

ПРЕОДОЛЕНИЕ ИДЕОЛОГИИ И ПРАКТИКИ КОНСЮМЕРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

СТАНИСЛАВ БОЙКО, АНИСАТ МАГОМЕДОВА (РОССИЯ)

В последние годы в развитии не только российского, но и мирового сообщества все чаще можно проследить некоторые черты, связанные с желанием все большего количества людей свои основные усилия сосредоточить исключительно на достижении материальных благ, удовлетворении желаний, которые носят в своей основе примитивно вещный аспект, стремлении отказаться от традиционных духовных ценностей и посвятить всего себя погоне за меняющимися с калейдоскопической частотой все новых модных предметов – гаджетов.

Такое состояние социума характеризуется кризисом общественного сознания, когда вместо традиционных нравственных ценностей навязываются внешне довольно привлекательные, но духовно пустые жизненные идеалы и ориентиры, носящие лишь собственнический, материально-вещный характер; активно создается, тиражируется и внедряется в сознание масс (особенно – молодежи) своеобразная система антиценностей, основанная на идеологии безудержного потребления, культе вещиизма, приоритета материально-денежного обеспечения над духовным; распространяется с помощью средств массовой коммуникации образ homo-consumens (человека-потребителя) как высшего достижения человеческой цивилизации, который становится образцом для подражания и для значительной части представителей российского общества.

Консюмеризм (потребительство) применительно к обществу предстает как совокупность регулятивных идей, ожиданий и настроений, ориентирующих социальное поведение, стиль общественной жизни и социальных отношений, где ведущей установкой деятельности людей выступает утилитарно и прагматически обоснованное стремление к демонстративному и престижному потреблению, к получению максимума материальных наслаждений и развлечений.

Идея возможности достижения социального превосходства через потребление порождает в сознании покупателя веру в то, что сам акт покупки

способен доставить большее удовлетворение, нежели собственно продукт, который приобретается. Человеческое счастье ставится в зависимость от уровня потребления, потребление становится целью и смыслом жизни.

Общество потребления оказывает серьезное влияние на все стороны человеческой жизнедеятельности, в значительной мере меняя характер социальных отношений (создавая новые социальные группы), воздействуя на вопросы экономической занятости населения и вообще направленности производства. Оно также вызывает к жизни определенные политические идеологии и формирует весьма влиятельные общественные и государственные структуры, а также довольно активные политические движения. Однако наиболее существенный характер принимает влияние консюмеризма на духовную сферу общества, изменяя моральное сознание людей, моральные отношения между ними и качество их моральных поступков.

Имеется множество точек зрения на то, как усиливающиеся процессы потребления изменят будущее: от полных оптимизма утверждения коммунистических идеалов потребления «от каждого по способности – каждому по потребности» (о реализации этих принципов писал И.А. Ефремов в своём фантастическом произведении «Туманность Андромеды»¹), до самых пессимистических (прогноз Г. Уэллса о разделении людей на две расы – беззаботных изнеженных потребителей и каннибалов – морлоков, живущих под землей и занятых материальным обеспечением одеждой и едой своих жертв, которых они сами потребляют в качестве пищи²).

Несмотря на кажущуюся невероятность подобного исхода, некоторые черты такого разделения, связанные с отношением к человеку как предмету, который, как и всё в обществе потребления, следует бесконечно улучшать, уже можно проследить. Так, футуролог Э. Тоффлер пишет, что довольно скоро «наш дом на Земле испытает на себе воздействие новейших технологий, разбивающих наши представления о сексуальности, материнстве, любви, деторождении и образовании. Моральный и эмоциональный выбор, который нам предстоит в ближайшее десятилетие, поистине может свести с ума»³.

Духовно-нравственные последствия утверждения в мировом социуме

¹ См.: **Ефремов И.А.** Туманность Андромеды. Час Быка, М., 2008.

² **Уэллс Г.** Машина времени, М., 2012, с. 51-70.

³ **Тоффлер Э.** Шок будущего, М., 2001, с. 223.

общества потребления могут быть представлены в различных его сферах: политической, экономической, социальной и духовной. Как писал Ж. Бодрийяр, в обществе потребления «жизненные ориентации становятся более открытыми и подвижными. Предметы потребления находятся практически во всех сферах общественной жизни, что позволяет говорить об идентификации через потребление. Стиль потребления выстраивает социальную дифференциацию и стратификационную модель общества. Увеличивается подвижность индивидуальных ценностных систем: индивид получает возможность изменять свой социальный статус, пересматривать усвоенные представления, совершенствовать ценностные приоритеты⁴.

Следует провести социально-философский анализ на предмет влияния консюмеризма на каждую из общественных сфер.

В *социальной сфере* общество потребления влияет на социальную стратификацию и мобильность. По мнению Д.Дж. Бурстина, общество потребления характеризуют более многочисленные и открытые содружества потребителей. Как никогда раньше, люди стали пользоваться похожими вещами одних и тех же марок. Место братства по ремеслу заняла демократия звонкой монеты. Теперь людей объединял не столько характер убеждений, сколько тип потребления. Эти сообщества потребления возникали быстро, не зависели от идеологии, были демократичными, общедоступными, аморфными и непостоянными. Существующие сообщества потребления порождали все новые и новые. Границы их были условны и размыты; легко появляясь, они так же легко исчезали⁵.

«Власть потребления» является следствием развитой рыночной экономики, основной проблемой которой является поиск новых рынков сбыта. Поскольку их число объективно ограничено, единственным решением проблемы становится качественное изменение потребителя – формирование у него новых потребностей. В систему включаются психологические, культурные средства, всячески вынуждающие людей почувствовать необходимость в определенных вещах.

Существенно изменяются направления процессов социализации людей: социальные связи, формируемые взаимным развитием человека и общества

⁴ Бодрийяр Ж. Общество потребления, М., 2006.

⁵ См.: Бурстин Д.Дж. Сообщества потребления // THESIS, 1993, Вып. 3, с. 231-232.

как взаимозависимых самоцелей, практически подменяются механистическими связями «производство-потребление». «Власть потребления» тяготеет к тотальной коммерциализации. Коммерческая необходимость делает образование поверхностным и броским, упрощает и клиширует культуру, косвенно, но ощутимо, влияет на воспитание и даже на семью и брак, демонстрируя «идеалы» мужчины и женщины.

