

В.В. Козловский

ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ ПОРЯДОК СОВРЕМЕННОСТИ*

Общество потребления рассматривается в контексте цивилизационного порядка современности, который представляет собой сложившийся устойчивый набор социальных форм культуры, хозяйства и власти. Потребление становится атрибутом разнообразных видов (форм) современности, которые действуют формативным образом. Цивилизационный порядок предстает в качестве различных конфигураций неравенства, социальных и культурных практик потребления. Вместе с тем эти конфигурации конструируются прежде всего коммуникативно, т.е. информационно, дискурсивно, символически, визуально, графически. Информационное и коммуникативное пространство потребления получает самостоятельное существование как по экономическим, так и по социокультурным основаниям.

Ключевые слова: *общество потребления, цивилизационный порядок, современность, практики.*

Key words: *consumer society, civilizational order, modernity, practices.*

Потребление превратилось в основную черту современного общества. Превосходство человека потребляющего над производящим повсеместно обращает индивидов в творцов-потребителей. Всесилие и проникновение вещей (товаров, услуг) в жизнь людей превратило социум в общество потребления. Условием подобного превращения стало, конечно, массовое индустриальное производство и экспансия развитого капитализма в XX столетии.

Уровень и качество потребления в развитых странах Запада были одной из главных причин разрушения системы реального социализма, обладавшего достаточно высоким индустриальным потенциалом, но не выдержавшего соревнования именно в сфере потребления. Экономика социализма была ориентирована на показатели роста валового национального продукта и в гораздо

* Работа выполнена при поддержке РФФИ. Грант №10-06-00574. «Социальная теория и практики потребления: от расцвета нефтяной экономики через кризис к будущему».

меньшей мере на рост благосостояния, поддержание и повышение стандартов личного и общественного потребления.

Эти уроки недавней истории крайне поучительны для современности. *Во-первых*, повсеместно справедлива простая формула о балансе труда и потребления в воспроизводстве физического, личностного и культурного потенциала человека. Пренебрежение и даже забвение данной аксиомы приводит к ослаблению всего общественного порядка. Это напрямую относится к современной кризисной ситуации в ряде европейских стран и США, где жизнь (потребление) в кредит настолько опережает возможности экономики, что последняя не справляется с огромными долговыми обязательствами. *Во-вторых*, потребление, точно так же, как производство, распределение и обмен, является общественно дифференцирующей формой жизнедеятельности. Это означает, что как труд и занятость (в силу своей интегрированности в создание и распределение общественного богатства) порождают социальное неравенство, социальную солидарность и борьбу, так и потребление является мощным стратифицирующим фактором, порождающим острые социальные коллизии во всех без исключения современных обществах. Поэтому финансовое, налоговое, имущественное и другие виды регулирования потребления (доступность, объем, качество и др.) служат важнейшим способом поддержания социальной справедливости и достижения современного цивилизационного порядка. *В-третьих*, потребление стимулирует производство (экономику) лишь тогда, когда оно встроено в социальную организацию культуры, повседневной жизни, частную и публичную сферы. Потребление становится универсальным общественным инструментом модификации современных стилей поведения, образа жизни, типа личности.

Тезис о том, что индивиды конструируют свое потребление, индивидуализируют его, правомочен, если мы не замечаем мощного общественного форматирования культуры и человека, охваченных и покоренных социальными, институциональными современными формами потребления. Растущая индивидуализация в сфере потребления наглядно показывает, с одной стороны, субъективную заданность консюмеризма, а с другой — социальную типизацию все более мозаичного и сложного характера потребительского поведения. В такого рода скрытом социальном конфигурировании личного и коллективного потребления проявляется, на наш взгляд, процесс созидания и реконструирования цивилизационного порядка различных уникальных форм современности в большинстве стран.

Экспансивный и креативный характер консюмеризма радикально меняет как модусы современности, так и цивилизационный порядок общества. Примером таких изменений является макдональдизация общества (Ритцер 2011). Джордж Ритцер исследует вопрос о том, как современные средства и механизмы потребления меняют нашу социальную жизнь. Главная проблема современности анализируется автором в трех ее основных аспектах: макдональдизации общества, связи между макдональдизацией и глобализацией и развитии новых средств потребления. Другим примером могут служить всеохватывающая автомобилизация и компьютеризация. Новые вещи радикально меняют взаимоот-

ношения людей, социальную и культурную конфигурацию их деятельности. Сложнее обстоит дело с экспансией виртуализации, а также с бурным ростом социальных сетей. Это скорее процессы нового выстраивания пространства социальных (личных, частных, публичных) взаимосвязей и содержательного их наполнения, чем процессы потребления новых услуг. Поэтому следует различать техническую революцию в области электронных средств, которая задает новый тип потребления и преобразование виртуального пространства в поле человеческой активности, включая и потребление.

