

стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» созданы не при всех республиканских органах государственного управления.

Высший уровень взаимодействия власти и бизнеса представлен собственно деятельностью государственных институтов, которые по-разному трактуют функции и задачи ОКС. По определению ОКС является совещательным, консультативным и (или) экспертным органом. Министерства зачастую предпочитают видеть только одну из обозначенных функций. Органы не обязаны прислушиваться к выработанным советами решениям.

Государство вступает в контакт с бизнес структурами как с целью получения больших прибылей (рост бизнеса увеличивает налоговые поступления), так и для совершенствования социальной среды. В данном случае мы видим проявление корпоративной социальной ответственности, когда органы власти предпочитают дать компаниям послабление взамен на общественные начинания. К примеру, в сентябре 2015 г. компания «Кока-Кола Бевриджиз Белоруссия» построила в Минске большой спортивный комплекс. Реализация подобной инициативы способствует как росту репутации компании, так и лучшему отношению государственных органов к запросам бизнеса.

В данный момент государством активно формируется запрос на осуществление оценки регулирующего воздействия и экспертного обоснования. При принятии новых нормативных правовых актов проводится сравнение с международным опытом. Грамотно проведенная субъектами бизнеса экспертиза способна изменить направление государственной политики в той или иной сфере.

Ясинская Л. С.

ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ГЕНЕЗИС И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ СОВЕТСКОГО ОПЫТА

*Ясинская Людмила Сергеевна, студентка 3 курса Белорусского государственного университета, г. Минск, Беларусь, yasinskayals@rambler.ru
Научный руководитель: канд. полит. наук, доцент Михайловский В. С.*

На современном этапе в постсоветских государствах идеология потребления формирует социальные различия, выполняет функции коммуникации и идентификации, выступает в качестве действенного инструмента управления не только социально-экономических, но и политических отношений. Идеология потребления есть «мягкая сила» в рамках отношений «господство-подчинение». Политические позиции людей сосредотачиваются вокруг процесса потребления, определяя его растущую значимость в политической культуре. Усвоение ценностей потребления на постсоветском пространстве можно рассматривать как следствие функционирования в советском обществе скрытой идеологии материального

потребления в рамках культуры, формально транслирующей постматериальные ценности.

Вплоть до настоящего времени распространена точка зрения об антипотребительском начале в советской политической культуре. Культивирование потребительских ценностей, нравственные сдвиги, утрата общественной консолидированности, манипулятивность сознания рассматриваются как характеристики, присущие западной модели политического устройства общества. Такой идеологически ангажированный подход априори не относит СССР к обществу потребления. Однако идея К. Маркса о производительном потреблении в советском обществе поступательно трансформируется как под воздействием внешнего фактора (проникновение западных образцов и ценностей через международное культурное взаимодействие), так и внутреннего (санкционированная государством либерализация социально-культурной сферы жизни советского гражданина). С 1950-х гг. бытовой аскетизм советского образа жизни вытесняется идеалом материального обеспечения жизни западного среднего класса. Политическая «оттепель» приводит к «культурной автономии» – население становится свободным в вопросах бытового устройства, но, в то же время, зависимым от рынка товаров массового потребления и услуг. Укрепление потребительской зависимости как отличительной черты паттерна политического поведения советского человека приходится на брежневскую эпоху. Сформировавшееся к 1970-м гг. советское общество массовой культуры потребления генерирует новые политические ожидания масс: патерналистское восприятие государства с позиций обеспечения потребительского комфорта. В качестве потребительского идеала выступает триада «квартира, дача, машина». Государство рассматривается как источник благ: постулируется его обязанность заботиться и обеспечивать высокий уровень благосостояния советских граждан. Формируется специфическая модель политического поведения советского человека государственно-патерналистской ориентации. Взаимоотношения гражданина и государства складываются на основе символического обмена «блага-лояльность». Этим объясняется и высокий уровень легитимности советской власти. К концу 1980-х гг. темпы роста потребительских устремлений масс были выше, чем развитие производственных сил: вместо обещанного материального изобилия советское общество вступило в период стремительно усиливавшегося дефицита. Обостряется противоречие между потребительством масс и способностью государства обеспечить граждан потребительскими товарами. В результате – падение доверия к власти и рост антикоммунистических настроений, приведший к распаду СССР.

В постсоветский период в результате смены политического режима, переориентации на либерально-демократические ценности западного образца, смены идеологических предпочтений отмечается повсеместное сохранение потребительских ценностей, идеалов и практик. Это позволяет сделать вывод,

что на современном этапе идеология потребления несет в себе угрозу уже для либерально-демократического государственного строительства. Идеал предприимчивого индивида, стремящегося независимым трудовым усилием достигнуть утилитарного успеха, совместим с идеологией потребления на уровне «индивидуальных начальных возможностей», но противоречит ей на уровне «индивидуальных конечных результатов». Результаты рыночной конкуренции для «потребительских аутсайдеров» генерируют политическую реакцию. И если в мусульманских странах – религиозный фундаментализм, т. е. демократический откат, то на постсоветском пространстве наоборот – требование более радикальных либерально-демократических реформ и, как следствие, еще большая фрустрация от итогов «либеральной конкуренции». Парадокс в том, что социализм со своим флагманским лозунгом «от каждого по способностям, каждому по потребностям» в большей степени, чем либерализм соответствует ожиданиям общества потребления. И здесь возникает идеологическая ловушка: либерализм в итоге разочарует постсоветское общество потребления, к социализму возврата не будет из-за ангажированного подхода к СССР, в итоге гипотетически остается «правая альтернатива».