

УДК 316

ТРИ ДИСКУРСА ПОТРЕБЛЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕ ПОСТМОДЕРНА

© 2010 г.

Н.А. Аранович, Г.С. Пак

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

ninaaranovich@yandex.ru

Поступила в редакцию 18.06.2010

Рассматривается оппозиция потребностей и потребления. Выделяются три дискурса потребления. Марксистский дискурс связан с анализом дихотомии производства и потребления. Вебленовский дискурс определяется через «демонстративное потребление». Постмодернистский дискурс (Ж. Бодрийяр) анализируется через знаково-символические формы.

Ключевые слова: потребление, демонстративное потребление, знаково-символическое потребление, постмодернизм, праздный класс, общество потребления.

Анализ содержания концепта потребления дает очередную бинарную оппозицию, раскрывающую противостояние модернизма и постмодернизма. В модернистской версии потребление рассматривается в экономическом контексте как один из элементов в структуре производственных отношений, определяемый отношениями собственности, наряду с собственно производственными отношениями, обменом и распределением результатов производственной деятельности. Прозрачность экономики архаического общества состояла в том, что целью производства являлось потребление, потребление как жизнь, как условие самой жизни. Общественное разделение труда, становление частной собственности усложняет картину, искажает изображение. Появление избыточного продукта парадоксальным образом ведет не к процветанию всего общества, а к его поляризации. Нищета и богатство не существуют отдельно, а могут только соседствовать друг с другом. В этом контексте впервые встает вопрос о разумном потреблении и разумных потребностях. Категориальная сетка античной культуры даёт возможность рассмотреть данную проблему, используя категории «благо», «наслаждение», «удовольствие». Так, Эпикур понимал под благом природу в её непосредственности, из чего следовало, что благо – это и есть наслаждение, которое только и делает человека счастливым. Истинное удовольствие, по Эпикуру, это отсутствие телесного страдания. Вот слова самого философа: «Когда мы говорим, что благо – наслаждение, то это не указание на обжор и лентяев, ветреников и прощелыг, которые игнорируют или не понимают нашего учения. Мы говорим и указываем на отсутствие телесного

страдания, беспокойства. Это не непрерывные празднества, не томления молодых дев, не все то, чем изобильный стол нас искушает, но трезвое обсуждение, доискивающееся последних причин каждого акта выбора или отказа, которое разоблачает все фальшивые мнения, от коих все душевные тревожения исходят» [1, с. 185]. Эпикур считал необходимым различать истинные удовольствия и те, которые лишь кажутся удовольствиями. Истинные удовольствия всегда естественные и необходимые, связаны с сохранением жизни. Их истинная польза в том, что они избавляют тело от страданий, как, например, чувство сытости в ответ на голод. Эти потребности всегда бывают удовлетворены, поскольку имеют естественный предел. Как только устранено страдание, желание затухает. Наслаждению любви философ отказывает в истинности, считая её источником беспокойства. Удовольствия второй группы – те, что сверх естественных потребностей. Сюда относятся изысканная пища и напитки, элегантная одежда, роскошная повозка и т.д. Эти желания уже не имеют естественного предела, поскольку не связаны с телесными страданиями и потому могут спровоцировать заметный ущерб. И, наконец, неестественные и не необходимые удовольствия есть все формы человеческого тщеславия, суетные желания роскоши, власти, славы. Эти желания никак не связаны с телесными потребностями и потому подвергают душу опасным волнениям. Вывод очевиден: необходимо стремиться к истинным и достижимым удовольствиям первого типа, вторые необходимо ограничивать и всячески избегать третьих.