Реальные практики потребления социально стратифицированы и культурно дифференцированы. Вместе с тем они конструируются прежде всего коммуникативно, т.е. информационно, дискурсивно, символически, визуально, графически. Информационное и коммуникативное пространство потребления получает самостоятельное существование в силу экономического давления. Коммуникативный модус потребления действует формативно. Он определяет индивидуальное и групповое поведение индивида как потребителя. Неравенство, гетерогенность и диффузия практик потребления заданы условиями и формами современности. В них и через них существуют постоянно меняющиеся традиции, ритуалы, а также конституируются новые способы и институты цивилизационного обустройства современности.

Цивилизационный порядок современности представляет собой устоявшийся корпус социальных форм культуры, хозяйства и власти. Понятие современности выражает не что иное, как присутствие человека в настоящем, которое включает в свернутом виде моментальность прошлого и длительность будущего. В современности происходит отражение текучести культурного, социального и личностного времени. Именно время в различных формах современности становится общественным топосом, точнее, хронотопом потребления и, соответственно, цивилизационным порядком легитимации баланса производительного и потребительного действия.

Показателем эффективности и успешности общества традиционно выступало действие, направленное на созидание, воспроизводство и трансляцию идей и вещей как пространства человеческих отношений. В постиндустриальном обществе происходит коммуникативная инверсия, или знаково-символическое смещение пространства идей, вещей и отношений в новые формы проживания социального и личностного времени. Цивилизационный порядок любого типа современности действует двояко. Он одновременно и упрощает, принуждая индивида к стандартам потребления, и усложняет, обрекая на индивидуальный выбор.

Общество потребления, с нашей точки зрения, — это совокупность условий, ресурсов и способов потребления, заданных общественным производством и формирующих уровень, качество и стиль современной индивидуальной и коллективной жизни. Здесь нам приходится вступать в дискуссию с имеющимися определениями общества потребления. В частности, с определением, которое дает В.И. Ильин: «Общество потребления — это совокупность общественных отношений, в которых ключевое место играет индивидуальное потребление, опосредованное рынком» (Ильин 2005). Если мы заменим рынок

или рынки, например, на капитал, то мы получим совершенно иную картину. Для капитала потребление — это и сфера прямого и косвенного приложения, и автономное социальное действие, и резервуар накоплений. Рынки нейтральны по отношению к потреблению. Скорее потребитель равнодушен к хитро-сплетениям рынков, поскольку там он ищет возможности утолить свои запросы. Модель общества потребления, которая сводится к виртуальному (знаковому) бытию в мире вещей и людей (Бодрийяр 2006), также вызывает сомнения, ибо отражает лишь одну, символическую сторону бытия в обществе потребления.

Общество потребления превращается в активно расширяющийся спектр актуальных социальных и культурных форм, трендов и практик. Экспансивный и креативный характер консюмеризма радикально меняет как модусы современности, так и цивилизационный порядок общества.

Капитализм получил мощный импульс развития в середине XX в., вступив в фазу массового потребления. С этого момента он стал особо привлекателен для многих стран, еще не вступивших в капиталистический период или избегавших вступления в него (Федотова 2005). Постсоветской России принадлежит особое место в неудержимо расширяющемся пространстве современного потребления. Российскому обществу не удалось избежать обаяния потребления, которое превращается в мощнейший социальный, политический и культурный фактор, меняющий облик и мирового, и российского общества.

Фетиш потребления

В условиях господства потребительских ценностей человек есть то, что и как он потребляет, общество есть то, что и как оно потребляет. И личное, и публичное жизненное пространство сегодня сконструировано и задано потреблением. Потребление суверенно и самодостаточно. Оно присутствует во всем, в каждом фрагменте жизни. Потребление «пожирает» производство, которое уходит на второй план, обслуживая геометрически прогрессирующее удовлетворение потребностей, одновременно ориентируя его на изготовление все более и более бесполезных вещей, имеющих престижную, символическую значимость, а также на изготовление чего угодно, чему маркетинг, реклама, брендинг, связи с общественностью дают ход.

