

НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ: РАБОТЫ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Предмодернизационный этап развития потребления

Д. А. КУЗНЕЦОВ

(Институт философии Российской академии наук)*

В данной статье кратко представлена концепция развития потребления, предполагающая три этапа: предмодернизационный, модернизационный и массовый. Выполнен анализ предмодернизационного этапа, включающий период традиционных обществ. Статья высвечивает препятствия для формирования конъюмеристских идеалов в традиционных обществах.

Ключевые слова: история конъюмеризма, концепция развития потребления, предмодернизационный этап.

Pre-modernizing Stage of Consumption Development

D. A. KUZNETSOV

(THE INSTITUTE OF PHILOSOPHY OF THE RAS)

In this paper the concept of consumption development that presumes three stages (pre-modernizing, modernizing and mass one) is briefly represented. The author makes an analysis of the pre-modernizing stage, which includes the period of traditional societies. The article sheds the light on the obstacles for shaping of consumerist ideals in the tradition societies.

Keywords: history of consumerism, concept of consumption development, pre-modernizing stage.

Целью данной статьи является анализ предмодернизационного развития потребления. В ней предложена концепция этапов развития потребления, которая отличается от принятого среди российских исследователей отождествления всей проблемы потребления с обществом потребления, сформировавшимся на Западе в середине XX в. Феномен потребления сложно анализировать вне глобализационной, модернизационной теории и теории капитализ-

ма. Однако в их периодизации есть неточности, если в качестве предмета исследования выделять только потребительское общество. Как уже отмечено, *общество потребления признается сложившимся в 50–60-е годы в странах Западной Европы и США.* Традиция рассмотрения предпосылок возникновения этого общества в более ранние периоды истории не очень развита; как правило, не проводится также и анализ ценностных преобразований, ведущих к установлению кон-

* Кузнецов Дмитрий Александрович — аспирант Института философии РАН. Тел.: (495) 697-98-93. Эл. адрес: mv-ad@mail.ru

сюмеристских идеалов. Преобладает тенденция анализа потребительского общества, где *потребление жестко связывается с производством* (производство благ перестало составлять основу идентичности, связанную с оппозицией рабочий — владелец). А около двадцати лет назад исчезло еще одно основание — дистрибуция благ, выстраиваемая на оппозиции выбора между социалистическим способом распространения и свободным рынком. Поэтому все большее влияние оказывает сфера потребления благ как источник, позволяющий большинству населения соотносить свои цели и свои действия (Miller, 1997: 20), или *фиксируется мистифицирующий статус потребления*, если исследования касаются второй половины XX в. Это преимущественно работы Р. Барта, Ж. Бодрийяра. Идея выдвигания современным капитализмом мифа о потребительских идеалах вынуждает авторов обращаться к ранним обществам и понимать консюмеризм как мифологему. При этом возникает онтологический разрыв, который упускает из анализа традиционные общества и модернизационные процессы, происходившие в европейском обществе в период XVII–XIX вв. Это далеко не исчерпывающее понимание потребления.

Многие исследования, в которых предметом социально-философского анализа выступает потребление, не переведены на рус-

ский язык. В связи с этим вне поля внимания российских социальных теоретиков остался целый корпус текстов, посвященный обобщению западного опыта потребления. Ряд авторов — П. Стирнс, Р. Бокок, Н. Мак Кендрик, Дж. Брювер, Дж. Г. Пламб считают, что истоки общества потребления следует искать в XVIII в. (McKendrick, Brewer, Plumb, 1982: 9) и, кроме этого, не ограничивать его становление некоторыми особенностями динамики капитализма XX в. Имеется в виду, что процессы 50–60-х годов представляют собой только определенный этап развития потребления, а именно *этап массового потребления*. Ему предшествуют *модернизационный этап*, разделенный на ранний и поздний периоды, и *предмодернизационный этап*, в котором выделяется *период традиционных обществ и переходный период*.

Особый интерес представляет переходный этап от традиционного общества к современному, от феодализма к капитализму. В целом переходный период совпадает по времени с так называемой первой модернизацией XVI–XVII вв. Анализ традиционных обществ в настоящей работе исходит из принятых догматических установок, которые не подлежали значительным трансформациям. Главным образом это касается религиозных догматов и некоторых связанных традиционных представлений.

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ

| <i>Предмодернизационный этап</i> | | <i>Модернизационный этап</i> | | <i>Этап массового потребления</i> | |
|--|---------------------------------------|------------------------------------|---|---|--|
| <i>Период традиционных обществ до XVI века</i> | <i>Переходный период XVI–XVII вв.</i> | <i>Ранний. XVIII — сер. XIX в.</i> | <i>Поздний. Сер. XIX — перв. пол. XX в.</i> | <i>Недифференцированный. 50–60-е годы XX в.</i> | <i>Постсовременный. 70–80-е годы XX в.</i> |

Возникновение феномена общества потребления на Западе в XX в. связано с масштабными процессами, происходившими в Новое время и связанные со становлением и развитием капитализма. Первым исследо-

вателем, показавшим принципиальное отличие Запада от всего мира, был М. Вебер. Он воспринимал капиталистический опыт Запада как единичный феномен, не имеющий precedентов в истории других цивилизаций.

