

*А.Н. ИЛЬИН*

## **ДЕКОНСОЛИДАЦИЯ И ДЕПОЛИТИЗАЦИЯ, ХАРАКТЕРНЫЕ ДЛЯ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ**

*Аннотация.* В статье ставится вопрос о том, что в постсоветском российском обществе к настоящему времени сложилась культура потребления, оказывающая негативное влияние на многие аспекты социально-культурной жизни человека и общества в целом. В частности, рассмотрены такие связанные с консьюмеризмом проблемы, как распад общественных связей и политическая пассивность населения. Эти свойства особенно характерны для социальной группы молодежи, сформировавшейся в постсоветское время. В качестве теоретико-методологической базы исследования использованы теории социологии потребления и социальной философии. Представлен анализ точек зрения российских исследователей, изучающих проблемы социальной атомизации, социальных страхов, идентичности в условиях развития консьюмеристских тенденций. В качестве методологической базы выступают работы зарубежных авторов (З. Бауман, Ж. Бодрийяр, Г. Дебор, А. Турен), исследующих особенности потребительского массового общества. Сделаны выводы о том, что избыточное потребление, характерное для современного российского и других обществ, культивирует ценность индивидуализма, переводит внимание человека с серьезных политических проблем на проблемы личного характера. В результате происходит ослабление социальных связей, падает политическая активность (например протестная), интерес к проблематике общественного блага замещается интересом сугубо личного плана. Гипертрофирование ценностей потребления в пределе ведет к потере обществом своей основы — социальности.

---

**Ильин Алексей Николаевич** — кандидат философских наук, доцент кафедры практической психологии Омского государственного педагогического университета. **Адрес:** 644086, Омск, ул. Партизанская, 4а, 117. **Телефон:** 8-950-338-15-73. **Электронная почта:** [ilin1983@yandex.ru](mailto:ilin1983@yandex.ru)

Работа выполнена при финансовой поддержке Минобрнауки России (государственное задание).

*Ключевые слова:* культура потребления, деконсолидация, деполитизация, общество потребления, политическая пассивность, индивидуализм, солидарность, атомизация.

### **Современная потребительская культура как условие социальной деконсолидации**

Проблематика потребительской культуры в постсоветском обществе особенно актуальна. Если традиционные культуры, как правило, сплачивали людей, то современное потребительство актуализирует удовлетворение индивидуальных потребностей, что способствует эгоизации человека и разрушает межперсональное единство на групповом уровне.

Такому влиянию оказались подвержены едва ли не все социальные группы российского общества, но особенно молодежь, чье становление проходило на фоне рыночных изменений российской экономики и формирования новых ценностей. Сегодня все менее наблюдается позитивная консолидация молодежи, основанная на солидарности, сотрудничестве и руководстве общественно-полезными целями. А вот негативная консолидация (криминальность) в постперестроечное время начала стремительно развиваться. «Положительные» объединения требуют от инициаторов больших усилий, чем «отрицательные», что значительно облегчает возникновение последних. Сейчас есть, конечно, много молодежных объединений, но основным мотивом вступления в них является не желание быть полезным обществу, а стремление все к той же карьере; объединения, с помощью которых осуществляется позитивная консолидация, чаще всего рассматриваются в качестве социального лифта. Процессы молодежной самоорганизации либо имитируются, либо навязываются извне. В.В. Петухов пишет следующее про современную молодежь: «Налицо явная нехватка “солидаризма”, способности действовать ради “общего блага”, а также — гипертрофированная ориентация на частную жизнь, понимание свободы исключительно как свободы индивидуального выбора — где работать, как работать, где жить, куда ездить отдыхать, с кем дружить, о чем говорить, какие фильмы смотреть, участвовать или нет в политической жизни и т. п.» [14, с. 58]. Рассматривать вопрос об участии или неучастии молодежи в политической жизни в нашей статье представляется неуместным, так как молодежь обычно не ставит его перед собой. В случае его «нечаянной» постановки чаще всего назревает однозначный отрицательный ответ: как показало исследование В.В. Петухова, всего 2–3% молодых людей указывают в социологических опросах на свое участие в митингах и демонстрациях, работу в политических партиях и молодежных политических объединениях.

На наш взгляд, именно вследствие акцентирования внимания на

потребительских практиках усиливается тенденция деполитизации (деконсолидации). Конечно, эта тенденция обусловлена различными причинами, однако мы предполагаем, что потребительская культура является одной из наиболее значимых причин индивидуализации общества и утраты социальных связей.