Можно констатировать, что «власть потребления» существенно ограничивает свободу человека, во-первых, создавая у него иллюзию выбора на рынке, где его выбор фактически предопределен; во-вторых, приравнивая его социализацию к росту его потребительской мобильности; в-третьих, всячески игнорируя и скрывая от человека возможность его принципиально иного бытия и жизнь его рынком ограничивая⁶.

В современном мире потребление становится своего рода пагубной зависимостью, развивается шопоголизм (ониомания)⁷. Для человека, страдающего такой зависимостью, товары по сути теряют свой смысл и значение и становятся лишь знаково-символическим образом принадлежности к социальной группе. Шопоголизм развивается чаще у женщин на почве недостатка внимания, чувства одиночества и внутренней пустоты, потребности в признании и любви, иллюзии власти (покупаются не столько вещи, сколько некие атрибуты власти, в том числе в форме отношения продавцов к покупателю: уважение, услужливое обращение, льстивые похвалы, фирменные пакеты), видимости свободы (покупки снимают депрессию и тревогу, повышает самоуважение и уверенность в себе).

Другое болезненное состояние, также связанное с консюмеризмом, называется клептоманией⁸. Несмотря на то, что ученые пока затрудняются назвать однозначную причину такого рода поведения (их довольно много), ясно одно консюмеризм обостряет жажду обладать вещами любой ценой, иногда и посредством правонарушения. Интересно, то, что большинство

⁶ См.: Сахно Е.Г. Власть потребления и кризис социализации // сб. мат. конф.: Социальный кризис и социальная катастрофа, СПб., 200, с. 169-170.

⁷ Шопоголизм (англ. shop – лавка, магазин) или ониомания (др.-греч. ὄνιος – для продажи и μανία – безумие) – непреодолимое желание что-либо покупать, не обращая внимания на необходимость и последствия.

⁸ Клептомания (др.-греч. κλεπτεῖν – воровать и μανία – мания) – болезненное влечение к краже мелких вещей.

клептоманов не являются бедными людьми, которые не могут позволить себе покупку приглянувшегося товара, а представляют собой иногда даже довольно обеспеченных людей, у которых эта кража является своеобразным приключением. В настоящее время эта страсть проявляется даже у маленьких детей. Идея о возможности достижения социального превосходства через потребление порождает у покупателя особую веру в то, что сама покупка приносит большее удовольствие, нежели сам товар, который приобретается. Человеческое счастье ставится в зависимость от уровня потребления, потребление становится целью и смыслом жизни.

По мнению В. Пелевина, появился новый тип человека Homo Zapiens⁹. В обществе потребления телевизор превращается в пульт дистанционного управления телезрителем, являясь не просто одним из методов организации видеоряда, а основой телевещания, главным способом воздействия рекламно-информационного поля на сознание. Переключением телезрителя управляют режиссер и оператор с помощью техномодификаций (переключения внимания с одного события на другое), выделяя наиболее интересное из происходящего на экране. Переходя в состояние Homo Zapiens, человек сам становится телепередачей, которой управляют дистанционно. И в этом состоянии он проводит значительную часть своей жизни¹⁰.

В **духовной сфере** последствия утверждения консюмеризма наиболее деструктивны, особенно это касается этического и аксиологического аспекта.

Адекватное выражение потребительство находит в современных модификациях гедонизма, для которого характерны: отказ от требования умеренности, возникновение противоречия между целями и средствами, ограничение возможностей моральных оценок межличностным отношениям, дальнейшая формализация моральных обязанностей, приравнивание моральности поведения к исполнению правил и норм, одобренных конформистским общественным мнением, дегуманизации человеческих отношений, что ведет к разрыву социальных связей, росту аморализма и цинизма, к атрофии духовности, распаду личности¹¹.

⁹ Заппинг (англ. zapping – переключение, выгорание) – быстрое переключение телевизора с одного канала на другой с помощью пульта дистанционного управления, к которому прибегают, чтобы не избежать просмотра рекламы.

¹⁰ См.: Пелевин В. Generation «П», М., 2003, с. 18.

¹¹ См.: Словарь по этике / под ред. И.С. Кона, М., 1981, с. 136.

В процессе пересмотра ценностей жертвой становится мораль. Человек начинает видеть в других не самостоятельных и уникальных личностей, достойных внимания и уважения, а своеобразные вещные объекты, предназначенные для удовлетворения его желаний. Утрата людьми моральных ориентиров ведет, с одной стороны, к тому, что они теряют и ориентацию во времени; а с другой – цели, еще недавно признававшиеся безусловно возвышенными, лишены сегодня жизненно важного смысла и значения. Общим результатом стало разрушение морали и предельная индивидуализация человеческого существования, когда человек рассматривает в качестве субъекта лишь самого себя, полагая всех себе подобных не более чем частью враждебного объективного мира¹².

Происходит перерождение духовно-нравственных ценностей, наиболее примитивные потребности, повергаемые моральному осуждению во всех мировых религиях и считающихся смертельными грехами, преподносятся как высшее благо. Так, примером трансформации греха стяжательства в добродетель является проведение сетью немецких магазинов по продаже электроники Saturn рекламной акции своих товаров в Москве в 2011 г. под слоганом: «Жадность – это круто!» растиражированном на огромных плакатах, билбордах, пакетах и сумках.

Одним из смертных грехов, наиболее опасным для личности является гордыня. В обществе потребления, сам его демонстративный и престижный характер потребления направлен на показ исключительного положения клиента приобретающего те или иные товары или услуги. В этом случае все указанные действия направлены на генерацию гордыни: «Я могу себе это позволить, а ты – нет!». Однако сами экономические возможности общества потребления делают через какое-то время данный продукт доступным для широких кругов потребителей. И представитель потребительской элиты вынужден приобретать следующую вещь и похвалиться ей, пока это преимущество не будет аннулировано техническим прогрессом. Так осуществляется гонка потребления.

В *политической сфере* потребительство приводит к обезличиванию власти, отказу от участия в управлении, руководству в политике не социаль-

¹² См.: **Бауман З.** Индивидуализированное общество, М., 2005, с. 197-198.

ными, а узкоэгоистическими интересами¹³ и готовностью поддержать ту политическую силу, которая может предложить более высокий уровень потребления.

В.И. Ильин отмечает, что во времена холодной войны между мировыми системами социализма и капитализма главными критериями оценок, сравнений, формировавших массовое политическое сознание были возможности потребления по обе стороны «железного занавеса».