Развитие человеческой цивилизации не пошло по пути, указанному Эпикуром. Хотя свое-

образные вариации на тему, поднятую Эпикуром, в истории, несомненно, были и есть. Так, общество Спарты было практическим воплощением решения вопроса о разумных и неразумных потребностях. Законодательство Ликурга обращено против роскоши. Ликург отстаивал идеал бедности. Но этот идеал относился лишь к свободным гражданам, которые воспитывались в презрении к труду и обладали всем необходимым для жизни. Бедность Ликурга – это бытовое равенство членов спартанской гражданской общины, которая противостояла наглой толпе, массе нищих и бедняков. Плутарх писал: «Ни корысти, ни бедности там не стало больше места, вместо них явилось равное распределение достатка, простота же жизни имела своим следствием беззаботность. Танцы, пиры, обеды, охота, гимнастика, разговоры в народных собраниях поглощали все их время, когда они не были в походе» [2, с. 116]. Устранение потребности в роскоши заменялось другими потребностями: общением, участием в политической жизни, физическим совершенствованием. Если у Эпикура истинное удовольствие в отсутствии страдания, то в спартанском обществе – в беззаботности. Страдание характеризует физическое состояние отдельного индивида, беззаботность – не просто характеристика психологического состояния отдельного человека, а выражение общей психологической атмосферы конкретно-исторического социума. Удовлетворение потребностей, связанных с поддержанием жизни, носит индивидуальный характер, это – витальные потребности. Потребности же личности, социальных групп, общества в целом – это потребности исключительно социальные.

Коллизия в изучении потребностей состоит в том, что разумными или неразумными могут быть лишь социальные потребности индивида. При этом биологических потребностей в чистом виде не существует. К. Маркс подчеркивал: «...Размер так называемых необходимых потребностей, равно как и способы их удовлетворения, сами представляют собой продукт истории и зависят в большей мере от культурного уровня страны...» [3, с. 182]. В марксистской версии человеческие потребности изучались в зависимости от системы отношений, в которую они были включены. Существовали различные классификации потребностей: по сферам деятельности (потребности труда, познания, общения, рекреации), по объекту выделялись материальные и духовные потребности, этические, эстетические и т.д., по функциональной роли, по субъекту. При изучении потребностей конкретного субъекта эти классификации налага-

ются друг на друга и первоначальные простота и ясность предложенных классификаций размываются, возникает сложная категориальная сеть. Например, в качестве субъекта потребностей возьмем отдельного человека. Считалось, что доминирующей потребностью должна быть потребность в труде, если вести речь о сферах деятельности, поскольку в процессе трудовой деятельности происходит самореализация индивида, процесс распределения и опредмечивания его сущностных сил. При этом потребность в труде как материальной целеполагающей деятельности должна являться в образе духовной потребности отдельной личности. Это – парадокс, с которым сталкивается исследователь при попытке последовательного проведения марксистских принципов в изучении потребностей. Речь идет о внутренней антиномичности марксистской теории, которая обусловлена решением проблемы соотношения материального и духовного в общественной жизни, в познании, в изучении человеческих потребностей в частности.

Сохраним субъекта потребностей в неизменном виде. Речь по-прежнему будет идти об отдельном индивиде, но в рамках иной концептуальной схемы. Обратимся к пирамиде потребностей А. Маслоу [4]. Она и сегодня относится к числу наиболее цитируемых и дискутируемых теорий мотивации. А. Маслоу выстраивает иерархию человеческих потребностей в следующей последовательности. Фундамент составляют физиологические потребности – в еде, пище, убежище и медицинской помощи. Над фундаментом располагаются потребности в безопасности и защите от угроз окружающей среды. В середине пирамиды находятся потребности в дружбе, в общении и любви. Далее следует потребность в самоутверждении и независимости от других. Вершиной человеческих потребностей является потребность в самореализации. А. Маслоу считал, что потребности индивида зависят от того, что он уже имеет, и удовлетворенная потребность, по существу, больше уже не является стимулом. Согласно данной иерархии, индивид сначала удовлетворяет низшие потребности, а потом переходит к удовлетворению высших потребностей. Последний момент является наиболее дискуссионным в концепции А. Маслоу, поскольку даже способы удовлетворения витальных потребностей (потребностей первого и второго уровня) носят конкретно-исторический характер, как справедливо отмечал К. Маркс. Таким образом, необходимо рассматривать не «однонаправленную лестницу» потребностей, а их взаимодей-

ствие и переплетение. Единство потребностей описывает не иерархия, а «сетевая модель» человеческих потребностей, позволяющая понять многообразие их сочетаний и взаимодействий. Мудрец эпохи эллинизма был неправ, поскольку потребность в пище рассматривал как чисто физиологическую потребность. В свете этого нет естественных и необходимых желаний, в лучшем случае, можно вести речь о естественных, но не необходимых. Ни одна потребность из иерархии А. Маслоу не может быть удовлетворена окончательно и независимо от других, что и находит отражение в законе возвышения потребностей. Потребности высшего уровня преобразуют потребности низшего уровня, делая их в известной степени не удовлетворяемыми, поскольку способ их удовлетворения служит иной цели. Яркой иллюстрацией является концепция демонстративного потребления Т. Веблена.

