

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теоретической и социальной философии

**Проблема потребления в обществе риска**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ  
студента 2 курса 212 группы направления 47.04.01 Философия (профиль  
«Социальная философия») философского факультета  
Аленина Павла Николаевича

Научный руководитель  
доцент кафедры  
теоретической и социальной философии  
кандидат философских наук, доцент

  
28.05.2020 А.В. Иванов

Заведующий кафедрой  
теоретической и социальной философии  
доктор философских наук, профессор

  
28.05.2020 В.Б. Устьянцев

Саратов, 2020

## ВВЕДЕНИЕ

В эпоху потребительской культуры образцы наиболее культовых товаров вышли на всеобщее обозрение посредством СМИ, рекламы и брендинга. Широко тиражируемые потребительские эталоны позиционируются как необходимые цели, в обязательном порядке достойные достижения. Консюмеристская идеология предполагает позиционирование субъекта перед другими людьми посредством вещей, становясь важнейшим социокультурным механизмом производства рисков современного модернизированного общества.

**Актуальность исследования** обусловлена состоянием исследования проблемы риска в гуманитарных науках. Проблема потребления на современном этапе общественного развития ставит вопрос о различных аспектах данного явления: причинах, последствиях и масштабах воздействия на социальную среду. При этом, как показывают итоги многолетних дискуссий, общим проблемным моментом научных исследований по-прежнему остается их избирательность, ориентация преимущественно на технико-технологических аспектах, упуская из виду взаимосвязь рисков с культурными и социальными факторами.

**Степень разработанности проблемы.** Ульрих Бек является автором понятия «общество риска». По его мнению, главным фактором возникновения «общества риска» становится экономическая сфера, которая активно трансформируется в конце XX века. У. Бек считает, что именно научно-технический прогресс является фактором, продуцирующим риски<sup>1</sup>. По мнению Никласа Лумана, риск принимает формальное выражение в виде вероятности, поскольку именно субъект продуцирует риски, т.к. именно субъект принимает решение и тем самым оказывает непосредственное влияние на окружающий мир<sup>2</sup>. Энтони Гидденс считает, что риски являются важными элементами системы, за которую берется современное общество. Э. Гидденс, так же, как и

---

<sup>1</sup> Бек, У. Общество риска: на пути к другому модерну. - М.: Прогресс-Традиция, 2000. – С.20.

<sup>2</sup> Луман, Н. Понятие риска // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. — 1994. — № 5. — С. 135—160

У. Бек, придерживается мнения, что риски продуцируются социумом посредством активной модернизации и научно-технического прогресса. Глобализация способствует распространению рисков, создаваемых процессом модернизации<sup>3</sup>. Потребление как проблема впервые входит в поле зрения социальной философии во второй половине XX в. Термин «общество потребления» был введен Эрихом Фроммом в работе «Иметь или быть», где указал, что современное общество материалистично, с ростом экономики происходит рост потребления товаров, что для современного человека важнее «иметь», чем «быть». Различные аспекты процесса потребления были проанализированы в трудах Торстейна Веблена<sup>4</sup>, разработавшего теорию демонстративного потребления, Георга Зиммеля<sup>5</sup>, выдвинувшего ряд ключевых идей по теории моды и «модного потребления», и Вернера Зомбарта<sup>6</sup>, предложившего концепцию роскоши. Одним из первых на это указал Дж. Катоне, рассматривая потребление как сложный процесс, ведущий к трансформации сознания индивидов. Анализ человека общества потребления в центре работ Г. Маркузе. Бытие человека общества потребления приобретает новые характеристики, которые становятся объектом пристального внимания философов – овеществление, массовизация, контроль (Делез, Бодрийяр). Среди современных отечественных исследователей можно выделить В.И. Ильина. В основе его работ лежит анализ консюмеризма как актуальной стратегии потребительского поведения. Он подразделяет консюмеризм на классический и креативный. Концепция креативного консюмеризма формируется в результате трансформации общества и перехода к обществу знаний и информации.

Широко известна Саратовская социально-философская школа, занимающаяся углубленным изучением рискогенности современного общества: В.Б. Устьянцев, С.В. Тихонова, М.О. Орлов, Д.А. Аникин, Д.И. Заров, А.В. Иванов, С.А. Данилов.

---

<sup>3</sup> Гидденс, Э. Судьба, риск и безопасность // THESIS. — 1994. — № 5. — С. 107—134.

<sup>4</sup> Веблен, Т. Теория праздного класса. — М.: Либроком, 2011. — С. 23.

