

УДК 008:1/14

ИЗОБИЛИЕ И ИЗБЫТОЧНОСТЬ КАК ФЕНОМЕНЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

© 2015 О.Е.Алпатова

Самарский государственный институт культуры

Статья поступила в редакцию 02.10.2015

В данной статье производится теоретическое разделение понятий изобилия и избыточности с целью культурологического осмысления механизмов излишнего, расточительного потребления в современной культуре. Прослеживается взаимосвязь демонстративного потребления и моды как индикатора социокультурных трансформаций.

Ключевые слова: изобилие, избыточность, демонстративное потребление, праздный класс, роскошь, мода, дурная бесконечность.

В историческом прошлом культуры многих народов созданы свои образы изобилия. Оно упоминается ещё в сюжетах греческой мифологии, к примеру, в мифе о «Царе Мидасе», где чрезмерность его желаний символизирует человеческую алчность и жадность. В греко-римской мифологии изобилие представляет собой один из аллегорических образов, предстающих в облике женщины, сыплющей блага из рога. Чрезмерность богатства является сюжетом многих произведений устного народного творчества. Например, немецкая сказка «Сладкая каша», индийская легенда о сосуде, где используется образ нескончаемой каши. Любопытно, что в традиционной народной культуре под изобилием понимается либо пищевой избыток продуктов питания, либо изобилие драгоценных камней, металла.

В современных произведениях искусства, в частности, в кинокартине «Большая жратва» *«La grande abuffata»* (1973) итальянского режиссёра *Marco Ferreri*, показана телесная смерть от процесса наслаждения кулинарными изысками. Процесс наслаждения, сопровождаемый абсурдным и всепоглощающим принятием пищи, заканчивается смертью героев драмы. Содержательная цитата из фильма: «*Всё вторично кроме жратвы*» – актуальна для окружающей нас действительности. «Жратва» в аллегорическом смысле слова символизирует «общество потребления», где состояние перенасыщенности очевидно не только физиологически, но и символически.

В актуальном словаре современной культуры существует два понятия, рассматриваемые как взаимозаменяемые и синонимичные, – это «изобилие» и «избыточность», вместе с тем между ними есть заметное смысловое различие. В этимологическом анализе этих понятий от *англ.* *redundancy*, *нем.* *redundanz*, *франц.* *redondance*, мы наблюдаем фонетическую и морфемную схожесть. В этимологическом словаре понятие изобилие чаще всего представлено в словосочетаниях, связанных с продуктами питания (изобилие сырья, рог изобилия, изобилие товаров на рынке)¹. Согласно толковому словарю русского языка изобилие понимается как богатство, избыток, поток, множество, обилие, роскошь, расточительство и др.² Синонимами выступают – большое количество, великое множество, излишество, изобильность, масса, обилие, преизбыток. Расхождение употребления понятия «изобилие» как правило, связано с богатством, роскошеством.

Понятие «избыточности» в имеющихся отечественных словарях, к сожалению, до конца не определено. Это понятие используется в узком значении, преимущественно в теории информации. Как правило, оно обозначает превышение количества речевой информации. Избыточность понимается как одно из свойств вещи, позволяющее ей относительно просто превращаться в

¹ Шанский, Н.М. Школьный этимологический словарь русского языка: происхождение слов / Н.М.Шанский, Т.А.Боброва. – 7-е изд. – М.: Дрофа, 2004. – 398 с.

² Большой толковый словарь русского языка / Рос. АН, Ин-т лингв. исслед. ; авт. и рук. проекта, сост., гл. ред. С.А.Кузнецов. – СПб: Норинт, 2001. – 1534 с.

° Алпатова Оксана Евгеньевна, аспирант кафедры теории и истории культуры. E-mail: 4121154@mail.ru

другую вещь³. Следовательно, выступает неким условием перехода количества в новое качество. Избыточность связывается с такими словами как резервирование, дублирование, излишнее количество. Синонимами выступают – излишки, ненужность, непомерность, редундантность, чрезмерность. Помимо того, что изобилие и избыточность понимаются как «продовольственное богатство», избыточность как феномен культуры может рассматриваться через призму «доступности», накопления «знаков счастья», чрезмерного расположения многочисленными индивидуальными благами, «дурной бесконечности».