В 1980-е годы в СССР резко обострилось противоречие между потребительством масс, в значительной мере стимулированным государством через рост заработной платы и постоянное сравнение с процветающей Америкой, и существенно снизившейся в силу многих причин способностью государства насыщать рынок потребительскими товарами. Естественным результатом обострения этого противоречия стало массовое падение веры в коммунистическую идеологию, отказ лидерам КПСС в доверии и рост настроений в пользу необходимости «жить, как в цивилизованных странах», т.е. как на Западе.

Общество потребления, представляло собой притягательное социокультурное поле, которое порождало модели желаний и интересов, экспортируемых в Восточную Европу, вызывающих неразрешимое противоречие между потребительскими устремлениями масс и ограниченными возможностями слабо развитого производства.

Развитие зарубежных контактов, связанное с разрядкой международной напряженности, начиная с 1960-х открыло глаза в первую очередь правящей коммунистической элите, которая смогла осознать убожество номенклатурных привилегий в сравнении с тем, что имела правящая элита Запада. И когда советской номенклатуре захотелось жить «как в цивилизованных странах»

¹³ В середине 1990-х в России существовала Партия любителей пива, в «Политико-питейно-закусочная декларация» которой есть такие строки: «...Мы любим пить пиво, мы пьём иногда и более крепкие напитки, мы любим закусывать. Мы любим хорошо пожить сами и готовы дать хорошо жить другим... Мы любим тех, кто пьет пиво и другие напитки, кто закусывает и не напивается. Наша цель, чтобы у всех было выпить и закусить! Мы поддерживаем во всем мире тех, кто сам любит пиво и не мешает любить его нам... Мы партия будущего, так выпейте за наш успех! А не хотите пива – пейте яблочный сок, что тоже неплохо. Но знайте – только пиво объединяет и сплавливает людей, делает их жизнь яркой и наполненной смыслом». См.: URL: <http://plp-vrn.narod.ru/dekl.htm>

(формула желания, открыто озвученная только в конце 1980-х годов), государственный социализм оказался обреченным в силу отсутствия дееспособных защитников в лице элиты.

Новая российская политическая элита и доминирующие СМИ, тесно связанные с ней, описывали и описывают переход от социализма к радикальному изменению экономической, социальной и политической систем в терминах демократии. Если говорить о политическом поведении масс, то это понятие представляется идеологическим конструктом, камуфлирующим феномен совершенно иного типа. Все политические трансформации периода антикоммунистической революции ни в коей мере не расширили возможности граждан в принятии управленческих решений. В целом ряде случаев произошло их свертывание (например, куцая производственная демократия советского времени была полностью ликвидирована, исчез такой институт демократии, как жалобы и письма читателей в СМИ).

Однако постсоветская политическая система оказалась, как показывают и опросы, и результаты выборов, все же более привлекательной. Ее преимущество для рядового гражданина – в расширении его возможностей как потребителя политической информации. Перестройка превратила политический процесс в разновидность массового шоу. Как футбольные болельщики поддерживают свою команду, так граждане раскололись на группы сторонников разных политических направлений. Политические фанаты выходили на площади, где организовывались митинги «демократов», «красных» или «патриотов». Здесь бушевали страсти, не уступавшие по накалу эмоциям стадионов. Более спокойная публика прильнула к телеэкранам, наблюдая баталии на съездах народных депутатов. На выборах избиратели действовали по сути дела так же, как действуют группы поддержки соревнующихся команд или отдельных игроков в телевизионных шоу: побеждает тот, кто набрал больше голосов телезрителей¹⁴.

В *экономической сфере* культ потребления реализует себя как высшую материальную ценность, подвергая забвению древний принцип социального бытия: «Не хлебом единым – жив человек!».

¹⁴ См.: **Ильин В.И.** Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России, 2005, № 2.

Основная ответственность современной корпорации – отвечать только перед акционерами, поэтому на другие вопросы, такие как права человека, внимание почти не обращается. Любая благотворительная деятельности, которая не оказывает напрямую положительного влияния на бизнес, может быть расценена, как злоупотребление доверием. Рост крупных корпораций ставит под угрозу законную власть национальных государств и общественную сферу, корпорации вторгаются частную жизнь людей, манипулируя политикой и правительствами, и создают ложные потребности у покупателей.

Корпоратократия (англ. *corporatocracy* – власть корпораций) – форма правления государством, при которой власть осуществляется через могущественные и богатые корпорации. Дж. Перкинс в своей книге «Исповедь экономического убийцы» определяет корпоратократию так: «это люди, мужчины и женщины, которым принадлежат крупнейшие корпорации. Они контролируют правительство США через финансовые институты и большую часть правительств мира. Они контролируют напрямую СМИ, владея ими. Этими людьми движет единственная идея – извлечение максимальной прибыли»¹⁵.

Транснациональные корпорации (ТНК) утверждают, что создают рабочие места, двигают вперед экономическое развитие и повышают уровень жизни в странах, где они работают. На самом деле они связаны с политической и социальной дискриминацией, загрязнением окружающей среды, нарушениями трудового законодательства, прав человека и прав потребителей. В своём произведении «Черная книга корпораций» К. Вернер и Г. Вайс раскрывают темную сторону капиталистической глобализации: рабский труд, использование детей, торговля оружием, медицинские эксперименты, противоречащие любым нормам морали... миллионы жизней, гибнущие во имя обогащения нескольких сотен олигархов – вот то, что кроется за красивыми и витиеватыми словами о новом мировом порядке и пересмотре социально-экономической политики, или, как об этом пишут сами авторы книги: «Неолиберальная свобода реальна для капитала, в то время как свобода людей – прежде всего выходцев из самых бедных стран – заканчивается там, где начинается власть денег»¹⁶. Авторы выявили связь неолиберальной глобализации и политики ТНК в целом и говорят о взаимовлиянии международной

¹⁵ Перкинс Дж. Исповедь экономического убийцы, М., 2005, 316 с.

¹⁶ Вернер К., Вайс Г. Чёрная книга корпораций. Екатеринбург, 2007, с. 22-23.

политики, корпораций и международных организаций, таких, как ВТО, МВФ, Всемирный банк и т.п.