<sup>5</sup> Зиммель, Г. Мода // Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. — М.: Юристъ, 1996. — С. 42.

<sup>6</sup> Зомбарт, В. Собрание сочинений: В 3 т. - СПб.: Владимир Даль, 2005. С. 56

**Объект исследования** – риски современного общества потребления.

**Предмет исследования** – социокультурные аспекты взаимодействия индивидов и риски, продуцируемые в современном обществе посредством процесса потребления.

**Цель работы** состоит в исследовании феномена потребления в современном обществе риска, изучении особенностей его развития, влияния на социальные коммуникации в глобальном аспекте и на локальном уровне, а также риски в основе которых он лежит.

Достижение данной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Рассмотреть концепции потребления и выявить их особые черты, характеризующие современное общество риска.
2. Проанализировать концепции консюмеризма и тенденции их трансформации в современном обществе.
3. Определить место символического потребления в системе потребления и его значимость в современном информационном обществе.
4. Проанализировать потребительскую культуру современного российского общества и выявить риски, продуцируемые потреблением, а также их особенности, характерные для современного российского общества.

**Методологическую основу работы** составили системный подход, аксиологический подход, диалектический подход, историко-ретроспективный анализ, компаративный анализ, социокультурный анализ и общенаучные методы (индукция, дедукция, синтез).

**Новизна исследования обусловлена тем, что:**

1. В ходе исследования проанализированы особенности потребления в современном обществе риска, осуществлена классификация концепций потребления;
2. Рассмотрены особенности консюмеристской идеологии и возможности использования методологических ресурсов данной концепции для анализа общества риска;

3. Разобраны основные факторы социального производства рисков и их взаимосвязь с феноменом символического потребления;

4. Охарактеризована потребительская культура российского общества и ее особенности, а также риски, сопутствующие ей.

### **Положения, выносимые на защиту**

1. Потребление активно воздействует на все сферы жизни общества, определяя основы жизнедеятельности индивидов путем изменения социальной иерархии, осуществления социального контроля. Развитие общества способствует развитию процесса потребления и его трансформации в соответствии с актуальными реалиями.

2. Избыточное потребление, формирующее консюмеристскую идеологию и приобретающее особую значимость в индустриальную эпоху, активно развивается на современном этапе. Анализ концепции креативного консюмеризма позволяет выявить тенденции последующего развития процесса потребления в соответствии с запросами общества.

3. Феномен символического потребления получает свое активное распространение в информационном обществе. Потребление симулякров в виде символов отражает особенности современного общества. Социальные коммуникации в информационном обществе переходят в виртуальную реальность. В связи с этим символическое потребление становится важным индикатором данного процесса. Рассмотрение данного феномена позволяет выявить особенности процесса социального взаимодействия в информационном обществе. Символическое потребление продуцирует новые риски, связанные с изменением ценностных установок и онтологических основ социального бытия.

4. Потребительская культура в современном российском обществе носит особый характер, обусловленный переходным этапом от советской эпохи к транзитивному обществу. Особенностью переходного общества является то, что ему свойственно признаки обеих периодов. Спецификой российского общества потребления является то, что ему присущи черты как советской

потребительской культуры, так и черты потребительской культуры информационного общества. На основании этого можно заключить, российскому обществу свойственны риски обеих потребительских культур, специфика которых заключается в гибридном свойстве некоторых рисков, которые присущи именно российскому обществу. Современное российское общество имеет свои риски, в основе которых лежит процесс потребления. Одним из основных рисков является избыточность потребления, влияющая непосредственно на самого индивида, что приводит к проблемам с здоровьем и накоплением ненужных товаров для потребителя. Избыточное потребление ведет к накоплению в окружающей среде отходов потребления, что приводит к экологическим катастрофам, последствия которых зачастую необратимы для экосистемы. Также имеют место риски, связанные с изменением системы ценностей, приоритетными становятся экономические (материальные потребности), а духовные и культурные потребности удовлетворяются лишь по остаточному принципу. Еще одним риском общества потребления становится дегуманизация человеческих отношений. Индивиды начинают взаимодействовать с помощью предметов – символов, которые становятся индикаторами возможностей определенного индивида. Самоидентификация с помощью предметов потребления становится отличительной чертой общества потребления.

**Теоретическая и практическая значимость работы.** Полученные в результате исследования результаты могут быть полезны в социально-философской науке, социальной теории и практике. Также они могут быть применены в дальнейших разработках по социальной философии, философской, культурной и социальной антропологии, философии культуры. Материалы и выводы исследования могут быть использованы в процессе преподавания философских, культурологических, социологических, экономических, управленческих и других дисциплин.