**Падение интереса к политике  
в условиях упрочения потребительских тенденций**

Сегодня одной из главных проблем выступает не фрагментированность политических предпочтений и трудность политически активных людей договориться друг с другом, а *спад протестной активности как таковой и утрата идеологических и политических установок*. Потребкульт, если учитывать его аполитичность и центрированность на личном, не приемлет соответствующие установки в качестве важных элементов сознания. Стоит прислушаться к точке зрения Г. Дебора: в условиях избыточного потребления исчезает взрослый как хозяин собственной жизни, а молодость как фактор изменения существующего перестает быть свойством молодежи [7]. Потребительство упрочивает дефицитность социального субъекта политической жизни и политических преобразований. Как отмечает Г.Л. Тульчинский, при дисперсности, бесструктурности и «размазанности» общества, отсутствии в нем социально-экономических и политических связей и отношений, направленных на реализацию интересов разных социальных сил, при неосознанности самих этих интересов, политическая активность приобретает деструктивный характер. Выборы теряют реальный политический смысл, амбициозные самозванцы превращают партии в группировки, а власть не ставит перед собой задачи консолидации общества [16].

Отход от политики — широкое явление, охватывающее как достаточно обеспеченную потребительскую прослойку, так и бедные слои населения, предпочитающие протестным движениям приобщение к консюмеризму. Значительная часть социума превращается в «политическое болото». *Потребкульт является не единственной, но крайне значимой причиной деполитизации общества.*

Индивидуализм, деконсолидированность, мещанство, аутореферентность как проявляющиеся на всем общественном поле тенденции имеют связь с осознанием тщетности попыток в коллективных действиях, с разубежденностью в возможности оказывать совместное влияние на глобальные процессы и важные политические решения, с невидимостью связи между коллективной активностью и серьезными изменениями в экономике и политике, с трудностью адаптироваться к возрастающей неопределенности, в общем, с фатализмом, переводящем внимание с коллективистских акцентов на индивидуалистические и вытесняющем из сознания само существование глобальных

проблем и архиважных решений. Повергшие себя в фатализм люди не смогут консолидироваться против чего-то или за что-то, поскольку коллективное действие как проявление волевой решительности предполагает в качестве своей основы определенное выраженное в идеологии стремление, а когда стремления нет, действию вырасти не из чего. Если люди принимают невозможность влиять на определяющие их жизнь события за истину, эта невозможность проявляется в их действиях, а точнее бездействиях.

Людей уже не интересуют глобальные проекты, ставящие перед собой в качестве цели не столько избавление от насущных проблем, сколько построение абстрактного общества будущего в долгосрочной временной перспективе. Для реализации такого проекта необходимо коллективное действие, которое отсутствует не только потому, что люди потеряли веру в коллективизм, но и потому, что они потеряли веру в проекты. Консолидация на основе общих интересов и проблем не представляется условием реализации собственных интересов, а скорее, напротив, — причиной ограничения индивидуальной свободы и потери личного времени. Такому видению особенно способствуют примеры богатых людей, успешных потребителей (в том числе из близкого окружения) и представление о том, что они достигли социально-экономических высот благодаря личной предприимчивости, а не коммунизму. Как отмечает П. Линке, начиная с перестроечного времени, молодые люди сосредоточили внимание на точечных проектах, мелких вещах, соответствующих уровню «здесь и сейчас», отвернувшись от «мега-мышления», увлечения утопией и разными грандиозными конструкциями, свойственными более старшему поколению [11].

Почти ни одна проблема не представляется как общая, требующая внимания, мобилизации сил каждого и создания крупной активной общности для противодействия. Люди потеряли интерес к состоянию социально значимых систем, вне которых жизнь невозможна. Поэтому на противоречащие друг другу или реальности заявления политиков они перестали обращать внимание. Большинство проявляют пассивность перед лицом серьезных угроз и неготовность к каким-либо формам объединения [8]. Тем более что сами угрозы осознаются людьми по-разному, различным образом ранжируются по значимости и потому не создают единой и непротиворечивой симптоматики тревожности; эта «разбросанность» тревоги также влияет на отсутствие социальной интеграции и мобилизации, которая обычно вызывается сильным всеобщим страхом.

Понятия социальной борьбы, предотвращения общественных угроз, патриотизма, социального целеполагания и объединения не просто утратили серьезность в глазах людей, а давно стали высмеиваться. Идею общих интересов и восстановления социальной справедливости

замещает индивидуализация и тенденция, выраженная в попытке не коллективного, а индивидуального, атомарного и бесконфликтного проникновения, буквально просачивания в эшелон более высокого класса, в элитарную прослойку. Победу одержал культурно-исторический тип, называемый мещанством, противоположный приверженности творчеству, прогрессу и социальной активности. Для него неприемлемы никакие движимые социальными идеалами активные действия. Его суть, как метко определил С.Г. Кара-Мурза, — «самодержавие собственности» [10, с. 57].

