

Феномен демонстративного потребления

Васина Дарья Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра экономической социологии и маркетинга, Москва, Россия

E-mail: vasina_dasha@bk.ru

Первым кто заговорил о таком феномене, как демонстративное потребление, был американский ученый Торстейн Веблен. Сам термин был введен в его известной книге «Теория праздного класса» [1]. Что же подтолкнуло Веблена к изучению этого явления, сохраняется ли оно в современном мире, и если да, то в какой форме?

Кратко опишем предпосылки теории Веблена. В конце 19-го века США вступили в эпоху империализма. Переход от капитализма к империализму сопровождался формированием нового класса общества - мощной финансовой олигархии, для которой было характерно чудовищное по своим масштабам расточительство денежных средств, расходуемых преимущественно на предметы роскоши. Каким образом образовался новый высший класс? На ранней стадии развития капитализма, когда масштабы производства были сравнительно небольшими, капиталисты-предприниматели как в США, так и в европейских странах, ограничивали личные расходы в целях накопления капитала. До последней трети 19-го века среди американских предпринимателей было распространено квакерство — религиозное течение, главным требованием которого были бережливость, скромный жизненный уклад, воздержание. В период же монополистического капитализма происходит концентрация производства и крупных капиталов в руках немногочисленной финансовой олигархии, и одновременно активно развивается кредит. Следовательно, появляется возможность осуществлять накопление капитала при расточительном потреблении. Расточительство становится общепринятым явлением в среде финансовой олигархии, а предоставление большого кредита - подтверждением наличия состояния. На фоне этих явлений и была написана книга о демонстративном расточительстве господствующих классов.

В 20-ом веке уровень жизни значительно повысился, появился средний класс. Возросшие доходы позволили более широким слоям общества копировать демонстративное поведение «праздного класса». В 1920-х годах ряд экономистов, например Поль Нистрём, предсказывал, что с приходом индустриальной эпохи будет распространяться «философия тщетности» и соответственно внимание людей будет сконцентрировано на поверхностных вещах, например на «модном» потреблении [2].

Историческим анализом феномена демонстративного потребления, а также исследованием причин демонстративного поведения современной молодежи занимались Чебаков Р.К. и Шевнина Д.В. В их работе «Демонстративное потребление молодежи» [3] говорится, что предыстория демонстративного потребления начинается с возникновением первых ремесел. Вплоть до эпохи индустриализации люди подчеркивали свой социальный статус одеждой, украшениями, которые строго соответствовали их положению в социальной иерархии. Поясним мысль примером: даже самый богатый средневековый купец не мог носить рыцарские доспехи, хотя и располагал средствами необходимыми для их приобретения. Таким образом, в 18-19 веках существовали не только финансовые, но и социальные ограничения потребления. Начиная с эпохи индустриализации, социальные барьеры становятся все меньше, в итоге исчезают вовсе, что приводит к кардинальным изменениям в традиционном укладе общества. В результате социальный статус человека переходит в социально-экономический статус, и здесь уже вступает в силу теория Т.Веблена. Демонстративное потребление со временем распространилось на все социально-экономические

слои. Ведь с индустриализацией происходит и урбанизация, следовательно людей в городах становится все больше, каждый день происходят встречи с незнакомцами, а, как говорится, «встречают по одежке». Веблен описывал этот процесс так: «Поскольку «читатели» текста могут это делать лишь мимолетно, то подпись, подтверждающая богатство человека, должна быть сделана такими буквами, которые бы читались на бегу» [1,]. Несложно заключить, что многие люди начали завышать свое реальное социально-экономическое положение посредством блефа через демонстративное потребление. Но «прочитать» человека на бегу можно было в 20 веке, сейчас же, благодаря развитию информационных и цифровых технологий, людям сложнее скрыть свой истинный социально-экономический статус.

В 21-ом веке демонстративное потребление вышло на новый виток своего развития, затронув не только общественную сферу жизни человека, но и частную. Однако для современной молодежи это не является проблемой, наоборот, это шанс стать «микром звездой» в различных социальных сетях. Не зря наше поколение социологи называют поколением «ЯЯЯ» [4]. Это название подчеркивает эгоцентризм, умение выделять и демонстрировать себя. Потребляя товары и услуги, молодежь стремится не просто к удовлетворению потребностей, а демонстрирует социальный статус. Многие считают, что такие качества у современной молодежи сформировались в результате воспитания в духе потребительства и быстрой смены поколений высокотехнологичных продуктов. Молодежь часто подвергается критике. Но не нужно забывать, что феномен демонстративного потребления возник не сегодня. Мы являемся лишь частью системы, лишь продолжением начатого. Далеко не всем нравится демонстрация такого себя, какого оценит общество, любящее зрелище, которое не примет тебя таким, каков ты есть. Эта проблема довольно острая. Она является патологией современной молодежи и одновременно закономерным результатом развития общества потребления.

Таким образом, можно сказать, что демонстративное потребление укоренилось в современном обществе, а в последние десятилетия его важность и значимость все возрастает. Изучение демонстративного поведения даст нам ответы на вопросы о причинах его сохранения и воспроизводства, направлениях дальнейшего развития.

Источники и литература

- 1) Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс. 1984.
- 2) Посыпанова О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циолковского. 2012. Гл. 7, п. 7.1.
- 3) Чебаков Р.К., Шевнина Д.В. Демонстративное потребление молодежи // Наука и современность. 2014. № 30. С. 120-124.
- 4) «Поколение ЯЯЯ»: перевод статьи журнала Time adme.ru [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.adme.ru/vdohnovenie-919705/po-kolenie-yayaya-545955>.