного потребления. Вторая группа авторов (Р. Бокок, Д. Миллер, Дж. Ритцер) делала акцент на важности процесса модернизации, регулярных прогрессивных изменений и концентрировалась на последствиях роста потребления для социума и человека.

Современный этап развития парадигмы общества потребления связан с появлением теории мирового консюмеризма [4], которая рассматривает изменения потребительских стандартов в ретроспективе: от традиционных социумов до нынешнего общества конца XX – начала XXI в. Английский философ и социолог польского происхождения З. Бауман в книге «Индивидуализированное общество» пишет: «Мы путешествуем ныне без всякого представления о пункте назначения, на который можно было бы ориентироваться, не пытаясь найти “справедливое общество” и даже не надеясь, что оно встретится нам по пути» [5, с. 141]. Автор делает вывод о том, что в XXI в. консюмеризм занимает преобладающую над моралью, этикой и духовными ценностями позицию, затрудняя тем самым дальнейший путь развития человечества. Такой подход, учитывая процессы глобализации, практически прекращает обсуждение феномена консюмеризма в рамках исключительно западного

общества, и проблемы, описанные Ж. Бодрийяром, могут транслироваться на все мировое сообщество.

В последней трети XX в. существенное влияние на рефлексию над проблематикой общества потребления оказывают теории постмодернизма и постструктурализма. Многие исследователи (Э. Гидденс, Ж.-Ф. Лиотар, М. Фезерстоун, У. Бек, Д. Миллер, П. Стирнс, Ф. Джеймсон, С. Жижек, С. Лэш и др.) рассматривают структуры повседневности и потребительский образ жизни человека. Некоторые авторы (Р. Бокок, Ж. Бодрийяр, П. Стирнс и др.) говорят о растущем желании обладать предметами, а также о символизации потребления. Например, американский историк и социолог П. Стирнс разделяет социальную историю на «историю событий» и «историю структур». Он пишет о том, что «история структур» чрезвычайно важна для понимания многообразия, которым детерминируется ход событий, углубляясь при этом в идею потребления мифа как в идею новой потребительской структуры [6, с. 6].

В данном контексте интересной выглядит интерпретация словенским социологом и философом С. Жижеком понятия «товарный фетишизм» К. Маркса. Исследуя критические воззрения немецкого философа, он замечает, что фетишистская материализация удваивается. Отношения людей не просто приравниваются к отношению вещей, а встраиваются в символическую структуру высшего порядка. Исследователь пишет о том, что, «к примеру, деньги – это не только символ межличностных отношений, но и воплощение социального института» [7, с. 182]. По мнению С. Жижека, фетишизация развивается благодаря абсолютной прозрачности процесса создания того или иного продукта потребительской культуры. «...Случаем этого, – продолжает он, – может служить пример недавних выпусков серий “Как снимали...”, которые непременно сопровождают все кинокартины с большим бюджетом. Возможность взглянуть на создание фильма не только не разрушает иллюзию фетишизма, но даже усиливает ее, поскольку делает различие между физическими причинами и их внешним эффектом более ощутимым...» [7, с. 183].

Идея философского осмысления процесса потребления была довольно развита и в Советском Союзе. Систематизация воззрений советских специалистов, исследовавших феномен потребления, позволяет разделить их на две большие ветви, которые можно охарактеризовать как ангажированную и неангажированную. К первой могут быть отнесены такие философы, экономисты и социологи социалистического периода, как Н. М. Кейзеров, Г. Е. Глезерман, О. П. Зубец, А. И. Арнольдов, В. П. Мотяшов, М. В. Тараткевич, С. Г. Спасибенко и др. Взгляды большинства из них были обусловлены политическим диктатом идеологии социализма. Примером такой ангажированности служат рассуждения

о необходимости формирования в социалистическом обществе «разумных потребностей», воспитания нового отношения к процессу потребления. В связи с этим приводились многочисленные эпизоды, раскрывающие пороки западного образа жизни, противопоставлялись различные ориентации и отношение к феномену потребления в западном и советском обществах. Ангажированность некоторых авторов обуславливается вынужденностью умалчивать о минусах командно-административной экономической системы, фундаментальном противоречии политики социалистического государства и рыночных механизмов.

