

**Мищенко Елена Юрьевна**

аспирант кафедры философии  
Северо-Кавказского федерального университета

**ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ:  
СТАНОВЛЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ,  
ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Аннотация:**

*В статье представлены результаты философского анализа общества потребления как некоей реальной социальной структуры, рассмотрены предпосылки и этапы его становления, выявлены характерные черты. Особое внимание уделено анализу проблем этого социума и вариантов его дальнейшего развития. Автором обосновывается точка зрения о том, что наличие разнообразных и противоречивых взглядов на проблемы и перспективы общества потребления свидетельствует о сложности этого феномена и практической значимости его осмысления, а также предоставляет необходимую теоретико-методологическую базу разработки эффективных механизмов преодоления негативных последствий, связанных с развитием этого социума.*

**Ключевые слова:**

*общество потребления, вещи, капиталистическая экономика, потребительское поведение, потребительское сознание.*

**Mishchenko Elena Yuryevna**

PhD student, Philosophy Department,  
North Caucasus Federal University

**THE CONSUMER SOCIETY:  
FORMATION, PROBLEMS,  
PROSPECTS**

**Summary:**

*The article presents the philosophical analysis of the consumer society as a real social structure. It considers prerequisites and stages of its formation, as well as its typical features. Particular attention is paid to the analysis of problems of this society and the options for its further development. The author substantiates the opinion that the presence of diverse and conflicting views on the problems and prospects of the consumer society indicates the complexity of this phenomenon and the practical significance of its comprehension, as well as provides the essential theoretical methodological framework for the development of effective mechanisms to overcome the negative consequences associated with the evolution of the consumer society.*

**Keywords:**

*consumer society, things, capitalist economy, consumer behavior, consumer consciousness.*

Изменения экономики и политической системы постсоветского общества привели к большим трансформациям потребительских ориентиров и их роли в жизни людей. Эти достаточно высокие стандарты потребления были одними из важнейших ориентиров общества в период реформ, а стремление к ним – мощной движущей силой. Действительно, в современном мире потребление стало играть важную роль в формировании ценностных ориентиров общества, а значит, выступать предметом дискуссий в СМИ.

Ж. Бодрийяр считает, что в современном обществе люди окружены не столько людьми, сколько вещами. Индивиды современного общества больше не заняты общением друг с другом, а увлечены стремлением завладеть, изучить эти материальные блага, которые постоянно видят в рекламе, заполняющей их сознание в таких масштабах, что эти блага видятся им даже во сне. Каждый индивид живет не в окружении себе подобных, а в обществе этих бестелесных, безмолвных форм, взирающих на него со всех углов, шепчущих о могуществе, безграничных возможностях и сверхъестественной силе, а также об отсутствии друг для друга. Люди становятся функциональными благодаря этому симбиозу с вещами [1, с. 4].

Обычно выделяют восемь условий становления общества потребления:

1. Существование большого количества предметов, достаточного для удовлетворения нужд населения по доступным ценам. Данное условие было выполнено благодаря развитию массового производства, способствующего удешевлению товаров, а также предложению большого ассортимента и достаточно быстрой замены одного товара на другой.

В XIX в. экономика развивалась в русле теории кейнсианства, что проявлялось в главенствующей роли спроса по отношению к производству и инвестициям, проведении активной кредитной и денежной политик, которые увеличивали расходы и стимулировали рост экономики в целом. Ж. Бодрийяр считает, что кредит является одной из главных предпосылок возникновения современного общества потребления, определяя кредит как достаточно дисциплинированный процесс получения сбережений от населения и регулирования спроса.

2. Революция в торговле. Следом за изменениями в качестве производства возникла необходимость в изменении самой системы торговли. Торговля прошла этап специализации, повышения уровня разнообразия. В США и Европе стали возникать большие торговые центры.

3. Одним из условий возникновения и развития общества потребления выступает развитие и распространение личных свобод, индивидуального предпринимательства и свободной конкуренции. Также у потребителя должно быть время, которое он способен тратить на приобретение благ. Сокращение рабочей недели в Европе и Америке ведет к дальнейшему повышению социальной мобильности населения.