Для нашего исследования значимо использование понятия избыточности, поскольку мы рассматриваем его в качестве феномена изобилия в обществе потребления. Само понятие «избыточность» ассоциируется с низким качеством, доступностью. Именно с техническим, экономическим развитием, социальными изменениями, такими как рост доходов, снижение продолжительности рабочего дня, рост свободного времени, размывание классовой структуры, существенно изменяется сама схема потребления. Избыточность стандартизирует, в отличие от изобилия, которое «выделяет из массы». «Общество потребления» характеризуется массовым потреблением материальных благ и формированием соответствующей системы ценностей и установок. Такое общество формирует пространство желаний, не создавая в реальных масштабах пространство возможностей их удовлетворения.

Можно ли сегодня говорить о том, что символическое производство удовлетворяет «базовые потребности» согласно «теории человеческой мотивации» американского психолога А. Маслоу?⁴ Ведь изменился сам смысл потребления. Потребление перестало быть физическим усвоением, стало идеалистической и систематической практикой потребления знаков, и таким образом современный потребитель перестаёт вписываться в общеизвестную «пирамиду потребностей».

Согласно классической экономической теории Карла Маркса⁵ всякое производство есть

присвоение индивидуальных предметов природы в рамках определённой формы общества и посредством неё. Производство создаёт «потребление», или другими словами, предметы, соответствующие потребностям⁶. По мнению Эриха Фромма «современное общество опирается на максимальное производство и максимальное потребление, в отличие от экономики XIX века, которая базировалась на принципе максимальной бережливости⁷. Сегодня стало достоинством покупать то, за что не можешь заплатить⁸.

Жан Бодрийяр определяет потребление как структурированную социальную область, где блага и потребности, переходят от некоторой группы к разным классам по мере их продвижения. Причина возникновения «общества потребления» по мнению автора, кроется в возникновении новых производительных сил и монополитическом переустройстве экономической среды с высокой производительностью⁹. Бодрийяр говорит о том, что «потребление» отныне понимается иначе, оно мифологизировано, и представляет собой ряд последовательных покупательских действий. Теперь товар приобретает не в единичном случае, а серийно. Это и заставляет потребителя покупать больше чем ему необходимо. Он вовлечён в серию так называемого «навязываемого потребления», где изобилие и избыточность носят знаковый, символический характер. Это создает внешний эффект богатства, множественности.

Характерной чертой современного общества является гиперпроизводство, как следствие расширенного воспроизводства производительных сил, где процесс «конвейеризации» переходит в ментальность, этику и повседневную идеологию. С внедрением в организацию производства принципа конвейера усилиями Генри Форда, в автомобилестроении, а позже и во всём промышленном производстве, изменилась организация повседневной жизни людей. К примеру, данный принцип нашёл своё активное применение в сфере услуг, в концепции «быстрого питания».

³ Блэк, Дж. Экономика. Толковый словарь: Англо-русский / Дж. Блэк; пер. А.В.Щедрин и др. – М.: Инфра-М, Весь мир, 2000. – 829 с. (ино 65 Б 70).

⁴ Маслоу, А.Г. Теория человеческой мотивации: статья / А.Г.Маслоу; пер. и комм. С.А.Чертвертакова // Psychol. Rev. 50, 1943 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://sergeychet.narod.ru/bibl_psy/hummotiv1943.htm

⁵ Маркс, Карл «Капитал». Изд-во политической лит-ры, 1978. – С. – 19 [Электронный ресурс] / Карл Маркс. – Режим доступа: <http://booksbest.org/knigi/1173-marks-karl-kapital>

⁶ Маркс, К. Капитал: критика полит. экономии: перевод: Процесс обращения капитала / К.Маркс; изд. под ред. и с предисл. Ф.Энгельса. – М.: Политиздат, 1978. – 648 с. – С. 20.

⁷ Фромм, Э. Ради любви к жизни / Э.Фромм. – М.: АСТ, 2000. – 399 с. – (Классики зарубежной психологии).

