

УДК 316

**Влияние «общества потребления»
на формирование нравственных ценностей студенческой молодежи**

Н.К. Губина

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского, Калуга

В статье рассматривается эволюция моделей потребления, анализируются взгляды ученых по поводу феномена «общества потребления» и его влияния на нравственные ценности молодежи, выявляется связь между моделью рационального потребления и социальным гедонизмом. Приводятся данные социологического исследования, изучающего соотношение гедонизма и альтруизма в социальных практиках студенческой молодежи регионально-го вуза.

Ключевые слова: Модели потребления ценности молодежи, социальный гедонизм, альтруизм

Потребление является важнейшей сферой человеческой жизнедеятельности, именно оно определяет мотивы производства, его структуру и границы. Особый интерес представляет собой изучение молодежного потребления, так как именно молодежь является той социально-экономической группой, поведение которой обладает прогностической ценностью, определяет завтрашнее лицо России. Проблемы, связанные с формированием потребления носят комплексный и междисциплинарный характер. Исследователи прошлого века считали, что материальные ценности, «вещи являются лишь объектом потребностей человека и представляют собой поиск возможностей и способов удовлетворения определённой социальной системы чело-

веческих потребностей». Наступление постиндустриальной эпохи значительно расширяет границы экономических и культурных возможностей. Социальные процессы потребления можно считать типичной чертой нашей современной цивилизации, но при этом мы не должны сводить его содержание к «процессу удовлетворения потребностей». В современном «обществе потребления» процесс потребления становится доминирующим социальным процессом, который играет «основную роль в процессе воспроизводства, подчиняя себе другие составляющие – производство, распределение, обмен и выходит за рамки чисто экономической сферы, проявляясь во всех социокультурных сферах человеческой жизнедеятельности». Взгляды исследователей по поводу феномена «общества потребления» можно разделить: одни исследователи отмечают положительные стороны влияния потребления на развитие человека, такие как наличие возможности установления социальной стабильности общества; возможностей для совершенствования и появления новых товаров, роста производства и уровней самосовершенствования, снижения напряженности и повышения уровня терпимости в обществе.

Другие ученые рассматривают «потребление» как отрицательное социальное явление современной жизни, приводящее к деградации личности, к разрушению духовных и нравственных идеалов, к потере культурных ценностей, к развитию приоритетов технократизма в производственной и общественной жизни людей, к дегуманизации и углублению социальных кризисов. Ряд исследователей утверждают, что отрицательных сторон гораздо больше: «общество делает человека зависимым, несамостоятельным; потребление становится смыслообразующим мотивом жизнедеятельности человека; утрачиваются национальные, культурные ценности и т.д.» является экономически оправданным шагом. Французский социолог Ж. Бодрийяр [2, с. 389] видел сущность общества потребления в самообмане, где изобилие является следствием тщательно маскируемого и защищаемого дефицита, который является смыслом выживания в современном мире. Транслируемое «рекламное» счастье является мерилем счастья социального, мерилем социального благополучия индивида. Критерием успеха являются приобретенные коды сигнификации «правильного» образа мысли и жизни, причем этот «образ мысли и жизни» идет в разрез с традиционными ценностями и традиционной моделью поведения. Принцип «каждому по потребностям» заменяется на «каждому по искусственно созданным потребностям». Все технологии современного маркетинга и PR, теле- и киноиндустрии направлены на формирование «жизненно необходимых» потребностей, поскольку необходимо «сбывать» произведенные товары, решения, услуги. Идея траты денег