**Апробация исследования.** Результаты исследования обсуждались на научно-исследовательском семинаре для магистрантов философского

факультета Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского (сентябрь 2018 г. – февраль 2020 г.). Основные положения исследования изложены в одной публикации автора, и докладе в рамках Межвузовского круглого стола, посвященного международному дню философии «Философия в современном мире» 15.11.2018 г.

**Структура работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, 2 глав, включающих по два параграфа, заключения и списка использованных источников.

### **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во «Введении» определяется актуальность исследования и степень разработанности темы. Формулируется объект, предмет, цель и задачи исследования. Обозначаются основные методы. Представляются научная новизна и положения, выносимые на защиту.

В первой главе «**Общество риска как общество потребления**» определены ключевые особенности общества риска с позиций социальной философии и выявлены социокультурные механизмы производства и потребления рисков.

В первом подразделе первой главы «**Современные концепции потребления в контексте исследования общества риска: теоретико-методологические подходы**» проведен социально-философский анализ концепций потребления, характеризующих современное общество. Модернизация производства неразрывно связана с процессом потребления, давая человеку впервые в истории возможность раскрыть и раскрепостить себя посредством новой культуры – потребительского «нигилизма. Благодаря теориям Т. Веблена, Г. Зиммеля, В. Зомбарта, Дж. Катона, Ж. Фурастье, Дж. Гэлбрейта, Г. Маркузе, Ж. Делеза и Ж. Бодрийера феномен «потребления» можно рассмотреть всесторонне и определить его влияние на общество в целом и индивида в частности. Трактовка данного термина разнообразна, но все

представители социально-философской мысли видят в обществе потребления как положительные, так и отрицательные признаки.

**Во втором подразделе первой главы «Консюмеризм как концептуальное основание анализа общества риска»** рассматривается консюмеристская идеология как значимая составляющая современного общества. В параграфе отмечается, что философия консюмеризма предполагают собой культуру сверхпотребления, которая игнорирует духовно-нравственные ценности и вынуждает человека потреблять больше, чем ему нужно и не то, что ему требуется. Кроме того, в информационном обществе получает свое распространение символическое потребление, основанное на потреблении знаков и символов, которые зачастую являются симулякрами. Процессы производства, распределения, обмена и потребления переходят из экономической сферы в иные, среди которых и социокультурная. В результате этого социальная жизнь общества всецело зависит данных процессов и, в первую очередь, от потребления. Таким образом расширение статуса процесса потребления трансформирует общество, делая его массовым. Консюмеристская идеология снижает значимость духовных потребностей и возможности реализации творческого потенциала и изменяет сложность социального бытия. Социокультурные функции современного потребления теперь раскрываются через: 1) смещение стратификационных параметров в сферу стиля жизни и стиля потребления; 2) приоритетность символического содержания объектов потребления; 3) конструирование через потребление социальной идентичности. По своей сути символическое потребление значительно ограничивает вертикальную мобильность. Данное ограничение выгодно высшим слоям общества(элитам). В традиционном обществе существовало жесткое ограничение вертикальной мобильности причиной которого, была жесткая социальная иерархия, которая сохранялось в процессе социального воспроизводства населения. В современном обществе эту функция начинает выполнять символическое потребление.

**Вторая глава «Социокультурные механизмы производства и потребления рисков в условиях трансформации российского рискогенного общества»** посвящена теме рисков, характерных для современного общества потребления. Анализируется степень репрезентативности рисков российского транзитивного общества к глобальным рискам. Рассматриваются особенности символического потребления как индикатора современного информационного общества.

**В первом подразделе первой главы «Символическое потребление и факторы социального производства рисков в условиях информационного общества»** определяется место символического потребления в социокультурном пространстве информационного общества, выявляются его особенности и механизмы влияния на социальные коммуникации. Виртуальная реальность является одной из важнейших составляющих социального бытия современного общества. Симулякры становятся базовыми элементами гиперреальности, человек при этом так же представляется в качестве эмансипированного символа, т.е. симулякра. Путем символического потребления в информационном обществе происходит удовлетворение вторичных потребностей, таких как потребность в самореализации и самоидентификации. Потребление формирует культурный код, который изменяет ценностные ориентиры современного индивида. Потребление становится одним из механизмов формирования идентичности и подкрепления социального статуса индивида, являясь по сути основой идентификации. В информационном обществе при потреблении товаров и услуг человек создает свой образ, построенный на основе выбора, но выбор зачастую навязан потребителю благодаря маркетинговым стратегиям. При этом процесс потребления перемещается в мир симулякров, вытесняя тем самым реальные вещи, которые обладают материальными свойствами.