⁸ Фромм, Э. Ради любви к жизни

⁹ Бодрийяр, Жан. Общество потребления: его мифы и структуры / Ж.Бодрийяр. – М.: Республика, 2006. – 179 с. – (Мыслители XX века). – С. 77.

Джордж Ритцер в своей работе «Макдональдизация общества. 5» (1993), говорит о том, что «макдональдизация» не просто система, процесс распространения товаров и услуг, но и превращение базисных принципов, на которых основывается ресторан быстрого питания, в принципы организации современной жизни¹⁰.

Благодаря четырём элементам формальной рациональности (эффективности, предсказуемости, количественного показателя и строго контроля), возможен более эффективный результат, так как предсказуем и стандартизирован сам процесс¹¹. Созданию «макдональдизации» способствует принцип конвейера, главной чертой которого является единообразие.

Почему мы включаемся, в конвейерный безграничный поток потребления? Не потому ли, что субъектом процесса потребления выступает «праздник класс», который становится своеобразным эталонным субъектом потребления культуры. В работе «Теория праздного класса: экономическое исследование институций»¹² (1899), Торстейн Веблен, говорит о том, что демонстративное потребление становится культурной нормой. Время, блага, ресурсы становятся средством поддержания социальной репутации. Таким образом, развитие демонстративной праздности и демонстративного потребления заключается в элементе расточительства, то есть излишней тратой времени и материальных благ. Потребление является средством поддержания репутации. Повышение нормы демонстративного потребления приводит к более высоким расходам, в этом кроется расточительная манера потребления или иными словами «расточительство».

Черты избыточности и расточительства прослеживаются в феномене «роскоши». В своей работе «Роскошь и капитализм» (1912) Вернер Зомбарт рассматривает роль «роскоши» в строительстве современного капитализма, он определяет роскошь как некую трату, которая выходит за пределы необходимого, при условии знания того, что является необходимым¹³.

Автор разделяет роскошь на субъективную и объективную. Последняя определяется в зависимости от физиологических и культурных потребностей человека. Среди причин возникновения феномена «роскоши», автор выделяет «индивидуалистскую» причину, то есть окружение себя «бесполезной мишурой»¹⁴. В этом кроется побудительная причина тщеславия, стремление во всём превзойти другого. В.Зомбарт так же выделяет количественную и качественную организацию роскоши. Для первой характерно использование сразу большого количества товаров, для второй, использование только лучших товаров¹⁵. Таким образом, избыточность наблюдается в количественном аспекте роскоши, равно так же как и мода говорит о существенных изменениях в соотношении «индивидуального» и «всеобщего» в культуре.

Понимание феномена избыточности связано с феноменом моды. По В.А.Конева индустрия моды проникает во все практики, она становится критерием универсальности. мода пронизывает все сферы жизни общества, выполняя ряд функций, к примеру, экономическую – формируя стандарты потребления, коммуникативную – осуществляя знаковую трансляцию модных образов, эстетическую – формируя идеалы красоты, компенсаторную – выступая средством психологической разрядки¹⁶.

Несмотря на то, что мода превратилась в индустрию, она до сих пор является социальным механизмом выделения индивидуальности человека. Если ранее мода была доступна немногим, то сейчас доступность моды позволяет каждому выстроить эстетическую дистанцию с другими, естественно средствами доступной моды. Сегодня с появлением современных всеохватывающих средств массовой коммуникации, расширяются возможности трансляции образов роскоши, богатства, *luxury* (от англ. предмет роскоши). Благодаря рекламе, предметы создаются специально для того, чтобы стать модой¹⁷. Именно экономический подъём должен соответствовать быстрому изменению моды. По причи-

¹⁰ Ритцер, Дж. Макдональдизация общества 5 / Дж. Ритцер; пер. с англ. А.Лазарева. – М.: Праксис, 2011. – 592 с. – (Сер. «Образ общества»).

¹¹ Ритцер, Дж. Макдональдизация общества 5 – С. 12, 13.

¹² Веблен, Т. Теория праздного класса / Т.Веблен; пер. с англ., вступ. ст. С.Г.Сорокиной; общ. ред. В.В.Мотылева. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.