4. Важной основой становления общества потребления выступает урбанизация. Она представляет собой процесс, отражающий коренные изменения в экономической и социальной сферах общества, характеризующиеся ростом городов, концентрацией населения в них и, соответственно, распространением образа жизни городских жителей. По мнению Ж. Бодрийера, город представляет собой место эскалации потребления – «цепной реакции» дифференциации, санкционируемой «тотальной диктатурой моды» [2, с. 78].

5. Трансформация потребительской структуры. С середины XIX в. досуг начинает выступать как потребительское благо и характеризуется как время, которое нужно для возможности потребления услуг и товаров.

6. Выведение сферы потребления за рамки религиозного контроля и влияния.

7. Ценностные изменения. Начинается процесс возникновения новых общественных регуляторов сферы потребления, таких как этичность и мораль потребления, потребительская культура, в которых потребление выступает как некая ценность.

8. Появление и развитие методов воздействия на сознание и подсознание покупателя, формирование потребительского спроса и управление самим процессом потребления. Возникновение маркетинговых технологий стало одним из важных условий создания эффективной системы безудержного потребления благ [3, с. 129].

Что касается проблем общества потребления, то оценочные суждения философов по этому поводу значительно разнятся. Р. Инглхарт, к примеру, разработал теорию постматериализма, в соответствии с которой дальнейшее развитие в рамках капиталистической парадигмы видится благоприятным. Он считает, что изменение ценностей происходит достаточно естественным образом в обществах с развитой экономикой, где личности чувствуют больший уровень безопасности в сравнении с предыдущими поколениями. Отмечая существование взаимосвязи возникновения материальной системы ценностей с промышленной революцией, Р. Инглхарт отмечает, что, несмотря на повсеместное распространение в индустриальном обществе новых технологий труда с использованием машин, большая часть европейцев ощущала необходимость борьбы за свою экономическую безопасность. Он не отрицает, что экономическая безопасность в современном обществе желанна, но считает, что она перестала быть одним из синонимов счастья. Переход к «постматериальным» ценностям не означает отказ от развития капитализма, а представляет собой переход от ценностей выживания к ценностям самовыражения и не связан с отказом от достижений индустриального общества. Эту теорию стоит отнести к оптимистичной версии осмысления современности, «где последняя понимается как более интенсивная реализация тех тенденций, которые были уже изначально заложены в самой природе модерна» [4, с. 47]. Однако Инглхарт отмечает, что «ценности постмодерна получают наибольшее распространение в обществах, где уровень богатства и степень уверенности в будущем – наивысшие; для населения скудно живущих обществ на первый план будут выдвигаться по преимуществу ценности выживания» [5, с. 24].

Другая точка зрения на вопрос преодоления проблем общества потребления предлагается И. Валлерстайном. Современную систему общества он определяет как «капиталистическую мироэкономику», которая зародилась в XVI в. в Европе и распространилась по всему миру. Он считает, что идеологией капитализма является европейский универсализм, вера в то, что только благодаря европейской цивилизации возможно существование современности, а сама современность в свою очередь представляет собой набор различных обычаев, норм и практик, развивающихся в капиталистической мироэкономике. Ценности европейской цивилизации становятся всеобщими, поэтому следование им переходит в разряд исторической необходимости. Что касается потребления, то оно отличается неравномерностью, существуют кардинальные различия в уровне и возможностях потребления, как между странами, так и в пределах одной страны. Это способствует возрастанию разрыва между развитыми и развивающимися обществами. В условиях существования таких изменений и неравенства необходима поддержка сил, способных преодолеть неравномерность потребления и способствовать созданию более демократического мира. По Валлерстайну, есть два пути решения проблем современного общества потребления: первый состоит в создании некапиталистической авторитарной миросистемы, которая будет использовать силу и обман, чтобы позволить увеличивать неэгалитарное потребление, а второй состоит в изменении цивилизационных ценностей современных обществ. Именно второй путь, как полагает ученый, является более демократичным и правильным для современного мира [6].

