

***ВАСИЛОВСКАЯ Екатерина Андреевна**, аспирант кафедры философии Красноярского государственного аграрного университета. Автор двух научных публикаций**

САМОВОСПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ В XX ВЕКЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В работе представлена попытка объяснить исторические истоки антипотребительского движения (антиконсюмеризма) с позиций аксиологии и концепции аутопойезиса Н. Лумана. Целью данной статьи является выяснение условий возникновения идеологии антиконсюмеристских движений середины – конца XX века и порожденных ею социальных практик на индивидуальном и социальном уровнях. В качестве аксиологического фактора антиконсюмеризма рассмотрен феномен ресентимента (на основе концепций Ф. Ницше и М. Шелера), в качестве социально-системного фактора – аутопойезис общества потребления. Показаны связь феномена ресентимента со средним классом, творческий характер и значимость ресентимента в формировании новых ценностей в обществе потребления, а также зависимость интенсивности антипотребительского движения от усиления властной иерархии в обществе. Временем возникновения и массового распространения феномена ресентимента мы считаем эпоху Реформации (XVI–XVII века), что совпадает с началом формирования капиталистической формации. В то же время антиконсюмеризм представляется как аутопойезис общества потребления, т. е. он формируется самой системой потребления с целью самовоспроизводства общества, что объясняет неспособность различных движений и контркультуры к эффективному противостоянию обществу потребления. В статье рассмотрены механизмы нейтрализации социальных движений (на примере молодежных субкультур) аутопойетической системой. Дан анализ некоторых теоретических прогнозов относительно будущего общества потребления и сделан вывод о том, что его дальнейшее существование неопределенно в силу внутреннего структурного кризиса капитализма.

Ключевые слова: антиконсюмеризм, общество потребления, аксиология, ресентимент, аутопойезис, антикапиталистические движения.

Развитие общества потребления в странах Запада в XX веке привело к возникновению многочисленных движений протеста антикапиталистического, антиглобалистского, экологического характера. Однако антипотребитель-

ская идеология (антиконсюмеризма) берет начало еще в античной философии и прослеживается на протяжении всей истории западноевропейской мысли. Необходимо прояснить, с помощью каких социальных механизмов

*Адрес: 660017, г. Красноярск, ул. Ленина, д. 117; e-mail: catharsis09@yandex.ru

осуществлялось самовоспроизводство антиконсюмеризма и самого общества потребления на этапе его экономического и социального расцвета. Целью данной статьи является выяснение условий возникновения антиконсюмеристской идеологии и порожденных ею индивидуальных и социальных практик, существовавших в XX веке. В качестве таких условий предлагаются аксиологический и социально-системный факторы.

В качестве основы аксиологического фактора антиконсюмеризма в нашем анализе выступает феномен ресентимента. Еще Диоген Синопский отметил различие между подлинным опрощением и опрощением, основанным на зависти бедных к богатым [1, с. 223]; однако можно допустить, что ресентимент обладает творческим потенциалом и может привести к формированию новой системы ценностей, основанной на минимизации потребления и поиске иных, не связанных с потреблением способов самореализации.

Согласно определению М. Шелера, «само слово “ресентимент” указывает <...> на то, что названные душевные движения строятся на предшествующем схватывании чужих душ, движений, то есть представляет собой ответные реакции. Таким реактивным движением и является импульс мести в отличие от активных и агрессивных импульсов дружелюбной или, наоборот, враждебной направленности» [2, с. 14]. Для того чтобы ресентимент был сформирован, необходимо, чтобы индивид или группа находились в подчиненном положении у другого индивида или группы и испытывали чувство озлобления и жажду мести из-за беспомощности, невозможности изменить свое положение. Хотя ресентимент и представляет собой ответную реакцию индивида на среду, он является, по сути, внутренним выбором личности. Подчинение не всегда предполагает возникновение ненависти и озлобления, поэтому мы считаем его внутренним фактором, основанным на человеческой свободе. В аспекте потребительского поведения индивида отсутствие ресентимента приводит его к «добровольной простоте»,

уходу из «гонки потребления», наличие ресентимента – к внутренней борьбе, результатом которой может стать творческая трансформация ресентимента в «добровольную простоту» или в борьбу против системы общества потребления.