С.Н. Булгаков осуждал идею, которая завладела ныне умами большинства членов российского общества о том, что рост материальных потребностей является коренным принципом экономического развития. Экономический прогресс является необходимым условием духовного преуспевания, но нельзя заменять общечеловеческий прогресс, подменяя лишь его прогрессом экономическим. Неспособность удовлетвориться нарастанием внешних материальных благ и примириться с укоренившимися формами общественной неправды, стремление к общечеловеческим идеалам, ненасытную потребность сознательной веры Булгаков признаёт самыми характерными и самыми

Э. Фромм полагает, что консюмеризм приводит к появлению «людей с рыночным характером», которые не умеют ни любить, ни ненавидеть, потому что это является помехой для достижения их цели (продажи и обмена), для функционирования в соответствии с логикой «мегамашины» потребления, частью которой они являются. Эти люди не испытывают глубокой привязанности ни к себе, ни к другим, им абсолютно все безразлично, этим, возможно, также объясняется, почему их не беспокоит опасность ядерной и экологической катастрофы. Это отсутствие беспокойства на всех уровнях является результатом утраты каких бы то ни было эмоциональных связей, даже с самыми близкими, которые у них отсутствуют, они не дорожат даже собой¹⁷.

Организация противодействия наиболее негативным факторам, связанным с распространением консюмеристских тенденций, представляет собой большую сложность ввиду известной привлекательности потребительского образа жизни, затрагивающего самые примитивные и низменные потребности человека. Ж. Бодрийяр полагает даже, что такая деятельность вообще невозможна: «У потребления нет пределов. Наивно было бы предполагать, что оно может быть насыщено и удовлетворено. Мы знаем, что это не так: мы желаем потреблять все больше и больше. Это навязчивое стремление потреблять не есть следствие некоторых психологических причин или чего-то еще подобного и не вызвано только силой подражания. Если потребление представляется чем-то неукротимым, то потому, что это полностью идеальная практика, которая не имеет ничего общего (после опре-

¹⁷ См.: Фромм Э. Иметь или быть, М., 1990.

деленного момента) ни с удовлетворением потребностей, ни с принципом реальности... Следовательно, желание „укротить” потребление или выработать нормы системы потребностей есть наивный и абсурдный морализм»¹⁸.

Бороться с потребительством крайне сложно ещё потому, что оно искушает человека все новыми материальными благами, которые оно способно предоставить своему преданному адепту.

Дж. де Граафа, Д. Томас и Х. Нэйлор полагают, что одиночество, отчужденность и изоляцию потребительства преодолеть крайне сложно и это невозможно: «ни более качественным кадровым руководством, ни более современной техникой, но только фактом превосходства человеческой любви над идолопоклонническим отношением к вещам»¹⁹. Причем сделать это помогут не этические и духовные запреты, а только преклонение перед красотой мира и совершенством человека, отзывчивостью души, способной чужое горе или чужую радость ощутить как личное потрясение.

Представляется, что для преодоления негативных последствий реализации общества потребления в России необходимо разработать некоторые направления противодействия наиболее разрушительным проявлениям деструктивных духовно-нравственных ценностей консюмеризма на различных уровнях общества: глобальном, государственном, общественном и личном, а также раскрыть специфические меры в духовной сфере общества, ключевой для указанной проблемы.

На **глобальном уровне** следует сосредоточить усилия на разъяснении отрицательного влияния на окружающую среду потребительства, необходимости защиты природы, которая не в силах обеспечить постоянно растущий уровень потребления. По мнению ученых, чрезмерное потребление западных государств, превышающее планетарные возможности земных ресурсов, требует три планеты типа Земля, чтобы насытить потребительскую жадность, то есть обеспечить стандарт сегодняшних потребностей²⁰.

Динамичная эволюция человеческого общества, по мысли основоположников русского космизма Н.Ф. Федорова и В.И. Вернадского, подводит

¹⁸ Baudrillard J. Selected Writings / Edited by Mark Poster. Cambridge, 1996, p. 24-25.

¹⁹ Де Грааф Дж. Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру, М., 2003, с. 128.

²⁰ См.: Войны ради потребительства! // Международная ассоциация «Мир через культуру». http://www.peace-through-culture.org/ru/tsivilizatsiya/cont/voiny_radi_potrebiteľstva.html

человечество к созданию социального живого вещества, новой планетной реальности, сферы разума – *ноосферы*²¹. Необходимым условием ее возникновения и развития является «историческое делание» – выработка высших форм социального единства, международной соборности, всемирного человечества. По словам В.И. Вернадского, «идея о государственном объединении всего человечества становится реальностью... и к нему человечество неизбежно придет»²².

Ноосфера или, по С.Н. Булгакову, «духовный всеорганизм»²³ есть «живое объединение воли» отвечает новому состоянию целостности – соборности, с характерным духовным сотрудничеством элементов, их единым общим действием²⁴.

Осознание угроз чрезмерного потребления, выживания человечества, требует сегодня объединения усилий всех жителей Земли в их преодолении. Но пока отсутствует слаженный общественный организм, человечество находится в «небратском» состоянии, неравных «юридико-экономических отношениях, сословности и международной розни»²⁵. К сожалению, первые ростки объединения человечества в экономической и информационной сфере не избавляют от культа потребления, а разделяют народы на два противоположных полюса.

На полюсе мира, благосостояния и демократии находятся 25 стран: государства Западной Европы, США, Канада, Япония, Австралия и Новая Зеландия. В них проживает 15 % населения земного шара (так называемый «золотой миллиард»). На полюсе брожения, бедности и анархии находятся государства Африки, Азии, Латинской Америки, республики бывшего СССР и стран Востока. В них более 80 млн. человек живут в условиях абсолютной нищеты, а 925 млн. голодают. Проблемы сохранения окружающей среды органически связаны с резким возрастанием хозяйственной деятельности чело-

²¹ См. подробнее: **Олейников Ю.В., Оносов А.А.** Ноосферный проект социоприродной эволюции. www.philosophy.ru/phras/library/noo.html

²² **Вернадский В.И.** Философские мысли натуралиста, М., 1988, с. 82.

²³ См.: **Булгаков С.Н.** Агнец Божий: О богочеловечестве, Париж, 1933. Ч. 1, с. 130.

²⁴ См.: **Муравьев В.Н.** Овладение временем как основная задача организации труда, М., 1924, с. 110.

²⁵ **Федоров Н.Ф.** Философия общего дела. Т. 1-2. Верный; М., 1906-1913. Т. 1. Верный, 1906; Т. 2. М., 1913, с. 9.