Если исходить из схемы, согласно которой мотивация зависит от умножения ожидания результата на его ценность, то следует сказать, что при разговорах о консолидации и солидаризации нейтрализовано как ожидание, так и ценность; результат одновременно представляется невозможным по части достижимости и не сильно нужным или слишком дорогостоящим, а значит, и не ценным. Соответственно, мотивации к коллективности нет. Публичное пространство заполняется не общественным и политическим дискурсом, а дискурсом интимности личной жизни и мелких бытовых забот. В этом плане потребительская прослойка напоминает бодрийеровскую массу, представляющую собой зону холода, у которой нет социальной энергии, и ее холод имеет возможность поглощать любую активность. Масса уничтожает знаки и смысл, которые впитывает в себя. Своей пассивностью она нейтрализует все призывы по отношению к себе — как государственнические, так и революционные [4]. Однако общество и страна жизнеспособны, когда каждый чувствует себя защитником и строителем целого и связан с каждым другим узами ответственности и горизонтальной солидарности. Зачастую сама власть отказывается поддерживать социальную связность или она стремится это делать, одновременно максимально отдаляясь от людей и тем самым подрывая доверие к себе и к коллективизму.

Чувство собственной беспомощности повлиять на происходящее вокруг связано с ощущением несправедливости, которые в своем сочетании подрывают психику и физическое здоровье. Жить с ощущением несправедливости и одновременным пониманием своего бессилия, значит находиться в состоянии длительного и опасного по последствиям повседневного стресса (в 2009 г. сочетание этих состояний было характерно для каждого пятого россиянина и лишь 4% никогда их не испытывали) [5]. Для психики более комфортен следующий принцип: если «мы» не можем влиять на происходящее, если каждый из нас не защищен общим «Мы», проще отказаться как от понятия «мы» и лежащей в его основе солидарности, так и от признания серьезности происходящих в стране или мире событий; вместо «мы» и глобальных процессов есть «я» и мои личные интересы. Таким образом, происходит вытеснение общественного из сознания людей.

Оно становится не реалистическим, а аутистическим, проявляющим эскапизм по отношению к угрожающим сообщениям (вытесняющим их) и предпочитающим скрываться под панцирем индивидуализма и гаджетомышления. Аутистическое сознание создает приятные представления, даже если они совершенно не соотнобразуются с реальностью. Согласно А. Азимову, слово «идиос» по-гречески означает «частный, личный», и в Древней Греции человека, который не интересовался общественно-политическими проблемами, а ограничивался только личными вопросами, называли идиотом [1]. Идиот — тот, кто живет таким образом, будто внешнего мира не существует.

Сегодня выбор нового вкуса чипсов молодежь интересуется больше, пожалуй, чем выборы во власть. Не желая воспринимать сигналы об угрозах, потребитель просто отключает систему восприятия угроз. Человек помещает себя в некое культурно-психологическое зазеркалье. Общественное и индивидуальное становятся удаленными друг от друга так, что индивидуальное остается здесь, а общественное уходит в некую недостижимую область, отдаленность которой обесценивает попытки дотянуться до нее и, соответственно, нивелирует смысл и полезность этой области для реальной жизни с ее прагматизмом. В результате любые призывы к общественным действиям типа отстаивания своих прав вызывают скептическую улыбку и становятся похожими на глас вопиющего в пустыне. Культура потребления тривиализирует и дегероизирует человеческую жизнь.

#### **Поражение солидарности и победа индивидуализма**

Сплочение происходит на уровне небольших родственных общностей, в то время как идентификация с большими общностями нестабильна, а политические идентичности вообще отторгаются на периферию. В целом социальная коммуникабельность утрачивается. Только самые близкие вызывают чувство доверия, микросоциальные сети взаимодействия остаются главными ресурсами выживания, а малые группы — структурами обеспечения защиты от различных опасностей. Конституируется опора исключительно на себя, семью и некоторых близких [6].

Коллектив сужается до семьи или до индивида. Семья воспринимается не как ячейка общества, а как убежище. Формирующиеся на основе родственных и дружеских связей социальные сети не доходят до уровня гражданских инициатив по защите общественных интересов. Поэтому если микросоциальные сети и оказывают посильную жизненную поддержку входящим в них людям, эта поддержка, естественно, не меняет существующий порядок, а лишь позволяет к нему приспособиться, в чем заключается ее принципиальная неполнота. Представляется существование взаимообуславливающей силы между сплочением в семье и малые группы и отдалением на более масштабном — общесоциальном — уровне. Все это указывает

на недостаток общественных качеств, позволяющих организовать действия, направленные хотя бы на защиту элементарных прав и свобод. Впрочем, потребители не испытывают чувства ущемленности прав и свобод вследствие своей деполитизированности и сфокусированности на личном микромире.