Введший в научный оборот термин «ресентимент» Ф. Ницше приписывает этот феномен рабской морали [3, с. 32] главным образом из-за его реактивного характера, в то время как мораль аристократов отличается активностью, независимостью от внешних условий, волей к самоутверждению. Аскетизм Ницше также связывает с рабской моралью, с защитным инстинктом вырождающейся жизни, борющейся за выживание, однако обращающимся против своего носителя. Подобную мысль мы находим и у Э. Фромма: «“Смирненность” коренится в неистовой ненависти, которая по тем или иным причинам не может быть направлена наружу и обращается против самого ненавистника <...> отношение к другим и отношение к себе самому не бывают противоположны; они в принципе параллельны» [4, с. 100]. Здесь мы имеем дело с желанием разрушить объект мести, поскольку в таком случае уничтожается объект, с которым себя сравнивают субъекты ресентимента.

Ресентимент выступает основной причиной множества террористических актов, имеющих материальную или статусную подоплеку. В частности, С. Жижек отмечает, что причиной волнений во французских пригородах осенью 2005 года было требование признания, «основанное на размытом, глухом ресентименте» [5, с. 62–63]. Кажется, что массы бедных, лишенных средств к существованию людей пытаются добиться справедливости и выразить накопившуюся агрессию. Однако при более внимательном изучении ситуация оказывается не настолько простой. По мнению С. Жижека, протестующие не были на грани голода и им не приходилось бороться за выживание. Бунты были попыткой обрести признание в качестве граждан, стать зримыми – на это указывает факт отсутствия политической программы у протестующих [5, с. 63–64].

Э. Фромм фактически привязывает ресентимент к среднему классу и относит его массовое проявление к эпохе Реформации: «Этот класс, в действительности завидуя богатым и сильным, способным наслаждаться жизнью, рационализировал свою неприязнь и зависть в терминах морального негодования, в убеждении, что эти высшие слои будут наказаны вечным проклятием» [4, с. 99]. Важно понять, что предметом зависти выступает не богатство как таковое (в Новое время происходило накопление капитала средним классом), а сама возможность наслаждаться им, которая противоречила основам протестантской этики. Поэтому образ жизни зажиточных и наслаждающихся людей вызывал в среде добропорядочных бюргеров разрушительные эмоции и жажду мести. Это нашло отражение в религиозных представлениях: «Образ Бога-деспота, которому нужна безграничная власть над людьми, их покорность, их уничижение, – это проекция собственной завистливости и враждебности среднего класса» [4, с. 99].

Что касается беднейших слоев населения, то, на наш взгляд, есть ряд факторов, препятствующих широкому распространению среди них ресентимента. Во-первых, эта категория населения озабочена прежде всего поиском средств к существованию, а не представлением себе наслаждающихся жизнью богатейших слоев общества. Следует отметить, что с ростом благосостояния населения и распространением средств массовой информации неизбежен рост ресентиментных настроений в обществе. Во-вторых, как показала история рабочего класса за последние полтора столетия, бедные более склонны к организованным акциям протеста, стачкам, революциям и т. д.: они ставят перед собой конкретные политические цели и добиваются изменения своего положения. Ресентименту же сопутствует чувство бессилия, невозможности изменить сложившуюся ситуацию, что выливается как раз в описанные выше спонтанные теракты.