на удовольствие «впечатывается» в сознание масс, формируя инфантильную, иждивенческую установку жизни. При таком положении дел предмет потребления начинает далеко выходить за рамки собственно потребительских свойств и качеств как мерила ценности. Ценность обладания вещью все меньше связана с ее практической полезностью. Предметы потребления становятся все более символической формой самоутверждения, подчеркивания своей идентичности и статусной позиции. Одним из первых на обстоятельства иррационального, «показного» потребления обратил внимание Т. Веблен в своей работе «Теория праздного класса» [4, с. 365] Демонстративное потребление во многом можно рассматривать именно как попытку решить проблему отчужденности посредством признания от окружающих. Вместе с тем это поведение, изначально имеющее рациональные основы, в принципе можно рассматривать как нерациональное. Рациональность порождает иррациональное стремление к удовлетворению от обладания, наиболее ярко проявляющемуся в наслаждении, удовольствии и гедонизме. Крупнейший социальный мыслитель, Д. Белл [1, с. 783] подчеркивал, что центральное место в современной западной культуре занимает гедонизм. По его мнению, именно в 1960-е гг. оформилась современная гедонистская мораль. Однако сдвиг в системе ценностей западного общества наметился еще раньше, в 1920-е гг., когда в результате массового производства и роста потребления стала преобразовываться жизнь среднего класса. В контексте постмодернистской культуры тема гедонизма, удовольствия и соблазна становится особенно актуальной. Постмодернистское общество избрало своим императивом наслаждение, а своей стратегией – соблазн. Современную культуру накрыла волна гедонизма, изменила ее облик. Результатом этих перемен стало появление нового типа человека с повышенным вниманием к самому себе и своему телу, заботящегося о собственном благополучии. Личность такого человека деформируется: теряется глубина, внутренне содержание. Вслед за этим следует духовный кризис, утрата человеком чувства гражданственности, индивидуализм, эгоцентризм и безразличие к общему благу, озабоченность только своими частными интересами. Гедонистические устремления человека оборачиваются опустошенностью, и тогда он тратит все свои силы и энергию на поиск новых, еще не изведанных удовольствий. В культуре влияние гедонизма сказывается, прежде всего, в снижении уровня духовных ценностей, в адаптации произведений искусства к ожиданию и спросу потребителей, в установке на развлекательность. Культ гедонизма и чувственных наслаждений – характерная черта современной массовой культуры. Современные средства массовой коммуникации сыграли решающую роль в том, что гедо-

низм стал ведущей ценностной ориентацией молодежи. В системе жизненных ценностей на второй план был оттеснен альтруизм – ценностная ориентация личности, направленность на бескорыстную помощь другим людям, предпочтение интересов других людей своим интересам. Как жизненный принцип – «живи для других», противоположный эгоизму, он был предложен одним из основателей социологии О. Контом. Понятие «альтруизм» в его научных трудах употребляется в одном ряду с понятиями «солидарность», «мораль», «социальность». О. Конт интерпретирует солидарность как универсальное свойство всех явлений природы, достигающее апогея в обществе и выступающее в нем в форме консенсуса; кроме синхронического, она имеет и диахронический аспект, обеспечивая связь поколений посредством традиции. Биологические корни альтруизма подчеркивал и П.А. Кропоткин, апеллируя к отсутствию внутривидовой борьбы, инстинкту взаимопомощи, которые человек заимствовал из мира животных. Рационалистический подход к объяснению альтруизма основан на «полезности», «выгоде» альтруистического поведения для социальных групп, общества и самих индивидов. Данный подход представлен эволюционными и реципрокными теориями, теориями «разумного эгоизма». В рамках данного подхода альтруизм имеет свою меру, общественно полезными считаются только его умеренные проявления, самопожертвование не вписывается в норму. Комплексный социологический анализ природы альтруизма провел П. Сорокин, по инициативе и под руководством которого в 1949 г. был создан Гарвардский центр по изучению созидательного альтруизма. Истоки альтруизма он связывает с социокультурным миром, который рассматривает как результат победы человека над биологическими влечениями и эгоизмом. Типы культур, присущие им социальные ценности во многом определяют поведение человека. Именно «энергия культуры» выступает фактором сплочения народов, социальных групп, ведет к единству и согласию. Данный вывод послужил основой проекта «Таинственная сила любви», к реализации которого приступил П. Сорокин в Гарвардском центре по изучению созидательного альтруизма. В его концепции альтруизм и любовь – понятия синонимичные. Любовь анализируется в разных аспектах: этическом, религиозном, онтологическом физическом, биологическом, психологическом и социальном. «Осмысленное взаимодействие или взаимоотношения между двумя или более людьми, в которых ожидания и устремления одного человека разделяются и получают поддержку в их реализации со стороны других людей» представляет собой любовь в социальном аспекте. Созидательный альтруизм проявляется в солидарности, добрососедстве, поддержке, взаимопомощи. Социологический подход реали-