В.В. Петухов в 2004 г писал, основываясь на результатах социологического исследования: «...с одной стороны, сформировалось поколение людей, которое уже ничего не ждет от властей и готово действовать, что называется, на свой страх и риск. С другой стороны, происходит индивидуализация массовых установок, в условиях которой говорить о какой бы то ни было солидарности, совместных действиях, осознании общности групповых интересов не приходится. Это, безусловно, находит свое отражение в политической жизни страны, в идеологическом и политическом структурировании современного российского общества» [13, с. 37–38]. Тенденция десолидариации в последние годы только усилилась.

Принцип «своя рубашка всегда ближе к телу» переходит всякие разумные и нравственные границы. Человек крайне трагично относится к потере своих «игрушек», но абсолютно индифферентно, например, — к расхищению национальных богатств его страны, которые находятся за рамками его мышления и ценностного восприятия. Культура потребления возвращает социальную апатию, граничащую с аутизмом. Благодаря ей какие-либо серьезные проблемы страны и общества в глазах людей предстают как мелочи, недостойные внимания. Когда перед ними рушатся целые системы хозяйствования, они воспринимают этот процесс как мелочь, не задумываясь о том, что от данных систем зависит их личное благосостояние. Когда же происходят неполадки в их личной жизни, консьюмеры воспринимают их невротично-апокалиптически. Наблюдается тенденция занижения до минимума ранга серьезных социальных проблем и завышения до максимума личных неурядиц. Редко люди задумываются о том, что личные проблемы зачастую имеют глубокие корни, уходящие в функционирование масштабных систем, и потому выбрасывают накопленную агрессию совсем не на тот объект, который заслуживает справедливого гнева. Скорее всего, именно поэтому массы придают значение лишь сводкам о местечковой преступности (что тоже важно), обращая меньшее внимание на сообщения о коррумпированности какого-нибудь крупного чиновника; возможно, не возникает понимания того, как наказание крупного государственного функционера, жертвы которого неконкретны и анонимны, может обезопасить людей, скажем, от уличной преступности, способной обратиться против каждого и избрать для себя абсолютно конкретную жертву. *Люди, наполненные апатией и равнодушием к серьезным проблемам и, напротив, сверхчутким вниманием к личным проблемам, не могут создавать здоровое и развитое общество.*

Консьюмер может безучастно, с большой долей равнодушия, смотреть на разрушение инфраструктуры своей страны. У него не вызывают протест ни разрушение сельского хозяйства, ни ликвидация огромных промышленных секторов, ни остановка финансирования науки, ни многие другие деструктивные инициативы. Помимо череды разрушений, каждая из которых стала угрозой для страны и общества, возвращенная социальная апатия пополнила собой список угроз. *Нечувствительность к проблемам общества, страны и мира — одна из метапроблем и социальных метаугроз, характерных для эпохи потребления.*

Угрозы, воспринимаемые как барьеры для реализации личных интересов, периодически мотивируют людей на индивидуальные действия, а угрозы социальные обычно не сопряжены с мотивацией к активности. Уместно предположить, что потребительские заботы представляют собой некую форму компенсации за отсутствие властных полномочий и властное угнетение. Они не приносят свободы в системе властных отношений, но создают удовлетворяющий симулякр свободы и автономии в системе частного выбора продуктов, гаджетов, мест отдыха и т. д. Естественно, потребитель благодаря функционирующей психологической защите склонен рассматривать этот симулякр не как таковой, а как истинную свободу действий.

Хоть и существует соотношение между личными и общественными проблемами, в ментальной сфере не остается места для их соотнесения. Теперь господствуют ток-шоу, которые на всю область публичного транслируют сведения о личной жизни звезд, обсуждения проблем быта или интимной жизни обычных людей и т. п., не выходящие за рамки частного. Тем самым подобная дискурсивная практика не соединяет частное и общественное, а частное подает под видом общественного, совершает тотальную подмену, а потому только разъединяет эти две сферы. Уничтожая общественное, эта практика отдает максимально широкое пространство на откуп частного, которое не способно осуществлять производство социальных связей. Подмена серьезного «откровениями» пустословия одерживает верх и учит людей замыкаться в себе, своих личных проблемах. Она не ориентирует смотреть за линию горизонта, видеть за деревьями лес, мыслить о значительно более глобальном и серьезном, чем правильный выбор стирального порошка в гипермаркете.