Хотя ресентимент встречается в любых социальных системах, поскольку в любом обществе есть отношения по типу «господство–

подчинение», до определенного этапа это явление не было массовым. Как пишет М. Шелер, «средневековый крестьянин, живший до XIII века, не сравнивал себя со своим господином, ремесленник не сравнивал себя с рыцарем и т. д. Крестьянин равнялся в лучшем случае на более богатого или уважаемого крестьянина – и точно так же дело обстояло у всех: сравнение происходило только внутри собственной сословной сферы» [2, с. 30], иначе говоря, распространение ресентимента в докапиталистическую эпоху было минимально. С приходом Реформации и сменой ценностей, доминирующих в обществе, начинается выстраиваться «система конкуренции» (терминология М. Шелера), в которой формируется установка на сравнение себя с окружающими, а занимаемое социальное положение уже не кажется жестко фиксированным, а временным, текучим, преходящим. Подобная трансформация происходит со всем обществом, где появляются такие явления, как карьеризм, демонстративное потребление и ресентимент. Необходимо также отметить, что, несмотря на рост «коллективного богатства», характерный для общества потребления, его распределение крайне неравномерно: с ростом благосостояния происходит усиление социальной поляризации, что способствует росту ресентиментных настроений среди масс.

Одновременно с расширением распространения ресентимента в Новое время в философии, как и в эллинистическую эпоху, просыпается интерес к антиконсумеризму. И здесь не случайный параллелизм: изменения во властной структуре общества в эпоху эллинизма (например, заимствование с Востока жестких иерархических отношений), вероятно, способствовали росту ресентиментных настроений и совпали по времени с расцветом античной философии «опрощения жизни», представленной кинизмом и эпикуреизмом. В Новейшее время антиконсумеризм становится тесно связанным с марксизмом и другими антикапиталистическими движениями, например антиглобализмом. Таким образом, можно наблюдать закономерность, при которой рост ресентимента обычно сопровождается ростом антиконсумеризма.

Эта прямая зависимость указывает на то, что ресентимент выступает в качестве одного из источников антиконсюмеризма.

Здесь нам следует вернуться к типологии моралей Ф. Ницше. Философ описывает мораль аристократов следующим образом: «Они действуют и вырастают независимо, они ищут свое противоположение только для того, чтобы еще благодарнее, еще радостнее сказать самим себе – “да”» [3, с. 32]. Можно сказать, что антипотребительство в случае отсутствия ресентимента является аристократической, жизнеутверждающей моралью, идущей от самих философов, без оглядки на других. Такие характеристики более всего подходят для «философии опрощения».

В случае организации антипотребительских, антиглобалистских и иных движений, на наш взгляд, ресентимент творчески перерабатывался из морали рабов в мораль аристократов. О такой возможности писал сам Ницше: «Восстание рабов в морали начинается с того, что *ressentiment* становится творчеством и порождает ценности» [3, с. 32], отмечая, что «все хорошие вещи были некогда вещами дурными; из всякого наследственного греха произошла наследственная добродетель» [3, с. 141]. Эти указания свидетельствуют об историческом характере морали рабов и морали аристократов, о том, что их смена и взаимопереход закономерны. Это может произойти как на уровне индивида, так и на уровне общества в целом. Поэтому мы можем наблюдать корреляцию уровня ресентиментных настроений в обществе с уровнем социальных явлений антипотребительского характера. В такой ситуации социальный гнев и бессильная злость трансформируются в новую систему ценностей, критикующую сложившиеся несправедливые социальные порядки, что приводит к бунту против системы или уходу от нее. Как мы показали выше, антиконсюмеризм имеет творческий характер и превыше всего ставит ценности жизни и развития человека, духовного и физического, стремится к «оздоровлению» экономических и социальных отношений; речь идет о «веселом аскетизме обожествленного оперившегося

зверя, который более парит, чем покоится над жизнью» [3, с. 133].

