

Общество потребления: проблема деформации ценностных установок людей

Научный руководитель – Медведев Вячеслав Альбертович

Кугушева Ирина Николаевна

Студент (бакалавр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Институт гуманитарных наук и искусств, Екатеринбург, Россия

E-mail: irinochka-irisha@mail.ru

Современный человек живет в ту эпоху, когда научно-технический прогресс достиг небывалых масштабов, покорение космического пространства стало обычным делом, медицина позволяет создавать ткани и рибосомы, а за появлением на рынке новых товаров и услуг и вовсе невозможно уследить. Сегодня человек не борется за физическое выживание, как это было тысячелетия и даже несколько сотен лет назад, он строит полноценную и гармоничную жизнь в благоприятных для этого условиях. Неограниченное производство различных товаров и услуг позволяет людям удовлетворять бесчисленное множество своих потребностей.

Человек живет в определенных социокультурных условиях: он взаимодействует с другими людьми, выполняя различные роли, выбирает стратегии поведения, придерживается ценностей и идеалов, принятых в обществе. Люди испытывают потребность в осуществлении социокультурной интеграции в общество, конструировании своей социальной идентичности. На сегодняшний день потребление стало инструментом формирования социального статуса и способом подчеркнуть свою индивидуальность. Человек приобретает, скорее, не товары или услуги, а средства самовыражения [2].

На современном рынке для людей нет ограничений ни в чем: ассортимент товаров с каждым днем расширяется, появляется все большее количество брендов. Человек находится в условиях неограниченного выбора - он имеет возможность приобрести даже то, что ему «не по карману», ведь для этого существует развернутая система кредитования. Установка людей на обладание как можно большим количеством благ привела к появлению особой модели поведения, навязывающей им обязанность играть роль потребителей.

Сложившиеся в условиях общества потребления повседневные практики и жизненные стратегии показывают: большинство людей не осознают тот факт, что они являются «заложниками рыночной системы». Их критическое мышление находится за кулисами, а главную роль на сцене играет модель поведения, ориентированная на получение все большего количества товаров и услуг. Современный человек подобен роботу, запрограммированному на механическое выполнение основной функции - потреблять.

На сегодняшний день общество превратилось в систему, составной частью которой является не только производство товаров и услуг, но и синтез самих потребностей, желаний, интересов людей. Такая система не может существовать без главного ресурса - человека как потребителя. Кардинально изменилась экономическая система и логика ее развития: объективным фактором динамики рынка стали самые разнообразные, порой причудливые желания потребителей [1].

Справедливы слова Лоуренса Питера о том, что экономика является искусством удовлетворять безграничные потребности при помощи ограниченных ресурсов. Однако невольно возникает вопрос: почему современная экономическая система направлена не столько на удовлетворение потребностей, сколько на их формирование? Экономика с давних пор понимается как хозяйство, деятельность по сохранению и развитию благоприятной для

жизни и деятельности среды. Сегодня характер экономической системы изменился коренным образом: она способствует развитию общества потребителей, культуру потребления превратила в материальную экономическую силу. Основа такой экономики - качественно новый тип личности, главной чертой которой является склонность к приобретению все новых товаров и услуг. Вспомним слова Эриха Фромма: «Потреблению присущи противоречивые свойства: с одной стороны, оно способствует уменьшению ощущения беспокойства и тревоги, поскольку то, чем человек владеет, не может быть у него отобрано; но с другой - оно вынуждает человека потреблять все больше и больше, так как всякое потребление со временем перестает приносить удовольствие. Нынешние потребители вполне могут определять себя по такой формуле: я есть то, чем я обладаю и что я потребляю» (Фромм, 2017, С. 47). Большинство людей считают обладание наиболее естественным способом существования, а порой и даже единственно приемлемым образом жизни. Человек теряет себя как личность, не способен сказать «нет» своим безграничным «потребительским порывам», его ценностные установки деформируются.

В обществе потребления на первом месте находится целерациональная модель поведения. Главенствующими являются вопросы, касающиеся того, как больше заработать, как эффективно потратить средства. Вспомним, какую жизненную стратегию Э. Фромм противопоставляет личности, ориентированной на бытие. Философ говорит о человеке, живущем по принципу обладания [3]. При таком способе существования самым важным является приобретение. Люди охвачены желанием покупать товары и услуги. Нередко те черты характера, благодаря которым человек способен оставаться человеком, перекрываются теми, которые позволяют быть успешным потребителем. Такие качества как доброта, честность, щедрость, искренность, милосердие, бескорыстие, человеколюбие теряются на фоне стремления извлечь как можно больше выгоды, схитрить, поставить свои интересы на первое место.

Сегодняшняя экономика сформировала особую надындивидуальную реальность. Общество потребления главенствует над человеком: определяет характер его поведения, желания, интересы и цели, а главное, способ мышления. Стремиться купить больше и лучше стало привычным делом, вросло в «ткани самосознания личности». Такое поведение не воспринимается как отклонение от нормы, а считается эффективной жизненной стратегией. Экономика, которая должна быть мерилom человеческого прогресса, выступает сегодня в роли «лакмусовой бумажки», наглядно демонстрирующей, что индивид-потребитель этически деградирует.

В сегодняшнем обществе, мастерски играя роль потребителя, человек теряет себя как личность, способную противостоять своим потребительским инстинктам. Искусство потреблять люди освоили в высшей степени, а вот освоили ли они искусство потребляя оставаться человеком - вопрос, на который сложно дать утвердительный ответ.

Источники и литература

- 1) Ильин В. И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России, Социология. 2005. No. 2. С. 3-38.
- 2) Клевцова Е. В. Проблема потребностей и потребления в современном российском обществе // Вестник Ом. ун-та, Социология. 2011. No. 3. С. 57-58.
- 3) Фромм Э. Иметь или быть? Москва, 2017.