Потребление магически властвует над всеми и всем. Оно становится главным политическим рычагом. Жизненные интересы отдельного индивида, нации и государства заключаются в долгосрочном обеспечении потребления энергией, ресурсами, информацией. Глобализация потребления лишь закрепляет его всемогущество на мировом уровне. Торговля и экономический обмен, в конце концов, ориентированы на масштаб и качество потребления. Уровень жизни определяется доходом на душу населения, т.е. опять-таки так называемой корзиной потребления потребительских благ, услуг и условий. Магическая сила потребления имеет скрытый политический смысл, который задает вектор действия реальной политике, поведению разных слоев населения. В этом состоит тайна политической магии потребления, обращенной на-

прямую к ментальности постсоветских поколений. Кажущееся на первый взгляд аполитичным потребление очаровывает и превращает социальные и субкультурные группы в массовую политическую силу. Потребление обретает силу нового культурного глобального империализма, сметающего на своем пути рудименты общества модерна, основанного на индустриальном капитализме.

Западная цивилизация лидирует в росте потребления, увлекая в эту гонку другие народы и культуры. Господство современного Запада направлено на стабильное пользование и распоряжение ресурсами ради перманентно растущего потребления. Громкие голоса экологов о бесперспективности столь увлекательного мирового соперничества за количество и качество потребления тонут в потребительски ориентированном водовороте перемалывания природы, человеческих сил и территорий. Рутинная повседневность жизни, перемежающаяся катаклизмами, войнами, революциями поглощает все призывы об осторожности в обращении с огнем безраздельно растущего перепотребления на полюсе изобилия (на Западе, да и на развитом Востоке), и тлеющим костром недопотребления на полюсе бедности и выживания (на Юге).

Большинство стран Азии, Африки и Латинской Америки ориентируются на стандарты потребления развитых западных стран. Между тем разрыв между последними и развивающимися странами третьего мира увеличивается и превращается в неустранимый глобальный порок современного мирового сообщества. По приблизительным данным, в настоящее время на США, Канаду и страны Западной Европы с населением меньше 12 % населения земного шара приходится свыше 60 % мирового частного потребления товаров и услуг.

В последние десятилетия XX в. ситуация начала постепенно меняться. По данным Worldwatch, «всемирный класс потребителей (людей, которые пользуются телевидением, телефонной связью, Интернетом, продвигаемой по этим каналам продукцией и разделяют транслируемые ими идеи и культуру) составил около 1,7 млрд человек, то есть более четверти населения земного шара». Сейчас эта цифра утроилась. Примерно половина этих людей живут в странах «золотого миллиарда». Другая половина – в странах третьего мира. Только в Китае 240 миллионов человек за последние годы приобрели статус потребителей, и скоро здесь их будет больше, чем в Соединенных Штатах. Бесспорно, что и там складываются свои полюса потребления и недопотребления.

Опасность для стабильности представляет уже не только диспропорция между «бедным» и «богатым» мирами, но и собственно рост мирового потребления. «Рост объемов потребляемых в мире товаров и услуг может принести невосполнимый вред окружающей среде. Глобальный рост потребления подчиняется ритму, который планета не выдерживает: об этом свидетельствуют загрязнение окружающей среды, исчезновение лесов, уничтожение природных ресурсов, деградация горизонтов грунтовых вод», – говорится в докладе State of The World 2004. По мнению специалистов Worldwatch, человечеству, чтобы сохраниться, необходимо «сократить несоразмерное потребление». Между тем

сокращение потребления неминуемо и в силу собственно экономических причин. В первую очередь это связано с грядущим спадом добычи нефти и массивным внедрением атомной энергетики. Экономика современного потребительского общества во многом строится на использовании нефти, несмотря на то что, по данным британского экономиста и политолога Дэвида Флеминга, «доля нефти в энергии, потребляемой всей экономикой, достигает всего лишь одного процента». Однако этот один процент потребляется транспортом и в сельском хозяйстве, и «перебои в поставках нефти могут парализовать любую экономику за считанные дни».

