

УДК 316.728

Ю. В. Сюсель

НОВІ ПРОЯВИ У СПОЖИВАЦЬКИХ ПРАКТИКАХ УКРАЇНЦІВ: КРИТИЧНИЙ ПІДХІД

У статті зроблено спробу проаналізувати основні тенденції у розвитку суспільства споживання в Україні. Окреслено нові практики у споживанні українців, які пов'язані з необхідністю екологізації життя. Використано критичний підхід до споживання, який полягає у використанні моделей збалансованого задоволення потреб споживачів.

Ключові слова: суспільство споживання, консюмеризм, антиконсюмеризм, екологізм, збалансоване (стале) споживання, дауншифтинг тощо.

Постановка проблеми. Динаміка споживацьких емуляцій українців змінилася і призвела до високого рівня споживання. Це прагнення українського населення переросло у спосіб життя. Все більше соціологів, вивчаючи консюмеризм (споживацтво), виявляють розчарування, пов'язані з ним. Консюмеризм як сучасна доктрина тривалий час була пов'язана із задоволенням, щастям і самовираженням. Однак у сучасному суспільстві консюмеризм все частіше стає об'єктом критики, переосмислення і основою для практик опору.

Консюмеризм у цьому сенсі не тотожний споживанню. Під «споживанням» розуміють процес «вибору, покупки, використання, підтримання у робочому стані, ремонт та утилізація будь-якого товару чи послуги» [Campbell, 1995, р. 102]. Тоді як «консюмеризм» розглядають як спосіб життя, надмірно заклопотаний споживанням [Gabriel, 1995, р. 3; Miles, 2000, р. 4].

Консюмеристська модель споживання має альтернативу, засновану на гармонійній взаємодії людини з навколишнім середовищем. Сьогодні у світі відбувається активний перехід до суспільства збалансованих (сталих) потреб як головний тренд у розвитку суспільства споживання. Критичне ставлення до споживання, використання моделей збалансованого задоволення своїх потреб називають антиконсюмеризмом.

Критичний підхід до споживання викликає наукові дискусії навколо «зеленого» споживання, еко-споживання, збалансованого споживання, етичного споживання (бойкоти товарів), зростання популярності

ресайклінгу, секонд-хенду, hand made тощо. У молодіжному середовищі відбувається переоцінка повторного використання речей, змінюється значення секонд-хендів, зростає популярність «блошиних ринків». Критика консюмеризму, гламуру, демонстративного споживання займає важливе місце у медіа-дискурсі і популярній культурі (наприклад, російські фільми «Глянець», «ДухLess», романи Віктора Пелевіна, стріт-арт). Таким чином, дослідники активно застосовують критичний підхід до споживання у сфері соціальних наук – соціології, культурології, антропології тощо.

Наукова проблема даного дослідження полягає у наявності дефіциту розробок соціологічних теорій дослідження альтернативних моделей споживання в українському суспільстві, об'єднаних критичним підходом до споживання. Очевидно, що подолання негативних тенденцій глобального споживацтва можливо у випадку активізації соціологічного інтересу до стилезжиттєвих практик, які можна позначити як екопрактики, або неспоживацькі практики.

Метою дослідження виступають основні риси споживацьких практик українців, які відображають критичний потенціал у споживанні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз спеціальної літератури, що розглядає становлення та розвиток суспільства споживання, свідчить, що таке суспільство потрапляє у фокус критики дослідників цього періоду: Т. Веблена [Веблен, 1984], Г. Маркузе [Маркузе, 2002], О. Овруцького [Овруцкий, 2011, с. 89-98], Е. Поттера [Хиз, 2007], Е. Фромма [Фромм, 1998], Дж. Хіза [Хиз, 2007] тощо.

Неспоживацькі практики пов'язані з необхідністю екологізації та етизації життя, що присутня у науковому дискурсі, зустрічний і міцний дискурсивний рух спостерігаємо у наукових розробках різноманітного дисциплінарного генезису. Початок цього руху покладено у роботах Римського клубу, відомих працях А. Печчеї, який наголошував на екологічному імперативі сучасності [Печчеї, 1980].