Наиболее ярко показное потребление проявляется в периоды первоначального накопления капитала, когда возникают новые богачи. В конце XIX века в США возникает стиль потребления, характерный для праздного класса – новых богатых американцев, которые старались подражать высшему классу Европы, но в отличие от него выставляли свое потребление напоказ. Т. Веблен не отказывается от традиционного понимания потребления как использования товаров и услуг для удовлетворения потребностей по их прямому назначению, но акцентирует внимание на феномене «показного потребления». «Показное», или «демонстративное, потребление» заключается в использовании потребления «для доказательства обладания богатством», в качестве «средства поддержания репутации» [5, с. 108]. Т. Веблен писал: «Средства коммуникации и подвижность населения представляют индивида на обозрение многих людей, не имеющих никаких других возможностей судить о его почтенности, кроме тех материальных ценностей (и, вероятно, воспитания), которые он, находясь под непосредственным наблюдением, в состоянии выставить напоказ» [5, с. 122]. Развитию «демонстративного потребления» способствовало массовое переселение людей в города. Жизнь каждого человека становилась все более анонимной, отдельный индивид терялся в толпе ему подобных, поэтому «подпись», подтверждающая богатство человека, «должна быть сделана такими буквами, которые бы читались на бегу» [5, с. 114].

Здесь важно подчеркнуть, что праздный класс в отличие от дворянского сословия демонстрирует прежде всего материальное по-

требление. До этого традиционно считалось, что основными признаками высшего сословия являются достоинство, воспитанность, образованность, хорошие манеры и изысканный вкус. Привычное выражение – «из обедневших дворян» подчеркивает отсутствие должного материального достатка, но предполагает и воспитание, и образование, и достоинство. Для потомственной дворянки А. Араповой, дочери Н.Н. Пушкиной от второго брака, являлась неприемлемой не бедность, а отсутствие образования и воспитания. Она описывает поведение одной из её дальних родственниц, происходящих из кавказских княжен. «Плохо умытая, небрежно причесанная, в помятом ситцевом платье сомнительной свежести, она появлялась с бриллиантовой фероньерой на лбу и торжествующим взглядом оглядывала траурный наряд своей гостьи. Её грубая бестактность способна была отравить ежедневное существование... она обижалась и дулась из-за каждого пустяка, требовала... раболепного угодничества... и обзывала гордостью для неё непонятное чувство собственного достоинства» [6, с. 58–59]. В демонстративном потреблении богатство, а не другие достоинства личности выставляются на всеобщее обозрение. Если воспитание и образование являются неотчуждаемыми от человека ценностями, то богатство относится к числу тех ценностей, которые могут быть утрачены с определенной долей вероятности.

Таким образом, к демонстративному потреблению в условиях анонимного городского существования толкает индивида потребность в самоутверждении, которая преобразует способ удовлетворения других потребностей и придает ему иррациональные черты. Поскольку «демонстративное потребление» всегда существует вместе с «демонстративным расточительством», люди готовы платить за товары и услуги больше, чем они стоят реально. В качестве примера приводится сравнение серебряной ложки ручной работы и точно такой же, сделанной на станке. Т. Веблен пишет, что их предназначение, функции, качество совершенно одинаковы, но они резко отличаются в стоимости. «Мы гораздо чаще высоко ценим те или иные вещи за их престижный характер, чем просто за красоту» [5, с. 153]. Демонстративное потребление как способ самопрезентации личности указывает на наличие или на возможность существования разрыва между репутацией человека и его реальным статусом в социальной структуре. Складывается тенденция, которую Э. Фромм охарактеризовал словами: «казаться, а не быть».