¹³ Зомбарт, В. Собрание сочинений: в 3 томах. Исследования по истории развития современного капитализма / В.Зомбарт. – СПб.: Владимир Даль, 2008. – Т. 3. – С.88.

¹⁴ Зомбарт, В. Собрание сочинений: в 3 томах. Исследования по истории развития современного капитализма.... – С.90 – 95.

¹⁵ Зомбарт, В. Собрание сочинений: в 3 томах. Исследования по истории развития современного капитализма.... – С.90 – 95.

¹⁶ Гришаева, Т.А. мода как феномен современной культуры: дис....канд. филос. наук: 24.00.01 / Гришаева Татьяна Александровна. – Ростов-на/Д., 2008. – С. 17.

¹⁷ Барт, Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт; сост., пер. с фр. и вступ. ст. С.Зенкина. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. – С. 270.

не того, что низшим слоям общества нужно угнаться за высшим слоем. В том смысле, немецкий социолог, философ Георг Зиммель обнаруживает парадокс, чем быстрее меняется мода, тем, дешевле должны становиться вещи, а чем дешевле они становятся, тем к более быстрому изменению моды они приглашают потребителей, и вынуждают производителей¹⁸.

Однако не только экономическая доступность в контексте рассмотрения феномена моды позволяет обнаружить внутри него избыточность.

Г.Зиммель в своём труде «Философия моды»¹⁹ (1905) говорит о моде, как о социокультурном явлении, позволяющем самоутвердиться, проявить индивидуальность. С одной стороны, мода приводит индивида к единому образцу, то есть к тенденции социального выравнивания, и, следовательно, приводит индивида к групповой жизни, а не к индивидуальной²⁰.

С другой стороны, с наличием экономической доступности мода позволяет в такой же степени удовлетворять потребность в различии, тенденции к дифференциации, к изменению, к выделению из общей массы, то есть к индивидуальному различию и изменению в единой деятельности.

Таким образом, «модная погоня» – приобретает замкнутый, циклический круг. А не представляется ли «избыточность» и «единообразие» как некая «дурная бесконечность»? Возможен ли предел, к примеру, феномена «селфи» (*англ. selfie*), как симптома определения современной

культуры и социума²¹. Возможен ли предел навязчивого потока «СПАМа» на все доступные средства связи, «нескончаемо фабрикуемых» синглов в списках чартов, хит-парадов? Кажется, что это мегамашина общества потребления, производящая избыточность во всех сферах жизни человека, никогда не остановит свою работу, проникая во все более отдаленные участки земли, завладевая сознанием миллионов жителей планеты. И если этому продвижению положен какой-то предел, то он обнаружится только во встрече с другой культурой, для которой избыточность будет иметь черты избытка, где избыток опять станет предметом редким, драгоценным и подлинно дорогим.

¹⁸ Зиммель, Г. Избранное: в 2 томах. Созерцание жизни / Г.Зиммель; гл. ред. С.Я.Левит. – М.: Юрист, 1996. – Т. 2. – 607с.; Ефимов, Е.Г. Теория роскоши Вернера Зомбарта / Е.Г.Ефимов // Научный потенциал регионов на службу модернизации. – Астрахань: АИСИ, 2011. – С. 236 – 239.

¹⁹ Зиммель, Г. Избранное: в 2 томах. Философия культуры – Т. 1. – С.267.

²⁰ Зиммель, Г. Избранное: в 2 томах. Философия культуры – Т. 1. – С.267.

²¹ Гринькова, Е.А. Селфи – взгляд на историю культурного феномена [Электронный ресурс] / Е.А.Гринькова // Современные научные исследования и инновации. – 2015. – № 1. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2015/01/40930>

ABUNDANCE AND REDUNDANCY CONSUMPTION AS PHENOMENA

© 2015 O.E.Alpatova^o

Samara State Institute of Culture

In this article the author seeks etymological separation of the concepts of abundance and redundancy; she describes the reasons for the excessive, wasteful consumption in the modern culture.

Key words: abundance, redundancy, conspicuous consumption, idle class, luxury, fashion, bad infinity.

^o Oksana Evgenevna Alpatova, Post-graduate of Department of theory and history of culture. E-mail: 4121154@mail.ru