В качестве второго, социально-системного, фактора формирования антиконсюмеризма в прошлом веке мы выделяем такое системное свойство общества, как аутопойезис. На наш взгляд, можно рассмотреть взаимодействие антиконсюмеризма и общества потребления как аутопойезис общества потребления. Действительно, существование системы потребления зависело от того, насколько успешно она будет бороться с неизбежным сопротивлением ей. Процесс изоляции системой некоторой своей части и ее самонаблюдение описаны немецким социологом Н. Луманом: «Оперируя аутопойетически, система совершает то, что она совершает, и ничего кроме этого. Следовательно, она проводит некоторую границу, образует форму и оставляет в стороне все иное. После этого подвергшееся исключению она может наблюдать как окружающий мир, а саму себя – как систему <...> осуществляя это, она может продолжать собственный аутопойезис» [6, с. 193]. В данном случае изолирующаяся часть потребительских отношений – антиконсюмеризм. Как мы уже заметили в нашем историческом анализе, антиконсюмеризм выделился из всего массива товарно-денежных отношений еще на заре их развития – в Античности. В свою очередь общество потребления также является аутопойетической системой, которая с помощью антиконсюмеризма изучает свои слабые места, «прорехи», чтобы затем предусмотрительно сделать невозможной ту или иную форму бунта, иными словами, кооптировать сопротивление.

Рассмотрим проявление аутопойезиса на примере такого феномена, как молодежные субкультуры. Участие молодежных субкультур в противодействии идеологии и культуре консюмеризма представляется проблемным. С одной стороны, ряд субкультур манифестировал себя как противоположные культуре общества массового потребления (например, хиппи, экологи, панки, отчасти рейв-культура и т. д.). С другой стороны, это не мешает этим же субкультурам прийти до гедонизма (особенно хиппи, рейв)

и вскоре после своего появления коммерциализироваться. Проблема заключается не только в том, что общество потребления – это система различий вместо уравнивания, а значит, субкультуры изначально встроены в консюмеристскую культуру капиталистической системы [7; 8, с. 57] и поэтому отражают ее свойства и существуют неразрывно с ней.

В обществе потребления товаром становится сам образ жизни и абсолютно любой образ жизни может быть выставлен на продажу, даже максимально избегающий потребления. Ведь даже если люди перестанут покупать брендовые товары и следить за новинками, они все равно будут что-то покупать: пищу (в случае самостоятельного ее производства – сельскохозяйственное оборудование), книги, товары для творчества, средства связи и т. д. Гибкость рынка такова, что он может подстроиться и под эти минимальные требования с максимальной для себя выгодой. Террористические акции анархо-примитивистов, скандальные акции Greenpeace и других организаций подвергают сомнению осмысленность экологического и антиконсюмеристского активизма. Подрывается не только цель антиконсюмеризма, но и средства ее достижения. Коммуникативные акты антиконсюмеризма вбираются, встраиваются в систему потребления, однако и продуцируются самой системой потребления.

До XXI века подлинную угрозу системе общества потребления, по нашему мнению, представляло отсутствие реакции на потребление. В таком случае система перестает самовоспроизводиться за счет противоречия самой себе. Возникает ситуация дефицита информации, которая сказывается на обществе негативно. Подобную парадоксальную форму борьбы с системным насилием предлагает С. Жижек: «...социальное “ничто” (статическое равновесие системы, ее простое, без каких-либо изменений, воспроизведение) “стоит больше, чем нечто” (изменение), то есть требует большой энергии, а значит, первый шаг к изменению в системе – отключение деятельности, бездействие» [5, с. 163]. Следовательно, манифестации

антипотребления и массовые акции не являются действенной формой деконструирования общества потребления. Гораздо большим эффектом могло бы обладать мнимое устранение от борьбы, «мнимое» потому, что оно проходит незаметно для общества и его институтов (бизнеса, СМИ, массовой культуры и т. д.).

В настоящее время программа капитализма и порожденного ею общества потребления вошла в свою кризисную фазу. В связи с этим необходимо рассмотреть некоторые прогнозы развития общества потребления в XXI веке.

А.В. Овруцкий, прогнозируя дальнейшее развитие общества потребления, выделяет следующие сценарии: 1) эволюционный (общество сверхпотребления); 2) трансформационный (ограничение потребления, смена общественной формации); 3) промежуточный (гармонизация потребления) [9, с. 322–323]. Автор подчеркивает, что радикальная аскетизация потребления может произойти в случае установления авторитарного государственного режима с деградацией экономических структур и перераспределением средств на внешние нужды, иначе говоря, при глубокой трансформации общества по советскому образцу с переходом от «культуры растраты» к «культуре накопления». Промежуточный вариант предполагает гуманизацию и смягчение системы потребления.