Вторая группа связана с изменившимися геополитическими условиями и появлением постсоветских, не ангажированных советской идеологией, исследователей. Среди социально-политических предпосылок данных трансформаций следует отметить смену государственного и политического устройства постсоветского пространства, формирование рыночных отношений хозяйствования, независимую национальную политику стран бывшего СССР, возможность свободного выезда, кризис старой идеологии и отсутствие новой, политику гласности во второй половине 1980-х. Конец 1980-х – начало 1990-х гг. характеризуется острой потребностью в переосмыслении идеологических основ общества, в том числе возникает необходимость по-новому посмотреть и на процессы потребления, их роль как в жизни социума, так и отдельного человека.

Из всего многообразия трактовок общества потребления, данных неангажированными исследователями, выделяются четыре подхода:

- поведенческий;
- антропологический;
- трансформационный;
- экономико-культурный.

Поведенческий подход основывается на изучении поведения потребителя. Его особенностью является высокая степень прикладной значимости, возможность практического использования в маркетинге и рекламной деятельности. На этот подход в своих исследованиях опирались О. М. Меликян, Г. А. Васильев, Н. И. Лыгина, А. Н. Саевец, Т. Н. Макарова и другие авторы. Среди них особое место занимают разработки В. И. Ильина, который, подчеркивая значимость модернизации процесса потребления, фокусирует внимание на человеке-потребителе, связывая новации в различных аспектах потребления и прогресс социальных институтов в целом. Социолог пытается выстроить теоретическую модель общества потребления, выделяя список эмпирических индикаторов: организацию свободной торговли, маркетинговую ориентацию субъектов хозяйствования, массовую потребность в индивидуализации, возможность кредитования,

развитую систему развлекательных заведений и др. В статье «Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность» В. И. Ильин приводит их как конкретные социальные феномены, которые являются, на его взгляд, маркерами постсоветского общества потребления [8]. Неоспоримыми достоинствами данного подхода стали упорядочивание потребительских практик и систематизация капиталистических механизмов работы экономики в контексте потребления.

В центре *антропологического* подхода находится так называемый человек потребляющий. Смысл данного подхода заключается в рассмотрении глубинных пластов человеческих качеств, изменяющихся в рамках потребительских практик. Человек потребляющий – это всего лишь сравнение, относящее нас к утверждению о том, что потребление является важным элементом жизненного мира современного человека. В этом направлении активно работали Е. А. Батюта и В. П. Веряскина. Так, например, Е. А. Батюта в своих трудах, используя теорию коммуникаций, интегрирует потребительскую социологию и социальную психологию. По мнению исследовательницы, сложность феномена заставляет объединить методологические приемы и теоретические закономерности – от эмпирической психологии до философии культуры. В современности, полагает Е. А. Батюта, происходит антропологический сдвиг в анализе потребления, характеризующийся смещением исследовательского интереса от общественных параметров потребления как фактора материального производства к особым свойствам человека-потребителя. При этом Е. А. Батюта пытается включить понятия «потребитель» и «потребление» в контекст философско-антропологического знания, что позволит понять истоки человеческого желания потреблять [9, с. 3]. Достоинствами данного подхода являются интегральный характер направления, желание соединить различные концепции философии культуры, социальной философии, психологии для осознания глубинного потребительского мотива человека.

В рамках *трансформационного* подхода сам феномен потребления выступает лишь вспомогательным элементом системы при переходе от одного уклада к другому. Так, Е. А. Самарская использует термин «общество потребления», осмысливая понятия социализма и индустриального общества и отмечая при этом, что потребление может заменить собой социально-политические и идеологические механизмы и способствовать интеграции нового общества. По мнению российской исследовательницы, Советский Союз пережил особую форму консюмеризма в эпоху брежневского застоя, когда определенные вещи были знаком счастья и целью жизни, в производстве присутствовал экстенсивный рост, а идеология коммунистического будущего

превратилась в симулякр убеждений [10, с. 195]. Данный подход является попыткой переосмысления распада СССР и критики концепции потребительского общества.