Праці сучасних німецьких науковців, К.-О. Апеля, Ю. Габермаса, Г. Йонаса, Ф. Капра, С. Курдюмова, К.-М. Майер-Абіха, І. Пригожина, В. Хесле, футурологічні теорії Ш. Іто об'єднують впевненість у необхідності укорінення етичних принципів взаємовідносин людини і природи [Бевзенко, 2008, с. 95]. У зв'язку із загостренням наслідків надмірного споживання дедалі частіше відбуваються міжнародні конференції з цих питань, зокрема, міждисциплінарний семінар «Критичний підхід до споживання і

дослідження споживання у пострадянських суспільствах», організований у рамках проекту «Казанські читання за соціокультурними дослідженнями» (Казань, 29-30.03.2013 р.). У центрі фокусу семінару, участь у якому брала автор, стали нові практики у стилях життя постсоціалістичних суспільств, еко-активізм, екологічне споживання, критика суспільства споживання у мистецтві та медіа, альтернативне та безгрошове споживання тощо.

Викладення основних результатів дослідження. З точки зору З. Баумана, сучасне постіндустріальне суспільство можна визначити як суспільство споживання, тому що головною установкою сучасної людини є споживацька установка [Бауман, 1996]. При цьому стиль життя виявляється основним механізмом впровадження, трансляції і закріплення споживацьких установок, оскільки саме стиль життя забезпечує габітуальну присутність цієї установки, її виробництво у безперервних повсякденних практиках. Така установка характерна для українського населення: вона зафіксована як у соціологічних опитуваннях, так і в спостереженнях за щоденним збільшенням кількості автомобілів на українських дорогах, у зростанні кредитного попиту у банках.

Альтернативою споживацькій установці, яка породжує і підсилює споживацькі практики, виступає екологічна установка. Екологізм – «це феномен культури, точніше, особливий модус масової культури. Міф чистої природи, що стає агресивним і всеохоплюючим. Новий культурогенний міф» [Каганский...]. Сучасна дослідниця Л. Бевзенко пропонує розглядати екологізм як стиль життя, коли габітус і продукovanі ним установки породжують практики неагресивного, неспоживацького відношення до оточуючого середовища – ландшафтного, фізичного, природного, соціального.

Зародження екологічного стилю життя на Заході зафіксовано вже давно. У європейських країнах панує світогляд, для якого характерні альтернативні моделі суспільства споживання, а в його основі лежить екологічна свідомість. Екологічний рух і «зелені ідеї» почали бурхливо розвиватися ще в 1970-ті роки після нафтової кризи. В останні десятиліття після багатьох років еко-пропаганди ці ідеї стали в Європі мейнстрімом.

У контексті екологічного споживання в Україні набуває розвитку еко-маркетинг. З одного боку, він закликає споживачів до відповідальності і пропонує споживачеві купувати еко-продукти, оскільки вони безпечні для навколишнього середовища, енергоефективні. Однак «порятунок планети»

виявляється недостатнім аргументом для споживачів, яких цікавить комфорт, естетика, статус, задоволення або доступність товарів. Маркетологи розділяють споживачів на різні групи залежно від цінності еко-споживання: «сіро-зелених», «світло-зелених» і «темно-зелених» [Семинар..., 2013].

Л. Бевзенко серед реальних практик українців, які можна означити як альтернативні надмірному споживанню та відповідні екологізації їх стилів життя, називає їх екопрактиками і виділяє три типи за принципом відношення до суспільства споживання і міри цілісності нового стилю життя [Бевзенко, 2008, с. 107]:

1) Екоспоживацький стиль як стремління до споживання екологічно чистої продукції. Цей стиль не являється антиконсюмеристською практикою і найчастіше є ще більш фінансово затратним, елітарним. Споживання екологічних продуктів свідчить про статусну приналежність індивіда і дозволяє посилати більш вишукані знаки.

2) Екологізм як стиль життя, у розумінні екологізму як альтернативного споживацького стилю. Прикладом слугують екопоселення – соціальний рух, представники якого демонструють відмову підкорятися вимогам суспільства споживання та відрізняються своєю стилістикою життя.