На эту особенность современных обществ указывает З. Бауман: «общественное» колонизируется «частным» в виде деградации публичного интереса до любопытства к частной жизни общественных деятелей; искусство жить в обществе сводится к копанию в чужом белье и публичным интимным излияниям, а общественные проблемы, не поддающиеся подобной редукции, вообще перестают быть понятными. В эпоху глобализации социальные институты теряют силу, что

ведет к упрочиванию общего интереса к частному, а нежелание людей переводить интерес в плоскость общественного облегчает работу тех глобальных сил, которые заинтересованы в бессилии государств и общественных институтов [3]. В индивидуализированном обществе закономерна тенденция подмены серьезных социальных проблем и задач личными интересами. Дискурсивное поле, область наррации представляет собой узкое в содержательном и смысловом аспекте явление, которое всячески вытесняет нарративы, говорящие об альтернативных вариантах жизни и жизнеустройства. Комплекс артикуляций и нарраций существенно ограничивается. Огромное засилье развлекательных телешоу погружает народ в поле развлечений. Человеку хочется быть счастливым, и он отвлекается от проблем реальности, погружается в чудесный мир, созданный СМИ, и обретает счастье.

Для этого постмодернистского эдема есть все: IP-технологии, виртуалия, телесные практики и т. д. В современном мире, для которого характерен стремительный прирост знаний и научно-технический прогресс, новые гаджеты, стимулирующие все большее потребление, переносят идею перемен с политической арены на арену быта, в лоно повседневности, где последняя модель сотового телефона — самая совершенная и самая крутая — важнее всего остального. Эпоха хронических открытий не только обогащает сферу быта, но и засоряет производством гаджетов и фиктивных потребностей, которые отвлекают внимание от глобальных вещей и уводят в домашний микромир.

Вполне закономерно, что масштабные системы социального жизнеустройства представляются большинству людей практически невидимыми, а потому недостижимыми и недостойными пристального внимания. Потребительство предлагает решать проблему контроля над жизнью путем аутореферентности, сводимой к многочисленным покупкам и вовлечению в рынок услуг. Причем потребительское внимание настолько сузилось, что его предметом стала не личная жизнь в целом, а некие ее однодневные фрагменты. Для современного видения жизненных перспектив характерны краткосрочные индивидуальные проекты (*short individual project*). Жизнь в кратком времени сугубо индивидуального бытия является барьером для поддержания межпоколенных и вообще социальных связей и возможного объединения с другими людьми ради достижения более или менее длительных стратегических целей.

Люди все меньше принимают всерьез обещания политических лидеров и активистов общественных движений, ибо горький опыт научил неверию политике. Они обычно объединяются с политическими деятелями не благодаря своей вере в их лозунги и проекты, а в целях найти влиятельную поддержку для решения своих индивидуальных проблем. Поэтому объединяться предпочитают с сильными

политическими акторами, которые путем нарастающей поддержки увеличивают свою силу, а также и влияние на общество в первую очередь в своих, а не в общественных, интересах. Если ранее, в позднесоветское время, нонконформизм протестовал против доминирования общественного над частным, против государственно санкционированного давления на личность, то сейчас его функцией наряду с этим становится и сопротивление гегемонизму частного, индивидуального и обывательского над общественным.

Индивидуализм следует понимать не как проявление независимости и самодетерминированности, а скорее как проявление эгоизма и меркантильности в соответствии с изоляционистским принципом «моя хата с краю». Человек есть микрокосм не в качестве индивида, а в качестве субъекта. Индивидуализм — производное от индивида как сугубо биологического существа, не выражающего субъектных и гражданских качеств. Именно индивидуализм, а не субъективизм как осознанная самодетерминация и гражданская позиция, является основой потребительства, которое разрушает нормальные человеческие связи, солидарные проявления гражданственности и разделяет людей на «неделимые атомы», испытывающие друг к другу в основном экономический интерес. Когда люди разделены и каждый руководствуется только личной выгодой в результате возникает то, чего практически никто из них не хотел.

Из коммунистического дискурса исходит идея, что частная собственность отдаляет людей, так как осознание своей собственности сопряжено с осознанием ее не-принадлежности кому-то другому. Эта мысль особо актуальна для изучения именно потребительского общества, где связь человека с вещами приобрела черты сакральности, а солидарная связь с другими людьми понизила свое значение. Сакрализация владения вещами обострила отказ другим в доступе к этим вещам, а вместе с тем и ослабила связующую людей нить. Конечно, на основе этой мысли было бы, по меньшей мере, неразумно призывать к отказу от частной собственности, что в полной мере невозможно, ибо человек по природе своей — существо как социальное, так и индивидуальное, которому свойственно свои потребности ставить выше потребностей другого. Однако, не впадая в крайности, следует заметить необходимость отказа не от частного, а от его сакрализации, от его абсолютизации, происходящей в ущерб ценности коллективного.