С точки зрения мир-системного анализа настоящую опасность для капитализма и связанного с ним общества потребления представляют «дальнейшее расширение товаризации всего, растущая мощь мировой семьи антисистемных движений, нарастающая рационализация человеческой мысли» [10, с. 139]. Таким образом, сценарий «товаризации всего» (коммодификации), «сверхпотребление» и рост антиконсюмеризма вписываются в логику капитализма и ускоряют его падение, реализовывая проект капиталистической мир-экономики до конца. Кризисный, переходный характер современного капитализма делает невозможным точное предсказание дальнейшего развития как капитализма, так и результатов его функционирования – общества потребления и антиконсюмеризма.

Выводы:

1. Аксиологическим фактором антиконсюмеризма выступает феномен ресентимента – реактивный импульс мести и злобы в ответ на ситуацию подавления, подчинения или унижения. Однако ресентимент обладает творческим характером и может привести к отрицанию объекта зависти и генерированию новой морали путем переоценки ценностей.

2. Ресентимент присущ главным образом среднему классу и приобретает массовый характер в эпоху Реформации в связи с выстраиванием «системы конкуренции», характерной для капиталистического общества. Конкуренция при общем росте благосостояния общества, происходящем одновременно с усилением социальной поляризации, способствует росту демонстративного потребления, с одной стороны, и ресентимента – с другой.

3. Исторически периоды интенсивного развития антиконсюмеризма коррелируют с периодами обострения чувства ресентимента, что

может быть связано с обострением конкурентных отношений или усилением властной иерархии в обществе, когда массы начинают испытывать чувство беспомощности и озлобленности.

4. Социально-системным фактором развития антиконсюмеризма выступает то, что в нем проявляется аутопойезис общества потребления. Выступления против системы потребления ею же ассимилируются, в результате чего укрепляются основы данного общества. Капиталистическая экономика оказывается очень гибкой и может прогибаться под проявления неповиновения вроде отказа от чрезмерного потребления, настраиваясь на продажу более востребованного в данный момент образа жизни.

5. В связи с внутренним структурным кризисом капиталистической мир-экономики в конце XX века, вызванным предельным накоплением капитала и приближением к пределу товаризации, общество потребления и антиконсюмеризм как феномены капитализма испытывают кризис и их развитие в XXI предсказать невозможно.

Список литературы

1. Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. М., 1998. 576 с.
2. Шелер М. Ресентимент в структуре моралей. СПб., 1999. 231 с.
3. Ницше Ф. Генеалогия морали. СПб., 2011. 224 с.
4. Фромм Э. Бегство от свободы. М., 2007. 272 с.
5. Жижек С. О насилии. М., 2010. 184 с.
6. Луман Н. Общество общества. М., 2011. 640 с.
7. Хиз Дж., Поттер Э. Бунт на продажу: как контркультура создает новую культуру потребления. М., 2007. 456 с.
8. Щипакина Л.А. Контркультура как объект социально-философского анализа // Гуманит. науки и образование. 2010. № 3. С. 55–58.
9. Овруцкий А.В. Социальная онтология потребления: научные представления, модели, общество потребления: дис. ... д-ра филос. наук. Ростов н/Д., 2012. 394 с.
10. Валлерстайн И. Исторический капитализм. Капиталистическая цивилизация. М., 2008. 176 с.

References

1. Diogenes Laertius. *O zhizni, ucheniyakh i izrecheniyakh znamenitykh filosofov* [Lives and Opinions of Eminent Philosophers]. Moscow, 1998. 576 p.
2. Scheler M. *Das Ressentiment im Aufbau der Moralen*. 1912 (Russ. ed.: Sheler M. *Resentiment v strukture moraley*. St. Petersburg, 1999. 231 p.).
3. Nietzsche F. *Zur Genealogie der Moral: Eine Streitschrift*. 1887 (Russ. ed.: Nitsshe F. *Genealogiya morali*. St. Petersburg, 2011. 224 p.).