**Во втором подразделе «Потребительская культура и ее риски в российском социокультурном контексте»** определяется структура рисков, характеризующих современное российское общество и особенности влияния

процесса потребления на их формирование. Современному российскому обществу потребления свойственны определенные риски, как и любому другому обществу. Современное российское общество находится на переходном этапе. Это является основной причиной специфики продуцируемых рисков. Отголоски советской эпохи в синтезе с особенностями современного общества накладывают на российское общество характерный отпечаток. Социокультурные механизмы коммуникации обуславливают его специфичный вектор развития. Основные факторы риска в современном российском обществе носят в своей основе характер переходности. Поэтому для российского общества характерны как риски индустриального общества, так и риски постиндустриального общества. Тем самым можно отметить, что на примере российского общества мы можем увидеть тесное переплетение классического потребления и символического.

### **Заключение**

Термин «общество потребления», появившийся в рамках социальной философии, наиболее точно идентифицирует западное общество. В основе данного типа общества лежит избыточное потребление, проникающее во все сферы жизни индивида. Развитие общества и переход к информационному этапу приводят к смещению потребительских установок и изменению потребительской культуры, которая трансформируется в соответствии с потребностями общества. Таким образом, креативный консюмеризм становится более ориентированным на индивида, позволяя ему раскрывать свой творческий потенциал, а не только бесконечно потреблять все новые товары и услуги. Информационное общество деформирует потребление и переносит его в виртуальное пространство, создавая систему симулякров, становящуюся символической основой новых потребительских практик.

Проведенный анализ природы, сущности и основных рисков общества потребления позволяет сформулировать ряд выводов.

1. Потребление становится основой общества, ориентируясь не на потребности индивида, а навязывая ему «нужные» ему товары. Данная

концепция потребления становится одним из индикаторов социальной структуры общества. Благодаря потреблению определенных товаров индивид подчеркивает свой социальный статус и принадлежность к группе. Таким образом потребление становится одним из механизмов социального контроля.

2. Консюмеристская модель поведения индивида становится одной из самых значимых. Производство товаров и услуг невозможно без постоянного потребления. Стоит отметить, что данная концепция активно адаптируется под изменения общества и развивается вместе с ним. Современный индивид не может существовать вне потребления, т.к. это противоречит нормам современного общества. Появление концепции креативного консюмеризма становится реакцией на недостатки классического консюмеризма.

3. Концепция символического потребления появляется во второй половине XX века. Но в XXI веке приобретает еще большее значение. Благодаря развитию системы символов-знаков и виртуального пространства симулякры оказывают все большее влияние на бытие современного индивида. Потребление симулякров, не имеющих никакого отношения к материальной реальности, в современном обществе достигает небывалого уровня. Именно потребление симулякров становится одним из признаков информационного общества. Когда человек приобретает не материальный товар, а определенное значение или информацию, которая в реальном мире не имеет никакой материальной базы.

4. Потребительская культура в современном российском обществе имеет ряд особенностей, которые обусловлены переходным этапом в его развитии. Советский этап характеризовался определенным типом потребления, отличающимся от западного аналога. Ограниченное потребление было следствием отсутствия на рынке достаточного ассортимента товаров и услуг. На современном этапе происходит переход не только к западной концепции, но и адаптация к требованиям информационного общества. Процесс перехода обусловлен дополнительными рисками, присутствующими в обществе. Незавершенность процесса вызывает дополнительные опасения у индивида,

порождаемые неопределенностью. Индивид вынужден адаптироваться к новым реалиям, но при этом не видя конечной точки данного процесса. Система ценностей индивида в современном российском обществе значительно трансформируется, результатом чего становится дезадаптация определенного круга лиц. «Столкновение поколений» становится еще одной проблемой российского общества одним из препятствий в его развитии.

Идеология консюмеризма широко распространена в современном обществе и развивается вместе с ним. Информационное общество характеризует символическое потребление, которое становится базовым в современном обществе. Риски общества потребления носят разнообразный характер. Большинство из них минимизируется благодаря улучшению благосостояния современных индивидов и внедрению новейших технологий. Это позволяет отметить, что общество потребления со временем эволюционирует. Эффективное управление рисками, является одной из задач современного общества потребления. Риски невозможно полностью исключить, но возможно достичь наиболее положительных результатов от эффективного управления ими.

28.05.2020