Демократия ради потребления

Потребление стало самостоятельной силой, демиургом современной мировой истории — анонимным субъектом глобальной цивилизации. Капитал из господина превратился в слугу усиливающегося индивидуального и массового потребления. Социальные и политические революции совершаются ради передела собственности и ресурсов, в конечном счете, для обретения равных или лучших шансов потреблять. Империи создаются, живут и разваливаются не из-за амбиций властителей и народов, но, по существу, ради обладания благами, условиями потребления. Коммунизм как идеология направлен на равенство в потреблении, на удовлетворение запросов по потребностям, а реальная практика социализма разрушает эту иллюзию. Деспотические режимы внутри государства держатся на плаву до той поры, пока они в состоянии обеспечить минимум потребления. Демократия, вероятно, есть оптимальный способ удержать политическое равновесие в гетерогенной системе потребления, динамично реагирующей и закрепляющей социальное неравенство. Она в целом более соответствует конвенциональной стратегии поддержания и роста потребления, чем другие режимы власти.

Потребление неуклонно становится решающим фактором современного политического развития. Революционный пафос программы М.С. Горбачева — манифеста перестройки и ускорения социально-экономического развития советского общества — пронизан диктатом неуклонно падающего потребления. Все попытки в рамках прежней системы хозяйства решить проблему модернизации системы народного потребления: продовольствие, жилье, промышленные товары, услуги — то есть решить задачу обеспечения потребления, реформируя режим власти, закончились политической неудачей. Переход к демократии стал неизбежным. Это было решающим звеном, ключом революции потребления, открывшим распад советского общества.

Демократия как система выборов оптимально соответствует сути потребительского выбора. Наиболее выигрышными приманками для избирателей служат, безусловно, чаще всего демагогические призывы к росту уровня и качества жизни, которое преподносится как умножение потребительских возможностей. Потребительский вектор политической демократии удачно встраивается в схему выражения пропорциональных интересов населения и вполне отвечает принципу социальной справедливости. В России накануне XXI столетия потребительская доминанта ярко выражена в сращивании «свежеиспеченного»

русского капитала с политической властью. Первоначально в эпоху Б.Н. Ельцина это был практически прямой союз. Иностраннный капитал и западные страны лишь сопровождали этот процесс, ибо он также прямо соответствовал их интересам. Экспорт западной демократии означал вчера и означает сегодня экспорт фундаментальных ценностей потребления. Вчера джинсы, сегодня суперавтомобили и до бесконечности.

Знаковым для нынешней эпохи является не столько рост валового внутреннего продукта (ВВП), сколько непосредственный альянс с «новыми русскими», новоявленными миллиардерами на уровне власти. В предшествующий период первые олигархи за редким исключением не часто прямо входили во власть. Смысл новейшей русской политической демократии заключается в союзе высшей политической власти и крупного бизнеса ради упрочения общества потребления в стране. В современном российском обществе наблюдается укрепление союза власти и крупного бизнеса. При этом рост уровня и качества жизни населения не обеспечен достаточными экономическими ресурсами для удовлетворения потребительских ожиданий. На этой волне неутоленных ожиданий и социальной поляризации возникают массовые иллюзии левого толка о достижимости общества потребления при условии национализации минерально-сырьевой базы страны. Очевидно, что стратегия создания общества достаточного потребления на основе проедания природных ресурсов чрезвычайно утопична и опасна своим иждивенчеством. Это не означает, что следует оставить ситуацию с использованием энергоресурсов в прежнем состоянии. Необходимы жесткие регуляторы общего снижения производительной и потребительской нагрузки на природные ресурсы, в первую очередь сокращение прямой капиталистической, чаще всего хищнической эксплуатации природных богатств.

В плену всеобщего потребления

Потребление доминирует над всеми, элитой и массами, уравнивая материальные блага и мечты разных людей. «Американская мечта» уступила место русской. В плену потребления находятся все без исключения независимо от государственной и национальной принадлежности, но каждый по-разному. Для одних — вся жизнь непрерывный поток утоления желаний. Для других — это тонкий избирательный процесс, поневоле, в силу социального положения или по причине культурных предпочтений. Для третьих — это мир борьбы с искушениями, стезя аскетического преодоления. В постсоветской России взрыв потребительских пристрастий, появление шансов обладать и пользоваться недоступными благами, на мой взгляд, отчеканил новый тип поведения. Произошла универсальная инверсия ценностей, положившая начало массовой социальной поддержке экономических и политических перемен. Нет запретов, все дозволено, «неограниченная» свобода!

Структурное принуждение к массовому потреблению стимулируется, «подпитывается» множеством манипулятивных технологий, воздействующих на сознание обывателя: «Леня Голубков» как символ типичной рекламы, навязывание товара через сетевой маркетинг, создание имиджей и стереотипов.