века, обусловленной увеличением численности населения, его стремлением к улучшению материального благополучия и росту потребления. Н.Н. Моисеев сформулировал и ввел в научный оборот понятие «экологический императив», который обозначает «ту границу допустимой активности человека, которую он не имеет права переступить ни при каких обстоятельствах»²⁶. По мнению Моисеева, просматривается несколько направлений человеческой деятельности, которые могут «информировать общество о реальном состоянии дел, лишить его возможных иллюзий и начать его экологическое и политологическое просвещение с ориентаций на то общее, что должна содержать вся цивилизация XXI века. Вот некоторые из них:

- изучение структуры коэволюции как некоторого равновесного состояния Природы и общества;
- разработка возможных вариантов технико-технологического преобразования производительных сил и выработка соответствующих рекомендаций правительствам и корпорациям;
- изучение особенностей новой модернизационной волны и попытка спрогнозировать возможные реакции на нее различных цивилизаций;
- политологический анализ возможных противостояний и выявление наиболее опасных цивилизационных рубежей и отдельных точек, их серьезное обсуждение на общепланетарном уровне.

Утверждение образования, в основе которого лежит ясное понимание места человека в Природе, есть в действительности главное, что предстоит сделать человечеству уже в ближайшее десятилетие»²⁷.

Таким образом, преодоление консюмеризма на глобальном уровне связано с осознанием необходимости сохранения окружающей среды, ответственности за природу, принятие «экологического императива».

Уровень государства в противодействии потреблению для российского общества, которое в сущности своей является глубоко патерналистским²⁸, особенно важен. По словам Митрополита Московского Филарета

²⁶ Моисеев Н.Н. Судьба цивилизации. Путь разума, М., 1988, с. 78.

²⁷ Моисеев Н.Н. Думая о будущем, или напоминание моим ученикам о необходимости единства действий, чтобы выжить // Заслон средневековью, М., 2003, с. 306.

²⁸ Патернализм (лат. *paternus* – отцовский) – система отношений, основанная на покровительстве, опеке и контроле старшими младших (подопечных), а также подчинении

(Дроздова), сказанным им ещё в начале XIX века: «Нравственность народа – это фундамент благополучия государства».

На имеющиеся проблемы, вызванные потребительским отношением жизни и нивелированием духовно значимых ценностей указывал в своем послании к Федеральному собранию Президент России В.В. Путин 12 декабря 2012 г. «Сегодня российское общество испытывает явный дефицит духовных скреп: милосердия, сочувствия, сострадания друг другу, поддержки и взаимопомощи – дефицит того, что всегда, во все времена исторические делало нас крепче, сильнее, чем мы всегда гордились. Мы должны всецело поддерживать институты, которые являются носителями традиционных ценностей, исторически доказали свою способность передавать их из поколения в поколение»²⁹.

Президент в своём послании предостерёг против насильственного навязывания ценностей: «Закон может защищать нравственность, и должен это делать, но нельзя законом установить нравственность. Попытки государства вторгаться в сферу убеждений и взглядов людей – это, безусловно, проявление тоталитаризма. Это для нас абсолютно неприемлемо. Мы и не собираемся идти по этому пути. Мы должны действовать не путём запретов и ограничений, а укреплять прочную духовно-нравственную основу общества. Именно поэтому определяющее значение приобретают вопросы общего образования, культуры, молодёжной политики. Эти сферы – это не набор услуг, а прежде всего пространство для формирования нравственного гармоничного человека, ответственного гражданина России»³⁰.

К сожалению, проходящие в образовании в последние два десятка лет реформы пока не смогли что либо противопоставить культу потребления. Так, бывший министр образования А.А. Фурсенко заявил, что: «Недостатком советской системы образования была попытка формирования Человека-творца,

младших старшим (применительно к России означает широкое влияние государства практически на все стороны жизни его граждан).

²⁹ Послание Президента Федеральному Собранию от 12 декабря 2012 г. // Президент России. <http://президент.рф/news/17118>

³⁰ Послание Президента Федеральному Собранию от 12 декабря 2012 г. // Президент России. URL: <http://президент.рф/news/17118>

а сейчас наша задача заключается в том, чтобы вырастить квалифицированного потребителя»³¹.

Общественное недовольство деятельностью Фурсенко привело к тому, что Всероссийское общество защиты прав потребителей образовательных услуг (ОЗППОУ) развернуло кампанию за его отставку. Образование – сфера традиционно и по праву входящая в круг высших национальных интересов любой страны, у нас оказалась на грани полного развала. Создававшаяся десятилетиями стройная система фактически разрушена, а новой и эффективной взамен не создано. Поэтому сегодня спасение остатков «былой роскоши» – это без преувеличения вопрос жизни и смерти российского государства. В проекте манифеста Всероссийского общества защиты прав потребителей образовательных услуг «В отставку!», говорится о том, что невозможно больше терпеть:

- издевательства над российским образованием, наукой и культурой, которые доведены до грани катастрофы!

- бесконечные разрушительные эксперименты с образованием, основанные на сомнительных идеях и с очевидными уже результатами!

- воровство чиновниками сотен миллиардов бюджетных рублей и бремя тотальной бытовой коррупции в детсадах, школах, вузах, научных центрах!

- кумовство, клановость, непрофессионализм и некомпетентность, процветающие в управлении образованием и наукой!

- навязанные сверху «порядки и правила» построения образования, которые на фоне отсутствия достойной работы, зарплат и перспектив для выпускников школ и вузов, вместо обещанной модернизации ведут к варваризации страны!³²

В образовании необходимо всемерно способствовать формированию духовно развитых, самостоятельно мыслящих людей.

Важнейшим ресурсом любого государства является духовно сплочённое общество, осознающее свои цели и задачи. Возвышение духа российского общества не представляется возможным на безнравственной, бездуховной коммуникации. Поэтому государству необходимо создавать стимулы для

³¹ Креативный потребитель // Мир новостей Best of Hot News. 2011. 4 окт. URL: http://bohn.ru/news/kreativnyj_potrebitel/2011-10-04-1590

³² Союз потребителей Российской Федерации. URL: <http://www.potrebitel.net/main/news/53931/>

возвышения духа нации, что осуществимо с помощью грамотно выстроенной государственной информационной политики, в отсутствие которой практически невозможно создать органичную систему ценностных ориентиров, способную оздоровить, консолидировать российское общество, помочь преодолеть ему социально-экономический и духовный кризис³³.

На **уровне общества** большую роль в преодолении потребительства играют разного рода протестные организации, действия которых могут носить как экстремистский характер, так и ненасильственный.