Неудивительно, что волна потребительства хлынула в нашу страну именно после перехода России с околокоммунистического уклада к околокапиталистическому, к социал-дарвинистскому. В последние годы, начиная сразу после перестройки, у наших людей и в первую очередь среди молодежи наметились меркантильный индивидуализм и утрата солидарности, повлекшие за собой атомизацию и нарушение коллективных связей. Установки на личную выгоду и потребительство

стали реакцией на внедрение рыночных (или квазирыночных) принципов в экономику [2]. Укрепление меркантилизма, как отмечалось, наблюдается не только среди молодежи, а становится общесоциальным принципом. Во-первых, в таком окружении становится крайне проблематично выжить и чего-то добиться с помощью социально утверждающих ценностей. Во-вторых, «общественник» представляется другим в качестве аутсайдера, маргинала, а его ценностные ориентации получают статус пороков, достойных осмеяния. Для избегания риска стать отверженным каждый приспосабливается к большинству и тем самым множит потребительские стратегемы. Парадокс заключается в том, что *при господстве индивидуализма каждый такой приспособленец к большинству антагонистичен этому большинству и себе подобным*. Согласно А. Турену, втягивание населения в рыночную экономику, которая характеризуется отказом от регулирования и контроля экономической деятельности, приводит к дезинтеграции всех форм социальной организации и распространению индивидуализма. Социальные нормы заменяются экономическими механизмами и стремлением к прибыли [17]. Прагматизм и расчетливость способны объединить некоторых людей или даже группы, чьи меркантильные интересы временно совпадают, но они не могут служить объединяющей основой на всенародном уровне и выступать вдохновляющими идеями, скрепляющими социум. Вообще, в потребительском обществе доминируют не идеи и идеалы, а меркантильные интересы, которые выливаются в мощную конкурентную борьбу, вытесняющую возможность диалога и сотрудничества.

#### **Антисоциальная сущность избыточного потребления**

При доведенном до состояния рассыпающегося песка обществе не остается места для социальных конструкций. Такой риск характерен для гипер(пост)капиталистического потребительского общества, общества без тормозов, где нравственность как социальный фундамент заменилась утилитарной и прагматичной логикой. Процесс социального измельчания, индивидуализации и деконсолидации влечет за собой утрату коллективной памяти, воли и разума, в свою очередь влияющих на различные системы социальной жизни; само общество превращается в перманентную гражданскую войну, в ее новый тип.

Залогом социального единства людей выступает духовная жизнь общества, наличие именно общественных моральных ценностей. Когда их нет, возникает внеморальное единство. Конечно, основанные на взаимопомощи процессы интеграции тоже происходят, но их количество и качество снижаются в индивидуализированном обществе потребления.

В таком обществе разрушается основа общественного сохранения, а социальный опыт сменяется энтропией. Наблюдается наступательное

воздействие социальной дезинтеграции, аномии и отхода от какой бы то ни было объединяющей национальной идеи, в результате чего утрачивает ценность патриотизм, чувство личной причастности к судьбе страны и ее народа. Следует признать, что системой связей, характерной для СССР и пронизывающей общество в целом, было товарищество. Сейчас оно ушло с социально-культурной сцены. Остались бесконечно дробящиеся меньшинства, но нет единого в своей истории и судьбе народа. Подчеркивая этот факт, Ю.В. Олейникова пишет: «В сегодняшней России, в отражающей ее жизнь литературе, в системе воспитания исчезли положительные герои. Не стало не столько героев-защитников, сколько самого объекта защиты, ибо с исчезновением общенациональной идеи весь некогда единый народ России распался на множество частных лиц» [12, с. 238]. Спасаться предлагается в одиночку, а спектр планирования и целеполагания не выходит за пределы «Я». Принцип либерализма и консьюмеризма «спасись сам — и тысячи спасутся вокруг тебя» не работает.

Индивидуализм самоспасения не приводит к спасению других, а потому представляет собой тупиковый путь. В нем нет ничего, что работало бы на сплочение социума. Даже при росте населения существование общества может быть под угрозой, если оно охвачено потребительством; важность проблемы измеряется качественными, а не количественными показателями. Поэтому сам термин «общество потребления» весьма условен.

Понятия «общество» и «избыточное потребление» несовместимы поскольку доминирующие потребительские тенденции разрушают общество, превращают его просто в совокупность предельно индивидуализированных атомарных единиц, в планктонообразную, дрейфующую в океане созданного ею же бессмыслия, внутренне раздираемую субстанцию. Общество не поддается редуцированию до простой совокупности индивидов, а является совокупностью связей между ними. Когда потребление начинает играть доминирующую роль в обществе и общественных отношениях, оно приводит к трансформации специфики этих отношений. Общество и культура являются продуктами деятельности человека, равно как и человек с его принципами, взглядами и ценностными ориентациями есть общественно-культурный продукт. Если принять во внимание эту формулу, апеллирующую к замкнутости взаимоотношений общества и человека, к их тесной сопричастности, мы придем к мнению, что социальная атомизация, создаваемая потребительством, нивелирует данную формулу, разрывает ее, не давая возможности человеку создавать общество, а не-созданное общество, соответственно, лишается права создавать человека. Совокупность потребительски ориентированных индивидов, утратившая необходимые связи, способна продуцировать индивидов «по образу и подобию своему» — таких же асоциальных и

так же ориентированных на потребление. Асоциальность и индивидуализм потребительства выступают объединяющими индивидов ценностями, но не скрепляющими их между собой.