4. Fromm E. *Escape from Freedom*. Farrar & Rinehart, 1941 (Russ. ed.: Fromm E. *Begstvo ot svobody*. Moscow, 2007. 272 p.).
5. Žižek S. *On Violence*. 2008 (Russ. ed.: Zhizhek S. *O nasilii*. Moscow, 2010. 184 p.).
6. Luhmann N. *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Suhrkamp, 1997 (Russ. ed.: Luman N. *Obshchestvo obshchestva*. Moscow, 2011. 640 p.).
7. Heath J., Potter A. *The Rebel Sell: Why the Culture Can't Be Jammed*. Capstone, 2004 (Russ. ed.: Khiz Dzh., Potter E. *Bunt na prodazhu: kak kontrkul'tura sozdaet novuyu kul'turu potrebleniya*. Moscow, 2007. 456 p.).
8. Shchipakina L.A. Kontrkul'tura kak ob'ekt sotsial'no-filosofskogo analiza [Counterculture As an Object of Socio-Philosophical Analysis]. *Gumanitarnye nauki i obrazovanie*, 2010, no. 3, pp. 55–58.
9. Ovrutskiy A.V. *Sotsial'naya ontologiya potrebleniya: nauchnye predstavleniya, modeli, obshchestvo potrebleniya*: dis. ... d-ra filos. nauk [Social Ontology of Consumption: Scientific Concepts, Models, and Consumer Society: Dr. Philos. Sci. Diss.]. Rostov-on-Don, 2012. 394 p.
10. Wallerstein I. *Historical Capitalism with Capitalist Civilization*. London, New York, 1995 (Russ. ed.: Vallerstayn I. *Istoricheskiy kapitalizm. Kapitalisticheskaya tsivilizatsiya*. Moscow, 2008. 176 p.).

doi 10.17238/issn2227-6564.2016.4.57

Ekaterina A. Vasilovskaya

Krasnoyarsk State Agrarian University
117 Lenina St., Krasnoyarsk, 660017, Russian Federation;
e-mail: catharsis09@yandex.ru

SELF-REPRODUCTION OF THE CONSUMER SOCIETY IN THE 20th CENTURY: A THEORETICAL ANALYSIS

The paper presents an attempt to explain the historical origins of anti-consumerism from the standpoint of axiology and N. Luhmann's concept of autopoiesis. The purpose of this article was to identify the conditions of the emergence of anti-consumerist ideology in the mid-twentieth century and the generated by it social practices at the individual and social levels. As an axiological factor of anti-consumerism this paper considers the phenomenon of resentment (on the basis of F. Nietzsche's and M. Scheler's conceptions), and as a socio-systemic factor, autopoiesis of the consumer society. The article also shows the connection between resentment and the middle class, as well as the creative nature and importance of resentment in the formation of new values in the consumer society, and the link between the intensity of anti-consumerist movement and strengthened chain of authority. The author believes that the phenomenon of resentment evolved and spread widely during the Reformation (16th – 17th centuries), when the capitalist system started to develop. At the same time, anti-consumerism is regarded as autopoiesis of the consumer society, i.e. it is formed by the system of consumption in order for the society to reproduce itself, which explains the failure of the counterculture movement to effectively oppose the consumer society. Further, this paper looks at the mechanisms of neutralization of social movements (youth subcultures taken as an example) by the autopoietic system. In addition, some theoretical predictions regarding the future of the consumer society are analysed and a conclusion is made that its continued existence is uncertain due to capitalism's internal structural crisis.

Keywords: anti-consumerism, consumer society, axiology, resentment, autopoiesis, anti-capitalist movement.

Поступила: 26.01.2016
Received: 26 January 2016