Например, движение стрейтэджеров (SXE)³⁴ выработало свой кодекс поведения, согласно которому SXE – это:

- позитивное отношение к жизни;
- жесткое соблюдение моральных и физических норм;
- здоровый образ жизни и сознательный отказ от принятия любого рода веществ, разрушающих человеческий организм (никотин, алкоголь, наркотические препараты и т.д.);
- правдивость и честность по отношению к себе и к окружающим (верность в дружбе, любви);
- борьба против любых форм дискриминации, будь то расизм, сексизм (дискриминация по половому признаку), эйджизм (дискриминация по возрастному признаку) и т.д.;
- стремление к сознательной свободе;
- духовное очищение.

Среди антипотребительских организаций имеются и такие, которые полностью отрицают насилие. Так, члены «Веганского общества» – веганы придерживаются строго вегетарианского образа жизни, исключающего использование продуктов, связанных с эксплуатацией и убийством животных, они активно пропагандируют свои взгляды, выдают лицензии на использование торгового знака – логотипа с подсолнухом – для маркировки веганских

³³ См.: **Ховалыг Д.В.** Коммуникативная природа ценностей и их трансформация в медийном пространстве // Полис, 2008. № 1, с. 65-66.

³⁴ Стрейтэджеры (англ. straight edge – прямая линия, проверочная линейка) – движение «за здоровый образ жизни», основанная панк-группами Minor Threat и The Teen Idles в 80-х гг. в США.

продуктов, издают журнал «The Vegan», публикуют список «Animal-Free Shopper», содержащий веганские товары³⁵.

На *уровне личности* особое внимание следует уделить формированию у отдельно взятого человека понимания всех опасностей общества потребления, его собственной позиции неприятия консюмеристских ценностей.

Г. Маркузе считал, что окончательное определение истинности или ложности потребностей – это право самих индивидов. Но поскольку они лишены автономии и их сознание подвержено внушению и манипулированию их выбор никогда нельзя считать свободным. Маркузе в качестве средства такого освобождения настаивает на приобретении такого качества сознания как «в-Разумность». Одна система всегда сменяется другой, но оптимальной задачей остается вытеснение ложных потребностей истинными и отказ от репрессивного удовлетворения³⁶.

По мнению Е. Андреевой, на современном этапе развития общества потребления появился новый тип «человека потребляющего» – просьюмера – человека, который совмещает в себе сразу две функции: потребителя и производителя. Просьюмер – это «компетентный потребитель», который сознательно оперирует вещами-знаками для своей самореализации и творческого самовыражения. Просьюмер выступает в роли скептика – он рассказывает другим людям о своем впечатлении от новых продуктов, брендов и услуг и расспрашивает других об их опыте, он не доверяет слепо тому, о чем говорится в СМИ или рекламе, но ценит информацию и развлечение, которые могут извлечь из этих источников. Они живут настоящим и вовлечены в популярную культуру³⁷.

³⁵ «Веганское общество» (Vegan Society) было основано Д. Уотсоном в 1944 г. в Англии. Слово «веган» было образовано из первых трёх и последних двух букв английского слова «vegetarian» – вегитарианец. По результатам опроса Института Гэллапа в июле 2012 г., 2% американцев назвали себя веганами. См.: Newport F. In U.S., 5% Consider Themselves Vegetarians. URL: <http://www.gallup.com/poll/156215/consider-themselves-vegetarians.aspx>

³⁶ Маркузе Г. Одномерный человек. М., 1994, с. 211.

³⁷ См.: Андреева Е. Просьюмеры – новый вид потребителей информационной цивилизации // Потребление как коммуникация – 2009: Материалы 5 международной конференции, 26-27 июня 2009 г. / под ред. В.И. Ильина, В.В. Козловского, СПб., 2009, с. 13-15.

Следует также определить меры противодействия разрушительным проявлениям деструктивных духовно-нравственных ценностей конsumerизма в основных областях духовной сферы общества, являющейся ключевой для указанной проблемы.

В **науке** как важной части духовной жизни и в то же время инструменте для создания всё более привлекательных вещей-безделушек – гаджетов – необходимо следование определённым духовно-нравственным критериям.

Этой цели может служить аксиологическая ориентация современной науки, которая может получить эффективную реализацию в процессе разработки специфического кодекса научной этики. Ее принципы становятся основой соответствующих кодексов научных сообществ. В каждом из них вводится положение, в котором зафиксирован принцип нравственной ответственности исследователя, обязанного не только предвидеть возможные практические последствия своей научной деятельности, но и активно противодействовать исследованиям (и действиям), представляющим опасность для человека и окружающей его среды.

Исследователь как носитель теоретического разума должен иметь «моральный образ мысли в борьбе», обладать критической самооценкой, высоким чувством долга и гуманистическими убеждениями. Наряду с функцией морального сознания как «сущностного закона бытия» Кант обосновал методологическую роль нравственного сознания в познании и когнитивной деятельности вообще, сделав «моральный закон в нас» условием сохранения интеллектуальной честности. Введя понятия «предпосылочного знания», регулятивных функций, «максимы чистого разума», априорных основоположений, выражающих идею активности субъекта, Кант вплотную подходит к проблеме ценностных, мировоззренческих предпосылок, оснований, идеалов и норм, выявлению их фундаментального методологического значения наряду с эмпирическим знанием в становлении теории³⁸.

В **культуре** необходимо в качестве духовно-нравственных ориентиров опираться на ценности, которые воплощает русская классическая литература, которая, по словам М. Горького: «...нечто неподражаемое, неповторимое, то, что в высоко художественной форме сосредоточивает огромный познаватель-

³⁸ См. подробнее: Современные философские проблемы естественных, технических и социально-гуманитарных наук // под общ. ред. В.В. Миронова. М., 2006, с. 495-496.

ный, эмоционально-эстетический и духовный опыт... это произведения, сконцентрировавшие значительные вечные ценности»³⁹, а «ценность есть нечто всепроникающее, определяющее смысл и всего мира в целом, и каждой личности, и каждого события, и каждого поступка...»⁴⁰.

Несмотря на то, что у каждого писателя своё мировоззрение, свои ценностные предпочтения, но между авторами и их героями существует постоянный диалог, полифония голосов. И здесь важно слышать разные голоса разных авторов, говорящих о том, «что тайна бытия человеческого не в том, чтобы только жить, а в том, для чего жить»⁴¹.

Русская классическая литература, по словам Ф.М. Достоевского, не только важная часть культуры Российского государства, но и скрепляющий состав нашей духовной жизни: в ней – и культура, и история, и средоточие наших духовных святынь, она направлена на очеловечивание, «выделывание» людей.