В целом перспективы развития общества потребления представляются большинству ученых не особо благоприятными. Основой общества потребления выступает капиталистическая рыночная экономика, которая базируется на максимальной прибыли. Подчинение экономической системы рынку приводит к серьезным последствиям для социальной организации. Общество превращается в своеобразный придаток рынка.

В обществе, где рыночные конкурентные отношения преобладают над всеми остальными, будет происходить упадок межличностных отношений. Отношения между людьми связаны с привязанностью к определенному человеку, а в таком типе общества друзья, соседи станут легко заменяемыми на равноценные альтернативы [7, с. 95].

Все больше ученых отмечают размывание среднего класса в развитых странах. Происходит рост бедного и очень бедного населения. А до недавнего времени вся модель мирового экономического развития базировалась на потребительском спросе среднего класса в развитых странах.

Общество столкнулось с проявлением фундаментального, системного и аксиологического кризисов, которые охватили все сферы жизнедеятельности общества. Ярко проявляется антропологический кризис, выступающий в конфликте природного и социального. Происходит сокращение сообразной человеку среды обитания, разрушение традиционных институтов культурной преемственности, нарастают деструктивные социальные практики, истощается креативная энергия повседневной деятельности людей, утрачивается позитивный образ будущего и усиливаются негативные настроения по отношению к нему.

Важной проблемой на пути развития общества потребления стоит экологический кризис. Экологическое и социальное развитие в современном мире пришло в противоречие с ограниченными ресурсовоспроизводящими и жизнеобеспечивающими возможностями биосферы. Постоянная вырубка лесов, активное развитие индустриальной деятельности человека, приводящее к изменению климата Земли, загрязнение вод Мирового океана – все это последствия потребительского отношения к окружающим природным ресурсам.

Таким образом, общество потребления зарождалось в процессе развития самого общества, становления экономической системы и изменения социальных ориентиров личностей. Компоненты общества потребления постоянно изменялись и трансформировались. Это характеризует общество потребления как динамичную и внутренне противоречивую систему. Данные противоречия представляют собой базу для выработки альтернативных философских методов и подходов к вопросу развития современных обществ и разрешения проблем, связанных с потреблением.

#### **Ссылки:**

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006. 269 с.
2. Там же.
3. Овруцкий А.В. Феноменология общества потребления // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2011. № 1. С. 127–131.
4. Сергодеева Е.А. Подозрение как феномен современной культуры // Философские науки. 2013. № 6. С. 40–49.
5. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // Политические исследования. 1997. № 4. С. 6–32.
6. Валлерстайн И. Европейский универсализм: риторика власти // Прогнозис: журнал о будущем. 2008. № 2. С. 3–56.
7. Музыченко А.В., Назарова Н.С., Стрижова И.А. Общество потребления в эпоху глобализации: социально-политические аспекты. Одесса, 2014. 196 с.

#### **References:**

1. Baudrillard, J 2006, *Consumer society. Its myths and structures*, Moscow, 269 p.
2. Baudrillard, J 2006, *Consumer society. Its myths and structures*, Moscow, 269 p.
3. Ovrutsky, AV 2011, 'Phenomenology of the consumer society', *Society. Wednesday. Development (Terra Humana)*, no. 1, p. 127-131.
4. Sergodeeva, EA 2013, 'Suspicion as a phenomenon of modern culture', *Philosophical Sciences*, no. 6, p. 40-49.
5. Inglehart, R 1997, 'Postmodern: changing values and changing society', *Political Studies*, no. 4, p. 6-32.
6. Wallerstein, I 2008, 'European Universalism: rhetoric of power', *Prognosis: the magazine of the future*, no. 2, p. 3-56.
7. Muzychenko, AV, Nazarova, NS & Strizhova, IA 2014, *Consumer society in the era of globalization: the social and political aspects*, Odessa, 196 p.