Наконец, *экономико-культурный* подход фокусирует внимание исследователей на темпах и динамике развития капитализма, а также на общественно-культурных изменениях в западных обществах. Термин «потребление» рассматривается здесь скорее функционально, как эффективное средство распространения капитала, часть капиталистического хозяйственного уклада. Потребление в рамках данного подхода – это фактор, влияющий на состояние экономики. В этом направлении исследования проводят В. А. Колпаков, Г. А. Хакимов, А. С. Панарин, В. Л. Иноземцев, А. И. Колганов. Потребительский социум выступает в роли закономерного итога развития капиталистической системы. Современный этап существования технологий и прогресса становится залогом создания гигантской добавочной стоимости, погружая рядового индивида в мир благ, давая ему средства на развет-

вленную систему потребления. Проблемами при этом являются соотнесение функционирования потребительского социума в рамках развития таких феноменов, как глобализация, постиндустриальный уклад, экономика знаний. Данный подход тесно связан с экономической наукой, опирается на статистические данные и дистанцируется от достаточно сложных рассуждений об этом феномене некоторых исследователей (Ж. Бодрийяр, З. Бауман, Р. Барт).

Проведенный анализ показывает, что при всем разнообразии трактовок общества потребления представленные выше методологические подходы имеют выраженный эвристический потенциал. Каждый из них фиксирует особые черты общества потребления и выделяет характерные закономерности его становления и развития. Дальнейшее исследование современного состояния концепций общества потребления будет базироваться на перечисленных подходах, учитывая постоянно меняющиеся реалии политической, экономической и духовной жизни социума.

Библиографические ссылки

1. Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С. Социологический словарь / пер. с англ. И. Г. Ясавеева ; под ред. С. А. Ерофеева. М., 2004.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2006.
3. Леви-Стросс К. Структурная антропология. М., 2001.
4. Гопкало О. О. Британская школа исследований потребительской революции // ЖССА. 2006. Т. IX. № 3. С. 158–164.
5. Бауман З. Индивидуализированное общество. М., 2002.
6. Кузнецов Д. А. Человек в обществе потребления : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. М., 2010.
7. Жижек С. Чума фантазий. Харьков, 2014.
8. Ильин В. И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. Т. 14. № 2. С. 3–40.
9. Батюта Е. А. Трансформация «человека потребляющего» при переходе от индустриального к постиндустриальному обществу : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13. Екатеринбург, 2008.
10. Самарская Е. А. Подъем и упадок индустриального социализма. М., 2007.

References

1. Abercrombie N., Hill S., Turner B. S. [Sociological dictionary]. Moscow, 2004 (in Russ.).
2. Baudrillard J. Obschestvo potrebleniya. Moscow, 2006 (in Russ.).
3. Levi-Stross C. [Structural anthropology]. Moscow, 2001 (in Russ.).
4. Gopkalo O. O. Britanskaya shkola issledovaniy potrebitel'skoi revolutsii. *J. Sociol. Soc. Antropol.* 2006. Vol. IX, No. 3. P. 158–164 (in Russ.).
5. Bauman Z. Individualizirovannoe obschestvo. Moscow, 2002 (in Russ.).
6. Kuznetsov D. A. Chelovek v obshchestve potrebleniya : avtoreferat dissertatsii ... kandidata filos. nauk : 09.00.11. Moscow, 2010 (in Russ.).
7. Zhizhek S. Chuma fantasii. Kharkiv, 2014 (in Russ.).
8. Il'in V. I. Obschestvo potrebleniya: teoreticheskaya model' i rossiiskaya real'nost'. *Universe Russia.* 2005. Vol. 14, No. 2. P. 3–40 (in Russ.).
9. Batyuta E. A. Transformatsiya «cheloveka potrebyayushchego» pri perekhode ot industrial'nogo k postindustrial'nomu obshchestvu : avtoreferat dissertatsii ... kandidata filos. nauk : 09.00.13. Ekaterinburg, 2008 (in Russ.).
10. Samarskaya E. A. [The rise and decline of industrial socialism]. Moscow, 2007 (in Russ.).

Статья поступила в редколлегию 27.02.2017.
Received by editorial board 27.02.2017.