В. Кантор полагает, что в системе ценностей русской литературы находятся: внутренняя духовно-нравственная свобода личности, ответственность перед народом, Родиной и самим собой; свобода саморазвития личности; способность к постоянному поиску истины, идеалов, одухотворяющих человека; творческое художественно-эстетическое восприятие мира; протест против любых форм насилия; преклонение перед идеалами народной жизни, осуждение духа наживы и эгоизма. Русская классическая литература «неотъемлема как сила, духовно структурирующая и созидаящая человека»⁴².

Герои произведений русской классики обладают добрым сердцем, в котором отсутствует эгоизм и меркантильные установки, что позволяет им понимать и сердечнее любить других людей. Все это смягчает гордыню и эгоизм окружающих, способствует обнаружению добрых сторон их души.

Оказывают большое влияние на противодействие консюмеризму и другие формы искусства, например, фотография и кино. Так, фотохудожник Дэвид Уэлч при помощи своей серии фотографий «Material World» борется против поклонения человеческого общества потреблению вещей. В своих

³⁹ Цит. по: **Троицкий В.Ю.** В поисках пути праведного. Словесность в школе: книга для преподавателей русской филологии, М., 2000, с. 123-124.

⁴⁰ **Лосский Н.О.** Ценность и Бытие // Бог и мировое зло, М., 1994, с. 57.

⁴¹ **Достоевский Ф.М.** Собр. соч.: в 15 т. М., 1991, Т. 9, с. 287.

⁴² **Кантор В.** Русская классика или Бытие России, М., 2005, с. 14.

работах фотограф обращает внимание на размытую границу между «нужно» и «хочу». Вместо покупок в красивых обёртках фотограф снимает «отходы», полученные в результате процесса потребления.

Режиссер Д. Кэмерон в своём фильме «Аватар» повествует о планете Пандора, на которой в 2154 г. добывается ценный для межзвездных полётов минерал – анобтаниум. Местное племя человекоподобных разумных существ – на’ви – обитает на Дереве Дома, земля под которым является крупным месторождением анобтаниума. Представитель земной ресурсодобывающей корпорации RDA П. Селфридж ради своих сверхприбылей отдаёт приказ полковнику М. Куоритчу, главе отряда частной военной компании, уничтожить Древо Дома, несмотря на предостережение учёных о том, что все жители Пандоры связаны между собой в гигантскую биологическую нейронную сеть и вмешательство людей приведёт к смерти на’ви и разрушению всего их биогеоценоза. Режиссер Д. Кэмерон отметил, что «люди с большей военной и технологической мощью, как правило, могут вытеснить или уничтожить людей более слабых, и всё ради ресурсов»⁴³.

Основная критика идеологии потребительства развивается в **религиозной среде**. С религиозной точки зрения, оно игнорирует духовные ценности, если они вне сферы рыночных отношений, эксплуатирует и поощряет страсти, эмоции, пороки, в то время, как все основные религии призывают к их обузданию, ограничению. Примером критики потребительства в христианстве является энциклика папы римского Иоанна Павла II «Centesimus Annus» (1991), согласно которой потребительство – одно из наиболее пагубных общественных проявлений.

В религии главным направлением преодоления культа потребления является обращение к духовности, к любви, развитие самоотдачи и самопожертвования, что может привести к «разрыву» порочного круга эгоистических ценностей общества потребления. Решением проблем общества потребления мог бы стать отказ от него в пользу общества самоограничения. Общество самоограничения не подразумевает аскетический образ жизни, отрицание необходимости вещей и торговли. Такое общество пропагандирует разумный, вдумчивый подход к материальным ценностям. Самоограничение приведет к

⁴³ **Ordoña M.** Eye-popping “Avatar” pioneers new technology // San Francisco Chronicle. 2009. 13 dec.

возрождению вечных духовных ценностей, потерянных обществом потребления, и снизит опасность утраты ресурсов.

15 июля 2009 г. в Патриаршей резиденции в Свято-Даниловом монастыре состоялась встреча Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла с делегацией Армянской Апостольской Церкви во главе с Верховным Патриархом и Католикосом всех армян Гарегином II.

На этой встрече Патриарх Московский и всея Руси Кирилл отметил: «... В течение многих веков, вопреки всевозможным треволнениям и гонениям, наши народы – и армяне, и русские – видели основу своего существования в христианской Церкви. Может быть, мы и сохранились как нации на этих исторических, межцивилизационных перепутьях, где было так много горя, именно благодаря нашему национальному самосознанию, в центре которого всегда была принадлежность к христианству. Я глубоко убежден, что и сегодня, когда нет открытых гонений на веру, множество людей в России и в Армении стремятся руководствоваться именно христианскими идеалами, несмотря на то, что современное светское общество проповедует совсем другие, противоположные церковным, ценности и идеи».

Верховный Патриарх и Католикос всех армян Гарегин II высоко оценил начавшийся между Русской и Армянской Церквями диалог по социальным вопросам, нацеленный на выработку единой позиции двух Церквей по всему спектру актуальных проблем. Им была выражена надежда, «что в ближайшем будущем этот диалог охватит также некоторые пастырские вопросы». Планируются также совместные благотворительные и социальные программы в сфере духовного воспитания молодежи, противодействия ВИЧ/СПИДу и т.п.

Патриарх Московский и Всея Руси Кирилл 26 февраля 2012 г. заявил: «Простые люди покупают вещь – и радуются. А безудержное потребление убирает эту радость... Человек себя обкрадывает. Если все общество встанет на путь такого безудержного потребления, то и земля наша, ресурсы её этого не выдержат! Уже доказано, что если средний уровень потребления будет такой, как в США, то основных ресурсов хватит всего на 40-50 лет. Бог не дал

нам ресурсов, чтобы всем жить так. А если все не могут жить так – что означают эти колоссальные имущественные диспропорции?»⁴⁴

Шейх Юсуф аль-Карадави, глава Международного союза улемов утверждает, что одна из главных проблем, с которой сталкиваются мусульмане всего мира, заключается в сумасбродном росте потребительства, особенно импортных товаров, и низком уровне производства, прежде всего, в сферах сельского хозяйства и промышленности. Он говорил: «Но, к сожалению, мы обречены на бесполезность. Мы говорим, но ничего не делаем. Мы импортируем, но не производим. Мы – пассивные получатели. Мы подражаем другим и не можем привнести чего-либо своего. Словом, мы разрушаем, а не создаем. Уходим в небытие, а не стараемся выжить»⁴⁵.