зуется в предложении измерения любви через такие показатели как интенсивность, экстенсивность, продолжительность, чистота и адекватность. К высшим формам проявления любви П. Сорокин относит «действия, посредством которых человек свободно дарит другим значимые для себя ценности – здоровье, жизнь, душу, счастье». В большинстве случаев границы любви определяются приоритетами интересов членов семьи и друзей. Небольшая группа людей («великие альтруисты» такие как Христос, Будда, Конфуций, Франциск Ассизский и др.) способна проявлять деятельную любовь по отношению к чужим людям. Групповое ограничение альтруизма со временем ведет к тенденции внегруппового антагонизма. П. Сорокин подчеркивал такую закономерность: чем выше внутригрупповая солидарность, тем чаще случаются конфликты с другими группами. По отношению к «чужим» возможны самые разные формы насилия. Решение данной проблемы П. Сорокин видел в формировании универсальных альтруистических ценностей. Концепция созидательного альтруизма П. Сорокина была подвергнута критике за «ненаучность». Безусловно, она не вписывалась ни в одну из известных в период ее создания социологических парадигм. Однако обращение к концепции созидательного альтруизма весьма актуально для современного российского общества. В молодежной (студенческой) среде, как свидетельствуют данные исследований, установки на альтруизм проявляются крайне редко: на уровне 4,5-6,7%. По мнению Вал. А. Лукова, в ответах студентов в основном выражается отношение к определенным социальным нормам, которые не обладают характером социальных законов и которые начинают проявляться как явно действующие лишь в определенных общественных условиях. Тогда ранее сложившиеся установки стремительно теряют свое значение, в тезаурусе личности, социальной группы в зоне «своего» оказываются находившиеся в тени концепты и ментальные конструкции, которые делают социальный закон вдруг ясным, понятным и непреложным. Данное мнение основывается на анализе добровольного участия молодежи в ликвидации последствий наводнений в Крымске, в Хабаровске, Комсомольске-на-Амуре и других городах и поселках Дальнего Востока. Пример крымского молодежного волонтерства Вал. А. Луков рассматривает как альтернативу распространённых в качестве основополагающих для современного российского общества либералистских идей «невмешательства» (принцип *laissez-faire*), означающего отказ от помощи нуждающимся в ней по соображениям, что этим будет уменьшена их способность к адаптации в имеющихся социальных условиях. Молодежь – это наиболее активная часть экономики и ее потенциал во многом определяют, по какому пути пойдет трансформация социальных

отношений. Любопытно обратиться к вопросу – на сколько у современной российской молодежи уже сформированы гедонистические и альтруистические ориентации. Базовой составляющей проявления гедонизма в социальном поведении является ориентация индивида на себя, на удовлетворение своих собственных потребностей. В этом смысле можно говорить о том, что в основе развития гедонизма лежит эгоистическая направленность личности. С практической точки зрения достаточно сложно зафиксировать выраженность чисто гедонистических стремлений, поскольку гедонизм тесным образом сопряжен с чувством получения удовольствия. Само же чувство наслаждения является во многом субъективным и мимолетным, что затрудняет его фиксацию традиционными социологическими методами. По этой причине в эмпирической части нашей статьи мы остановимся на исследовании эгоистических и альтруистических установок молодежи. Исследование гедонистических и альтруистических ориентаций современной провинциальной студенческой молодежи проводилось в феврале 2017 года на базе кафедры экономики КГУ им. К.Э.Циолковского. Метод проведения исследования – интервью. Выборочная совокупность составила 210 человек. Квотная выборка репрезентативна по половозрастной структуре. В качестве респондентов выступили студенты трех структурных подразделений КГУ им. К.Э.Циолковского: Института Истории и права, Факультета психологии и Института Естествознания. Социологическое изучение эгоистических установок в поведении молодежи рассматривалось в рамках их проективного поведения. С целью выяснения возможных изменений в структуре потребления респондентам было предложено описать, как изменилось бы их потребление при увеличении на один миллион рублей их доходов: на какие цели направили бы они полученные средства: улучшение питания, покупку одежды приобретение жилья, организацию досуга, получение образования и др. Ответы респондентов представили собой целый спектр разнообразных желаний, которые можно объединить в 10 групп. В приводимой ниже таблице 1 представлены основные направления расходования гипотетического миллиона рублей студентами университета.