Согласно психоанализу, каждый человек — противник культуры, лишаящей его своей природы. Имеет место следующая причинно-следственная зависимость: чем выше уровень культуры, тем больше степень невротизации, так как каждая ступень культурного развития устанавливает новые ограничения и запреты. Культура приводит к возрастанию массы лишений, но не потребительская культура. Она, в чем и кроется ее принципиальное отличие от «культуры вообще», а также принципиальный соблазн, не запрещает, а разрешает, не лишает, а предлагает, не ограничивает, а сподвигает, не морализирует, а деморализирует. Так что увлечение потребительством, гипертрофирование ценности потребления, как мы пытались показать, в конечном итоге ведет к краху социальности.

Общество как система взаимосвязей не выдерживает нарастания критического объема социопатического потребительства. Социальное единство или «собранность» заменяются «единством индивида». Возникает вопрос, не утратила ли социология в современных условиях объект своего изучения, не исчез ли он с появлением новой формации, которая нивелирует общественное, в которой вместо общества фигурирует население и господствует индивид — «не-общественный человек». *Потребительское общество из-за деконсолидированности представляет собой совокупность индивидов как целое, которое меньше суммы своих частей.*

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Азимов А.* Слова в науке. История происхождения научных терминов. М.: Центрполиграф, 2006. — 364 с.
2. *Бабинцев В.П., Реутов Е.В.* Самоорганизация и «атомизация» молодежи как актуальные формы социокультурной рефлексии // Социологические исследования. 2010. № 1. С. 109–115.
3. *Бауман З.* Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005. — 390 с.
4. *Бодрийяр Ж.* В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000. — 96 с.
5. *Горшков М.К.* Фобии, угрозы, страхи: социально-психологическое состояние российского общества // Социологические исследования. 2009. № 7. С. 26–32.
6. *Данилова Е.Н., Ядов В.А.* Нестабильная социальная идентичность как норма современных обществ // Социологические исследования. 2004. № 10. С. 27–30.
7. *Дебор Г.* Общество спектакля / Пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос, 1999. — 224 с.

8. *Иванова В.А., Шубкин В.Н.* Массовая тревожность россиян как препятствие интеграции общества // Социологические исследования. 2005. № 2. С. 22–28.
9. *Кара-Мурза С.Г.* Матрица «Россия». М.: Эксмо: Алгоритм, 2010. — 256 с.
10. *Кара-Мурза С.Г.* Угрозы России. Точка невозврата. М.: Эксмо: Алгоритм, 2012. — 592 с.
11. *Линке П.* Потерянное поколение в мастерской будущего // Теоретический и общественно-политический журнал «Альтернативы». 2012. № 1. С. 33–36.
12. *Олейникова Ю.В.* Патриотизм как категорический императив русской интеллигенции // «Новая» и «старая» интеллигенция: общее и особенное / РГГУ, социол. фак-т, Центр социол. исследований; Под общ. ред. Ж.Т. Тощенко; Ред.-сост. М.С. Цапко. М.: РГГУ, 2012. С. 234–243.
13. *Петухов В.В.* Новые поля социальной напряженности // Социологические исследования. 2004. № 3. С. 30–39.
14. *Петухов В.В.* Поколение «нулевых»: социальные настроения, идеологические установки и политическое участие // Политические исследования. 2012. № 4. С. 56–62.
15. *Реутов Е.В., Колпина Л.В., Реутова М.Н., Бояринова И.В.* Эффективность социальных сетей в региональном сообществе // Социологические исследования. 2011. № 1. С. 79–88.
16. *Тульчинский Г.Л.* Культура в шопе // Нева. 2007. № 2. С. 128–149.
17. *Турен А.* Социология без общества // Социологические исследования. 2004. № 7. С. 6–11.

Дата поступления: 29.11.2013.