Общество безграничных возможностей предстало перед ошалевшим простым человеком. Доступность потребительских благ была явно крайне ограниченной, но это не имело никакого значения. Самое главное, что потребление превратилось в красивую и вполне реальную силу, увлекавшую большинство в свой водоворот. Потребление стало универсальным инструментом смены ценностей.

Потребление — универсальный инструмент смены ценностей

Набор благ, товаров и услуг постепенно расширяется, что подтверждает их доступность, а, следовательно, большую привлекательность и желанность. Тот факт, что структура потребительского рынка определяется в начале 1990-х гг. почти исключительно благами нероссийского, а иностранного происхождения, не воспринимается как отрицательный. Скорее он лишь принимается как данность неэффективной экономики уходящего со сцены социализма и его дефицитного потребительского набора.

Реально общество потребления пришло первоначально в российскую столицу и глубинку с Запада и Востока (Япония, Южная Корея, азиатские «тигры», Турция). Экспорт потребительских интересов действовал, как наркотик. В самом начале посткоммунистических преобразований западная гуманитарная помощь, попавшая на российские рынки, стала прививкой последующей адаптации к растущему потреблению. Такое положение вещей было бы вполне естественным, если бы оно шло параллельно предпринимательскому буму, экономическому процветанию, аскетическому накоплению богатства. Потребляли в долг, закладывая свое будущее, имеющиеся немалые ресурсы. Разваливалось сельское хозяйство с его коллективной советской системой хозяйствования. Как бы ни относиться к ней, она была основой продовольственного рынка страны. Все было брошено на продажу и проедание. Режим власти был направлен на самосохранение. Полки были пусты. Население следовало хотя бы иллюзорно успокоить, подкормить. В условиях ожесточения населения из-за хронической нехватки основных предметов потребления власть напрямую была заинтересована посадить большинство населения на потребительскую иглу, обеспеченную в основном экспортом и минимально собственной товарной массой, а также символической возможностью обеспечить потребление, добывая деньги любой ценой. Именно в период российских реформ эпохи первоначальной капиталистического накопления, как это иногда именуется в прессе, происходило исходное приобретение опыта потребления, эскалация массового потребления. Этот нерациональный с хозяйственной точки зрения, опят оплачивался природными ресурсами, займами.

Доминирование ценностей потребления над другими создает опасность нестабильности и угрозу суверенности. Моральные ограничения имеют свою цену. Коррупция и криминал открывают возможности, которые не могут быть достигнуты трудом. Сегодня для людей встает вопрос о равноценности суверенитета страны, патриотизма, возрождения национальной промышленности и постиндустриального производства наряду с возможностью поднять свою зарплату, найти высокий заработок, потреблять.

Вполне разделяемая ныне многими гордость нынешнего режима власти досрочным погашением миллиардных долгов Международному валютному фонду и Парижскому клубу на поверку оказывается всего лишь расплатой за первоначальное утоление потребительского голода в стране. Огромные кредиты брались под решение острейшей социальной задачи смягчить удар беспрецедентного снижения уровня потребления в мирное время. Понятно, почему сегодня федеральная власть не желает и побаивается тратить растущий стабилизационный фонд даже на самые необходимые инвестиции. Она придерживает профицит финансовых ресурсов для чрезвычайной ситуации возможного потребительского дефицита. Воистину, обжегшись на молоке, дуют на воду. Стереотипное мышление не позволяет пойти на риск вложений в человеческий капитал, в развитие перспективных отраслей индустрии и услуг.

Российские граждане в постсоветскую эпоху оказались втянуты в сеть мировой системы потребления. Рынок товаров и услуг стал соразмерно кошельку доступен и «новым русским», и новым бедным, и формирующемуся среднему классу. Именно потребительский рынок на исходе гигантского дефицита основных товаров продовольственного и промышленного назначения на рубеже 1980-х и 90-х годов явился молохом, ломающим предшествующую систему ценностей, советской трудовой этики, повседневной морали. Ради обретения имущества, собственности, богатства как условия потребительского процветания свершалась криминальная революция.