Анализ полученных результатов показал, что наибольший уровень гедонизма демонстрируют студенты-таможенники: более трети средств они потратят на приобретение жилья, машин, треть денег направят на получение образования, что связано со стремлением сделать карьеру, 20% средств будет направлено проведение досуга (путешествия). Такие возможные альтруистические направления расходов как помощь родителям и благотворительность были практически проигнорированы.

Коренным образом отличается проективное расходование денежных средств студентами-медиками. Для них главным направлением расходования денег станут благотворительность(34%) и помощь родителям (32%). Но наряду с альтруистическими побуждениями у студентов-медиков присутствует и рациональный подход – 20% средств они хотели бы направить на накопление.

Промежуточное положение между типичными гедонистами-таможенниками и альтруистами-медиками занимают психологи. Психологи более рациональны и более склонны к развлечениям, чем медики, но, в то же время в большей степени, чем таможенники, ориентированы на помощь родителям (групповой альтруизм). Среди психологов наиболее велика доля лиц, которые направили бы средства на организацию бизнеса.

Таблица 1 – Структура расходования дополнительного дохода (доля студентов, выбравших названные ниже направления расходования полученных средств, %)

Группы студентов Основные направления расходов	Доля студентов (%)		
	Студенты-психологи	Студенты-таможенники	Студенты-медики
Образование	5%	30%	2%
Жилье, покупка квартиры	17%	23%	4%
Проведение досуга (путешествия)	14%	20%	3%
Покупка машины	5%	10%	2%
Свадьба		1%	1%
Бытовая техника		1%	1%
Здоровье		1%	
Помощь родителям	22%	1%	34%
Благотворительность	1%	1%	32%
Организация собственного бизнеса	14%		1%
Накопление	17%	10%	20%
Приобретение одежды, предметов первой необходимости	4%	2%	
	100%	100%	100%

Таким образом, на основании изложенных выше данных, приходится констатировать факт трансформации коллективистской ориентации в системе ценностей современной молодежи. Безусловно, говорить о явной детерминации сугубо эгоистически-гедонистических ценностей не стоит. Однако, тот факт, что лишь 30% молодежи можно отнести к альтруистично настроенной, говорит о постепенном отходе от коллективизма к индивидуализму. Подобное положение дел обязательно должно учитываться при разработке вектора социальной молодежной политики и социальных проектов, ориентированных на развитие взаимопомощи, поддержки и социального контроля.

Список литературы:

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл – М.: Academia, 1999. – 783 с.
2. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – М.: КДУ, Добросвет, 2013. – 389 с.
3. Бьюкенен, П.Дж. Смерть Запада / П.Дж. Бьюкенен. – М.: АСТ, СПб: Terra Fantastica, 2004. – 444 с.
4. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – Книжный дом «Либрокон», 2014. – 365 с.
5. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / Э. Дюркгейм. – М.: Директ-Медиа, 2011. – 567 с.
6. Конт, О. Курс позитивной философии. Антология мировой философии, т. 3 / О. Конт. – М.:1971. – 584 с.