Концепция «общества потребления» Ж. Бодрийяра претендует на особое положение, поскольку принципиально не связывает потребление с человеческими потребностями. Потребление для широких масс населения является прежде всего производством символов, «систематическим актом манипуляции знаками» [7, с. 214]. Объекты потребления составляют систему знаков, дифференцирующих население. В процессе потребления объект превращается в символ, а это означает, что, потребляя его, человек не только, а часто и не столько удовлетворяет свои базовые потребности, сколько сигнализирует окружающим с помощью набора потребляемых товаров, кто он, что хочет и т.д. Потребление выполняет функцию общения. Ж. Бодрийяр писал, что объекты обозначают идею отношений между людьми, которая и потребляется с этими вещами [7, с. 24]. Потребляя, люди обозначают определенные социальные отношения. Например, покупая всё более и более дорогие вещи, человек символизирует своё движение вверх по социальной лестнице. Процесс дарения вещи символизирует дружеские или хорошие служебные отношения и т.д. Поэтому в процессе потребления, по словам Ж. Бодрийяра, потребляется идея отношения между людьми. Таким образом, сеть человеческих отношений представляет знаково-символическую реальность, которая сознательно или интуитивно конструируется. В этой реальности личность представлена её имиджем. Доступность кредита, жизнь в кредит предоставляет огромную возможность казаться значительнее, чем быть. Сегодня господствует мораль опережающего потребления, убегающего вперёд, где вещь сначала покупают, а затем уже выкупают своим трудом. «Благодаря системе кредита мы возвращаемся к сугубо феодальным отношениям, когда известная часть труда изначально принадлежит помещику, то есть к системе закрепощенного труда. Однако, в отличие от феодальной, наша система основана на своеобразном сообщничестве: современный потребитель непроизвольно интериоризирует и принимает как должное то бесконечное принуждение, которому он подвергается, – обязанность покупать, чтобы общество продолжало производить, а сам он мог работать дальше, дабы было чем заплатить за уже купленное» [7, с. 133]. Ж. Бодрийяр констатирует саморазорванность человеческого бытия, «в каждом человеке уживается потребитель, сообщник строя производства, и никак не связанный с ним производитель – жертва этого строя». Таким образом, «система кредита... доводит до предела безот-

ветственность человека перед самим собой: покупатель отчуждает плательщика, и хотя фактически это один и тот же человек, система, разводя их во времени, делает так, что это остается ими не осознано» [7, с. 134]. Автор концепции общества потребления выносит вердикт: кредит – это «путь социального возвышения, но одновременно и путь бессильных потуг» [7, с. 131].

Вопрос состоит в том, что заставляет людей играть в эти игры. Во-первых, неосознанность механизма отчуждения покупателя от плательщика. Во-вторых, представления себя в условиях анонимности городского существования. В-третьих, создание виртуального образа собственного «я», поскольку только самые близкие люди могут знать, что король-то оказывается нищим. Ж. Бодрийяр лукавит, потребность в самоутверждении не исчезает, она преобразуется. В-четвертых, люди, которые старались жить по средствам, «в результате оказались на гораздо более низком уровне жизни, чем позволяли их средства» [7, с. 133]. В своем стремлении казаться, а не быть, человек становится рабом системы, где вещи предназначены не для того, чтобы ими владели и пользовались, но лишь для того, чтобы их производили и покупали. Это – основополагающая истина экономической системы. Индивид потребляет идею отношений между людьми, поэтому нет пределов потреблению. Ж. Бодрийяр считает потребление характерной чертой нашей промышленной цивилизации, но только в том случае, если отказаться от привычного значения потребления как процесса удовлетворения потребностей [7, с. 164].

Вещи, материальные товары образуют объект потребностей и их удовлетворения. Люди во все времена что-то покупали, чем-то владели, пользовались, но при этом они не «потребляли». Концепт потребления имеет содержание и смысл лишь как «деятельность систематического манипулирования знаками». Причина нарастающего потребительства не в психологии индивида и не в требовании престижа, а в логике развития знаково-символической системы. «В своей идеальности вещи/знаки равноценны друг другу и могут неограниченно умножаться; они и должны это делать, дабы ежеминутно восполнять нехватку реальности. Собственно говоря, потребление неистребимо именно потому, что основывается на некотором дефиците» [7, с. 165].