Вебер исследовал все *ведущие религиозные системы мира* (буддизм, иудаизм, конфуцианство, ислам, христианство), чтобы показать, что только одна из них оказалась способна породить капитализм. Он пришел к выводу, что только протестантизм нес в себе потенциал этики, способной рутинизировать идеи о специфической трудовой аскезе, в которой милость Бога соизмерялась с обладаемым богатством.

Современный исследователь потребления П. Стирнс, говоря о теории потребления, выделяет два крупных этапа развития: *предмодернизационный* и *модернизационный*. В анализе предмодернизационного состояния П. Стирнс, следуя веберовской традиции, исследует традиционные общества, сформированные в крупнейших цивилизациях мира: Китае, Индии, исламском Востоке, Европе. *Ценностно-рациональная ментальность* базируется на религиозных представлениях, которые, как правило, предостерегали население от тяги к обогащению и излишества, или потребительским ценностям, как мы их сейчас называем. Буддизм, индуизм и христианство предполагали отказ от материальных благ и провозглашали примат духовного над материальным.

В *буддизме* верующий ставил созерцание выше обладания, земные удовольствия для него не только бессмысленны, но и опасны, поскольку могут помешать реализации духовных целей. В системе буддизма постулируется направленность на индифферентность по отношению к миру (Ясперс, 2007: 117). Существующие блага предстают как цепочка дхарм, которые в высшей реальности (таттва) не имеют значения и являются лишь иллюзией в низшем мире (самврити). В даршане джайнизма среди пяти принципов правильного поведения (панчамахаврата) выделяется апариграха — непривязанность, представляющая собой отказ от собственности, развлечений, привязанности к людям (Канаева, 2008: 96).

Христианство, как главная религия Европы, также с подозрением относилась к материальной алчности, а спасение для богато-

го человека представлялось в нем весьма затруднительным. П. Стирнс указывает на исключение в *исламском мире*. Занятие торговлей и получение прибыли от нее поощрялись в этой духовной формации. При этом возникало обязательство отдавать часть прибыли нуждающимся. Распространение этих принципов позволило Мекке стать центром торговли, куда стекались товары из «Африки, Азии и Северных земель» (Фролова, 2006: 12).

Конфуцианство, не являющееся религией в классическом понимании, постулирует, что богатство необходимо присутствует в том обществе, где существуют материальные блага. Однако его наличие служит для утверждения социальной иерархии, для фиксации данного от рождения статуса. Активные попытки добыть богатство, а также траты на роскошь осуждаются (Stearns, 2006: 5–6). Говоря о ценностных основаниях общества, следует указать, что, несмотря на то что религиозные требования были направлены на то, чтобы предопределять индивидуальное поведение, находились люди, которые не соблюдали догматику. Но в целом можно согласиться, что религия устанавливала и санкционировала нормы общественного поведения.

П. Стирнс добавляет важное свойство предсовременных обществ: потребление в них признается разделенным на фундаментальном уровне в аспекте существования *двух общественных полюсов — элитарной группы и народа* (Stearns, 2006: 2,11). Независимо от выполнения или невыполнения определенных предписаний существует значительный разрыв между элитарной группой и массой, не позволяющий предметам потребления активно распространяться в обществе. *Во-первых*, нижний класс не имеет свободных денежных средств для того, чтобы была возможность направить этот излишек на обладание чем-либо, кроме необходимого. *Во-вторых*, обе группы, к тому же крайне неравномерные по количеству, потребляли принципиально разные товары. Для определения стандарта потребления высшего класса на предмодернизаци-

онном этапе П. Стирнс вводит понятие *аристократический консюмеризм*. Этот стандарт включает противоречивые тенденции, ограничивающие потребительские интересы высшего класса. В Китае при династии Tang VIII–IX вв. аристократия утверждала себя через доблесть и службу. Ее представители участвовали в потреблении дорогих вещей, но не становились систематическими потребителями. Напротив, другая группа, представляющая разбогатевших купцов, стремилась к копированию образцов потребления аристократии.

В Риме в поздние века Республики аристократия была увлечена потреблением изысканных товаров из Греции и Восточного Средиземноморья. В Европе наблюдалась грубость и простота обустройства жизни аристократии с V по XII в. Среди особенностей потребления выделялось повышенное потребление мяса и владение оружием и драгоценностями (Stearns, 2006: 2).