На Всероссийском съезде мусульманок «Мусульманка в XXI веке» 26 апреля 2012 г. в Москве председатель Совета муфтиев России муфтий шейх Равиль Гайнутдин заявил, что общество потребления – это общество, основанное на преобладании материальных ценностей над духовными, признающее лишь три категории: «продавец», «покупатель» и «товар», отводит женщине роль товара – предмета торга, обмена, элемента приманки. Навязанные глянцевого прессы неестественные стандарты красоты и критерии успешности заставляют женщину отказаться от исконно присущих ей качеств – мудрости, скромности, душевной теплоты – и буквально выталкивают из традиционной для женщины сферы – семьи – в джунгли корпоративных страстей и интриг⁴⁶.

В качестве резюме можно отметить следующее.

1. В отношении перспектив воздействия идеологии консюмеризма на российское общество имеются различные взгляды: как *оптимистические* (разумные идеалы потребления, формирующие творческого человека с преобладающими духовными запросами), так и *пессимистические* (сверхпотребление одной части общества и дефицитное потребление – другой, что может привести к разделению людей на «лучших» – валидов, которым доступны все

⁴⁴ Проповедь Святейшего Патриарха Кирилла в Прощеное воскресенье после Божественной литургии в храме вмч. Димитрия Солунского на Благуше. URL: Проповеди / Патриарх, страница 14 / Патриархия.ru www.patriarchia.ru/patriarch/38019/page14.html (дата обращения 29.10.2014).

⁴⁵ **Аль-Кардави Ю.** Почему умма стала столь слабой? 2009. 29 мая. URL: <http://www.muslimvrn.ru/proekt102.html>

⁴⁶ См.: **Ислам Минбаре.** 2012. № 5 (198). URL: <http://www.idmedina.ru/minbare/?4529>

материальные и духовные блага, и «низших» – инвалидов, которые обречены на недостаток жизненных ресурсов и для них закрыто большинство возможностей, представляемых высшей расе).

2. Потребительство в значительной мере меняя характер социальных отношений (создавая новые социальные группы), воздействуя на вопросы экономической занятости населения и вообще направленности производства, вызывает к жизни определенные политические идеологии и формируя определенные весьма влиятельные общественные и государственные структуры, а также довольно активные политические движения. Однако, наиболее существенный характер принимает влияние консюмеризма на духовную сферу общества, изменяя моральное сознание людей, моральные отношения между ними и качество их моральных поступков.

3. Основные направления противодействия наиболее разрушительным проявлениям деструктивных духовно-нравственных ценностей консюмеризма могут быть представлены на различных уровнях общества: *глобальном* (разъяснение отрицательного влияния на окружающую среду потребительства, необходимости защиты природы, которая не в силах обеспечить постоянно растущий уровень всемирного потребления, формирование ноосферы – «духовного всеорганизма», нового состояния целостности человечества – общности, с духовным сотрудничеством элементов), *государственном* (укрепление через образование, культуру, молодёжную политику духовно-нравственной основы общества, проведение через информационную политику борьбы с пропагандой вещиизма и идеологией консюмеризма, всемерное содействие формированию духовно развитых, самостоятельно мыслящих людей), *общественном* (поддержка протестных антипотребительских организаций ненасильственного характера и противодействие в отношении деятельности экстремистских социальных групп) и *личностном* (сосредоточение усилий на рациональном понимании всех опасностей культа потребления у каждого члена российского общества, формировании им собственной позиции неприятия консюмеристских ценностей).

РЕЗЮМЕ

В статье авторы рассматривают актуальные вопросы преодоления идеологии консюмеризма в условиях глобализации. Авторы подчеркивают, что общество оказывает серьезное влияние не только на все стороны чело-

веческой жизнедеятельности, но и на экономическую занятость населения и направленность производства. В конце научной статьи, обобщая свое мнение, авторы делают вывод о том, что основные направления противодействия духовно-нравственным ценностям консюмеризма могут быть представлены на всех уровнях общества: глобальном, государственном, общественном и личностном.

Ключевые слова – общество, глобализация, консюмеризм, идеология, общественное сознание, социальная среда, ценности.

ԿՈՆՍՈՒՄԵՐԻԶՄԻ ԳԱՂԱՓԱՐԱՆՈՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՊՐԱԿՏԻԿԱՅԻ ՀԱՂԹԱՀԱՐՈՒՄԸ ԳԼՈԲԱԼԻԶԱՑԻԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՈՒՄ

ՍՏԱՆԻՍԼԱՎ ԲՈՅՉՈ, ԱՆԻՍԱՏ ՄԱԳՈՄԵԴՈՎԱ

Հոդվածում հեղինակները դիտարկել են արդիական հարցերը հաղթահարելու կոնսումերիզմի գաղափարախոսությունը գլոբալացման համատեքստում: Հեղինակներն ընդգծում են, որ ընկերությունը ոչ միայն լուրջ ազդեցություն ունի մարդկային կյանքի բոլոր ասպեկտների վրա, այլ նաև նպաստում է բնակչության զբաղվածությանը և կենսակերպի հարցերին: Հոդվածի հեղինակները վերջում ամփոփել են իրենց կարծիքը՝ եզրակացնելով, որ կոնսումերիզմի վրա հակազդելու հիմնական ուղղությունները հոգևոր ու բարոյական արժեքներն են, որոնք կարող են ներկայացվել հասարակության բոլոր մակարդակներում՝ գլոբալ, ազգային, հասարակական և անձնական:

Բանալի բաներ – հասարակություն, գլոբալացում, կոնսումերիզմ, գաղափարախոսություն, սոցիալական գիտակցություն, սոցիալական միջավայր, արժեքներ:

OVERCOMING THE IDEOLOGY AND PRACTICE OF CONSUMERISM UNDER GLOBALIZING CONDITIONS

STANISLAV BOYGO, ANISAT MAGOMEDOVA

The authors have considered the topical issues of overcoming the ideology of consumerism in the context of globalization. The authors emphasize that companies not only have a serious impact on all aspects of human life, but also

contribute to job creation and rise of living standard. At the end of the article, the authors outline their opinion concluding that the main ways of counteracting consumerism are spiritual and moral values. These can be presented to society at all levels: global, national, social and individual.

Key words – society, globalization, consumerism, ideology, social consciousness, social environment, values.