В рамках данной статьи проанализированы три исторические версии концепта потребления. Марксистская концепция потребления, рас-

смастривающая процесс потребления как завершающую стадию процесса производства, связывает потребление с процессом удовлетворения человеческих потребностей. Её гуманистическая направленность состоит в том, что потребление является условием, а не целью. Истинное предназначение потребления в его направленности на самореализацию личности, её всестороннее развитие. Но человек – «двуликий Янус». Марксизм за угнетенным производителем не рассмотрел господина – потребителя, на что обратил внимание Ю. Хабермас. Теория потребностей А. Маслоу в качестве «сетевой модели» адекватна марксистскому пониманию потребления и обладает эвристическими возможностями для объяснения феномена «демонстративного потребления». Показное потребление свидетельствует, что развитие индивида останавливается на уровне социальных потребностей, его цель – репутация. Концепция потребления Ж. Бодрийера – это современный вариант показного потребления, заимствованный человеком массы у праздного класса. Общей чертой всех рассмотренных дискурсов является резкая критика экономической системы, основанной на рыночных механизмах. Марксисты обличают эксплуататоров, Т. Веблен критикует демонстративное расточительство праздного класса, Ж. Бодрийер – безликую экономическую систему, превращающую индивида в крепостного, возвращающую его к феодальным порядкам. Знаково-символическое потребление имеет непосредственное отношение к реальности, дефицит реальности устраняется в тот момент, когда приходится оплачивать своим трудом вещь-знак. Противопоставление производства и потребления не является безнадежно архаичным, хотя бы уже потому, что за труд человек получает деньги, а в процессе потреб-

ления расстается с ними. Если поставить цель дать общезначимое определение потребления, то оно бы выглядело примерно так: речь о потреблении может идти тогда и только тогда, когда предполагается процесс оплаты. Об этом свидетельствуют современные дискуссии о статусе образования (если образование – услуга, то за неё нужно платить, если достояние – то оно должно быть бесплатным для обучающегося), попытки разграничения информации и знаний в контексте общества знания, где предлагается рассматривать информацию как товар, а знание как достояние.

Представляется, что вопрос об адекватности того или иного концепта потребления современному состоянию общества не теоретический, а практический. Ответ на него может дать конкретное социологическое исследование повседневных практик потребления.

Список литературы

1. Реале Дж., Антисери Д. Западная философия от истоков до наших дней. 1. Античность. СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1994. 336 с.
2. Плутарх. Сравнительные жизнеописания. В 2 т. / Изд. подг. С.С. Аверинцев, М.Л. Гаспаров, С.П. Маркиш. Отв. ред. С.С. Аверинцев. (Серия «Литературные памятники»). 2-е изд., испр. и доп. М.: Наука, 1994. Т. 1. 704 с.
3. Маркс К., Энгельс Ф. Собрание сочинений. Изд. 2, тома 1–39 (из 50-ти). М.: Изд-во политической литературы, 1955–1981. Т. 23. 920 с.
4. Маслоу А.Г. Мотивация и личность. СПб.: Евразия, 1999. 478 с.
5. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 367 с.
6. Арапова А.П. Наталья Николаевна Пушкина-Ланская. М.: Три века истории, 2000. 512 с.
7. Бодрийер Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 2001. 224 с.

THREE DISCOURSE OF CONSUMPTION IN POST-MODERNISM CONSUMPTION

N.A. Aranovich, G.S. Pack

We consider the opposition needs and consumption. There are three discourse of consumption. Marxist discourse involves analyzing the dichotomy of production and consumption. Veblenovsky discourse is defined by «conspicuous consumption». Postmodern discourse (J. Baudrillard) is analyzed through the sign-symbolic form.

Keywords: consumption, conspicuous consumption, sign-symbolic onsumption, post-modernism, leisure class, consumer society.