Арабских воинов в X в. отличали более пышные консюмеристские интересы, а для их женщин было характерно накопление драгоценностей как гарантии будущей стабильности. Таким образом, у аристократических кругов были возможности для высоких стандартов потребления, но они реализовывались фрагментарно и были ограничены религиозными ценностями или принципами военной доблести. Что касается низшего класса, то *главная причина отсутствия массового потребления* — бедность большинства населения. Сельская экономика обеспечивала прожиточный минимум, а производство было ориентировано на удовлетворение собственных нужд, что приводило к низкой циркуляции денежных средств. Часть благ, продаваемых на местных рынках, создавалась незначительной частью сельского населения, находящегося «выше среднего уровня» крестьянских хозяйств. В городе ремесленные союзы умышленно препятствовали максимизации прибыли и фиксировали солидарность всей группы в виде стандартной одежды и отдыха. Для традиционного общества был характерен

коллективизм, который создавал дополнительные препятствия для развития индивидуального потребления (Stearns, 2006: 4).

Д. Роше объясняет, что «потребление было реальностью до индустриальной и коммерческой революции XVIII в. и было организовано вокруг семьи, а не вокруг индивида. Он вводит понятие *семейное потребление*, которое отражает коллективный характер традиционного общества и связано с распределением доходов семьи (Roche, 2000: 16).

Роше выделяет в структуре потребностей традиционных общества *два типа*: натуральные или *реальные потребности*, образующую *сферу полезного использования*, и *потребности, составляющие предмет мнений* и служащие созданию социальной видности, образующие сферу 2-го и 3-го порядка: *комфортного потребления* и социального или *символического потребления* (Roche, 2000: 14). Для него центральной проблемой при изучении предмодернизационного потребления становится роскошь, которая создается за счет знаковой трансформации вещей. Эту трансформацию ограничивают *два полюса: доступ к природным ресурсам и иерархия ценностей*. В качестве примера такой трансформации выступает лед. В Италии XVI в. в аристократической среде он выступал объектом роскоши, а в XVIII в. он использовался французскими торговцами охлажденными напитками, которые были доступны для большей части населения Парижа.

Также важную роль в регуляции потребления товаров играли так называемые «Законы, регулирующие потребление предметов роскоши». Л. Свендсен отмечает, что «в Англии такие законы получили название «sumptuary laws» от латинского «sumptuarius» (прилагательное, обозначающее расходы, роскошь) и применялись с XIII по XVII в. В них содержались специальные предписания о расходах, соответствовавших каждому рангу» (Свендсен, 2007: 51). В других традиционных обществах также действовали подобные правила. В Египте только у высше-

го сословия было право носить сандалии, в Риме только у его граждан было право носить тогу.

Исходя из идей М. Вебера и П. Стирнса можно заключить, что в традиционном обществе не могло возникнуть общество потребления, поскольку во всех его видах присутствовали ограничения для конъюнктурских интенций. Кроме этого, основным стандартом потребления в широких слоях общества выступало семейное потребление, которое не позволяло индивидуальному потреблению развиваться в полной мере. Предпосылки для дальнейшего формирования общества потребления возникли в результате модернизационного перехода Запада к современному обществу, что рассматривается в рамках переходного периода развития потребления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бродель, Ф. (2007) Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVII вв. Т. 2. Игры обмена. 2-е изд. М. : Издательство «Весь мир».
- Канаева, Н. А. (2008) Индийская философия древности и средневековья. М. : ИФРАН.
- Свендсен, А. (2007) Философия моды. М. : Прогресс-традиция.
- Федотова, В. Г., Колпаков, В. А., Федотова, Н. Н. (2008) Глобальный капитализм: Три великие трансформации. М. : Культурная революция.
- Фролова, Е. А. (2006) История арабо-мусульманской философии. Средние века и современность. М. : ИФРАН.
- Ясперс, К. (2007) Великие философы. Будда, Конфуций, Лао-Цзы, Нагарджуна. М. : ИФРАН.
- Wootton, R. (2006) Consumption. N. Y. : Routledge.
- McKendrick, N., Brewer, J., Plumb, J. H. (1982) The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England. Bloomington : Indiana University Press.
- Miller, D. (1997) Consumption and Its Consequences. Consumption and Everyday Life / Ed. by Hugh Mackay. The Open University.
- Roche, D. (2000) A History of Everyday Things: the Birth of Consumption in France, 1600–1800. Cambridge : Cambridge University Press.
- Stearns, P. N. (2006) Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire.

Новые книги

Зиновьев, А. А. Несостоявшийся проект : Распутье. Русская трагедия : [сб.] [Текст] / Александр Зиновьев. — М. : АСТ : АСТ МОСКВА, 2009. — 542 с.

Трансформации культуры в глобальном информационном обществе : сб. науч. статей / отв. ред. А. В. Костина. — М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2009. — 494 с.