Демонстративное потребление

Приватизация и либерализация экономики в России, осуществлявшаяся под знаком вхождения в эффективный капитализм, обернулась контрастной социальной поляризацией не столько в хозяйственном смысле, сколько в демонстративном потреблении. Стремительно менялись фасон и цвет костюма, автомобиля, жилья, стиля жизни и поведения. Они, конечно, символизировали и освящали не характер предпринимательской активности, политической и общественной деятельности, но тип потребления. Чем еще можно было выделиться на фоне «гуманитарной помощи» ослабевшему постсоветскому сообществу? Молодые люди особенно остро отреагировали на смену вех в выборе жизненных приоритетов. Отказ от сложившейся житейской морали, принципов социальной солидарности, трудового участия стал привычен. Вместо людей с «анахроничными», господствовавшими прежде ориентациями появились люди без комплексов, с установкой на сиюминутное достижение высокого по меркам ближайшего окружения уровня потребления.

Таким образом, сформировавшаяся несоразмерная экономическому росту и богатству страны структура потребления и в настоящее время является главным фактором социального неравенства и растущей социальной поляризации. Причем процесс роста и диверсификации потребления неукротим. Именно он обеспечивает реальное стимулирующее действие в поиске сферы получения доходов, в вовлечении населения в профессиональную трудовую занятость. В то же время мотивационное воздействие растущего и все более индивидуализирующегося потребления в ситуации обреченности на выживание значительной

части населения падает и превращается в свою противоположность, т. е. в анти-стимул. Отсюда робкие попытки нынешнего правительства удерживать рост доходов как основного источника потребления на уровне, оптимальном для поддержания экономической активности населения. Попытки контролировать баланс экономической эффективности народного хозяйства и структуры потребления выглядят крайне неуклюжими.

Нерв социальной и экономической политики обнажен — он, как я уже отметил, связан со структурой потребления, которое выступает одним из основных факторов социального неравенства. Нашему правительству еще долго учиться тонкому искусству социального выравнивания через сложную систему потребительского поведения. Оно чаще всего просто манипулирует политической символикой, стараясь как-то снять напряжение в реальной практике массового потребления. Вместо немедленного хлеба и зрелищ оно предлагает отложить некоторые потребности в ящик ожидания. Конечно, это не относится к богатому меньшинству российского общества: оно вообще вне влияния правительства. Оно живет своей «внеземной» жизнью, свойственными ему и его кругу, чаще всего заимствованными моделями потребления.

Общество потребления по-русски

Феномен общества потребления не нов (The Consumer Society 1997; Baudrillard 1998). Массовое потребление еще в середине прошлого столетия знаменовало наступление общества потребления. Взлет фигуры потребителя и перемещение потребления в центр публичной жизни в России происходит на рубеже столетий. Экономическая сторона потребления очевидна: оно является моментом процесса производства. Социологический и политологический ракурс проблемы потребления раскрывает совершенно новое видение будущего России (Радаев 2005).

По мнению авторов исследования «Современное состояние потребительского рынка России», в нашей стране неудержимо создается общество потребления. Основной вывод данного исследования заключается в том, что зависимость экономического роста России от мировых цен на нефть и ее экспорта в предстоящие годы будет ослабевать, а главным двигателем роста станут потребительские расходы и накопление капитала. Согласно этим данным, доля расходов на конечное потребление домашних хозяйств в ВВП некоторых стран, в частности, в США, составляет 70 %, в Великобритании — 63 %, в России — 49 %. Это весьма большой прирост уровня потребления, учитывая, что в СССР эта доля равнялась 17 %. Из страны преимущественно индустриального потребления мы превращаемся в общество потребления. Такие выводы звучали в 2005 г. Ситуация за шесть лет мало изменилась. Зависимость от продажи энергетических ресурсов, высокая цена на которые сохранилась, осталась прежней. Между тем общество потребления уже приобрело реальное социальное звучание в росте благосостояния и в смене поведенческих образцов, ориентированных на растущее потребление. Таким образом, в начале 2000-х гг. в российском обществе утверждается новый цивилизационный порядок с разнообразными формами современности, в которых потребление стало одним из ведущих социальных факторов частной и публичной жизни.

Литература

Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция, Республика, 2006.

Ильин В.И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. № 2.

Радаев В.В. Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования. 2005. № 1.

Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5. М.: Праксис, 2011.

Современное состояние потребительского рынка России. Официальный документ Комитета ТПП РФ по развитию потребительского рынка. Москва, 2005.

Федотова В.Г. М. Вебер, православие и новый русский капитализм // Общественные науки и современность. 2005. № 6.

Baudrillard J. The Consumer Society: Myths and Structures. L.: Sage Publications, 1998.

The Consumer Society / Eds. E. Goodwin, F. Ackerman, D. Kiron. Washington: Island Press, 1997.

State of the World 2004: Special Focus: The Consumer Society. 2004. January.