#### ***A.I. ILIN***

**Ilin Alexey Nicolaevitch** — Candidate of Philosophical Sciences, Professor of the chair of practical psychology of Omsk State Pedagogical University.  
**Address:** 4a, 117, Partizanskaya str. Omsk, Russia, 644086.  
**Phone:** +7 (950) 338-15-73. **Email:** ilin1983@yandex.ru

#### **DE-CONSOLIDATION AND DE-POLITICIZATION AS CHARACTERISTICS OF CONSUMER Society**

*Abstract.* The article highlights that in the post-Soviet Russian society consumer culture has developed that has a negative impact on many aspects of the socio-cultural life of a person and society in general. In particular, problems related with the consumerism have been considered. They are disintegration of social ties and the political inactivity of the people. These properties are especially common to youth, formed in the post-Soviet time. As theoretical and methodological basis of the study the theories of sociology of consumption and social philosophy have been used. The analysis of the viewpoints of Russian researchers studying the problems of social atomization, social fears, identity under conditions of development of consumer tendencies has been presented. As a methodological base we use works of foreign authors (Z. Bauman, J. Baudrillard, G. Debord, A. Touraine), exploring the features of the mass consumer society. Conclusions are made about the fact that excessive consumption typical of modern Russian and other societies, cultivates the value of individualism, puts

the person's attention from the serious political problems on personal problems. The result is the weakening of social ties, political activity decreases (for example, protesting), interest in the issue of public goods is replaced by a purely personal interest. The hypertrophy of the values of consumption in the limit leads to the society's loss of its foundation — sociality.

*Keywords:* culture of consumption, deconsolidation, depoliticization, consumer society, political passivity, individualism, solidarity, atomization.

#### REFERENCES

1. Azimov A. Slova v nauke. Istorija proishozhdenija nauchnyh terminov. Moskva: Centrpoligraf, 2006. — 364 s.
2. Babincev V.P., Reutov E.V. Samoorganizacija i “atomizacija” molodezhi kak aktual'nye formy sociokul'turnoj refleksii. Sociologicheskie issledovanija. 2010. No. 1. S. 109–115.
3. Bauman Z. Individualizirovannoe obshhestvo. [Per. s angl. pod red. V.L. Inozemceva]. Moskva: Logos, 2005. — 390 s.
4. Bodrijar Zh. V teni molchalivogo bol'shinstva, ili Konec social'nogo. Ekaterinburg: Izd-vo Ural'skogo un-ta, 2000. — 96 s.
5. Gorshkov M.K. Fobii, ugrozy, strahi: social'no-psihologicheskoe sostojanie rossijskogo obshhestva. Sociologicheskie issledovanija. 2009. No. 7. S. 26–32.
6. Danilova E.N., Jadov V.A. Nestabil'naja social'naja identichnost' kak norma sovremennyh obshhestv. Sociologicheskie issledovanija. 2004. No. 10. S. 27–30.
7. Debor G. Obshhestvo spektaklja. [Per. s fr. C. Ofertasa i M. Jakubovich]. Moskva: Logos, 1999. — 224 s.
8. Ivanova V.A., Shubkin V.N. Massovaja trevozhnost' rossijan kak prepjatstvie integracii obshhestva. Sociologicheskie issledovanija. 2005. No. 2. S. 22–28.
9. Kara-Murza S.G. Matrica “Rossija”. Moskva: Jeksmo: Algoritm, 2010. — 256 s.
10. Kara-Murza S.G. Ugrozy Rossii. Tochka nevozvrata. Moskva: Jeksmo: Algoritm, 2012. — 592 s.
11. Linke P. Poterjannoe pokolenie v masterskoj budushhego. Teoreticheskij i obshhestvenno-politicheskij zhurnal “Al'ternativy”. 2012. No. 1. S. 33–36.
12. Olejnikova Ju.V. Patriotizm kak kategoricheskij imperativ russkoj intelligencii. “Novaja” i “staraja” intelligencija: obshhee i osobennoe. [RGGU, sociol. fak-t, Centr sociol. issledovanij; Pod obshh. red. Zh.T. Toshhenko; Red.-sost. M.S. Capko]. Moskva: RGGU, 2012. S. 234–243.
13. Petuhov V.V. Novye polja social'noj naprjazhennosti. Sociologicheskie issledovanija. 2004. No. 3. S. 30–39.
14. Petuhov V.V. Pokolenie “nulevyh”: social'nye nastroyenija, ideologicheskie ustanovki i politicheskoe uchastie. Politicheskije issledovanija. 2012. No. 4. S. 56–62.
15. Reutov E.V., Kolpina L.V., Reutova M.N., Bojarinova I.V. Jeffektivnost' social'nyh setej v regional'nom soobshhestve. Sociologicheskie issledovanija. 2011. No. 1. S. 79–88.
16. Tul'chinskij G.L. Kul'tura v shope. Neva. 2007. No. 2. S. 128–149.
17. Turen A. Sociologija bez obshhestva. Sociologicheskie issledovanija. 2004. No. 7. S. 6–11.

Received: 29.11.2013.