3) Елементи екологізму у повсякденних практиках українських громадян. Такі практики екологічного відношення людини до навколишнього середовища свідчать про «споживацьку виснаженість» суспільства та відходження від споживацької тотальності.

В області повсякденних споживчих практик українців виділяють збалансоване (стале) споживання. Його визначають як споживання, що задовольняє потреби сучасних і майбутніх генерацій у товарах і послугах, шляхом, який є економічно, соціально та екологічно збалансованим. Збалансоване (стале) споживання передбачає: зменшення обсягу споживання; екологічне споживання (відмова від агресивних хімікатів у домашньому господарстві, переробка відходів, надання переваги екологічно чистій продукції); формування традиції дружнього споживання (відмова від надмірного використання у побуті електроприладів, таких як мікрохвильова піч, придбання «біологічних» продуктів, які виробляють дрібні фермери та продають у невеликих локальних магазинах) [Veenhoven, 2004, р. 3]. Новими практиками збалансованого споживання виступають сортування та

переробка сміття, переробка небезпечних відходів, економія електроенергії та води, використання еко-мобілів, поширення благодійних магазинів.

Стратегія сталого розвитку була затверджена Європейським Союзом у 2001 році, де було визначено ключові напрямки діяльності. На Всесвітньому Саміті зі сталого розвитку, що відбувся в Йоганнесбурзі у 2002 році, світові лідери погодили план його виконання. Поширення ідеї сталого споживання та виробництва здійснюється шляхом реалізації проектів різними країнами світу, що, насамперед, спрямовані на надання технічної підтримки, поширення інформації, технологій і ноу-хау, фінансування тощо. Зокрема можна назвати такі проекти, як «Освіта екологічного споживання» (Education For Sustainable Consumption), «Збалансоване будівництво і конструювання» (Sustainable Buildings and Construction), «Екологічні товари» (Sustainable Products), «Збалансований спосіб життя» (Sustainable Lifestyles) тощо [Peck, 2009, p. 8].

Обмежені доходи українських споживачів стимулюють пошук альтернатив у придбанні товарів. За результатами дослідження на тему: «Секонд-хенд» в Україні: ставлення громадян до заборони і можливі наслідки такого рішення», проведеного соціологічною групою «Рейтинг» у жовтні 2010 року, виявилось, що дві третини опитаних українців позитивно ставляться до можливості придбати вживаний одяг чи взуття з Європи і лише 18% – негативно. У 2013 р. більшість опитаних киян (58%) не підтримують ідею заборонити продаж секонд-хенду, підтримують – лише 20%. Разом з тим для 18% – це байдуже, а 4% – не визначилися з цього приводу [Секонд..., 2013].

Міжнародна організація споживачів (Consumers International) оприлюднила статистичні дані за 2012 р., згідно яких, купівлею товарів повсякденного вжитку в Україні займаються близько 90% жінок і 50% чоловіків. Найбільш вагомим критерієм, за яким українські споживачі визначають якість товару, є термін придатності – цим критерієм керуються близько 71% людей, які здійснюють покупки. Другим найбільш популярним критерієм є ціна (51%), наступним – склад товару (42%). У порівнянні із чоловіками, жінки дещо частіше зважають на термін придатності, написи, які засвідчують натуральність, цілісність упаковки і місце придбання. Цікаво, що споживачі, яким за 40 років, при виборі товарів більше довіряють власному досвіду. Ті, кому від 20 до 29 років частіше віддають перевагу відомим маркам та виробникам, а молодь 15-19 років зізнається, що не може

встояти перед спокусою спробувати прорекламований товар. Лише третина опитаних респондентів вважають себе достатньо проінформованими споживачами. Споживачі хочуть, насамперед, отримувати інформацію про товар безпосередньо із упаковки – як бажане, це джерело інформації обрали 70% опитаних. Наступним за оптимальністю джерелом є телебачення (46%). Для молоді, зручним каналом отримання інформації є Інтернет [The global...].

До нових практик і стилів життя соціологи відносять дауншифтинг, суть якого полягає у ціннісному зсуві, що передбачає перегляд пріоритету між трудовою діяльністю, професійною реалізацією і високим доходом, з одного боку, і особистим комфортом і цінностями родинних зв'язків і спілкування – з іншого боку. Цікаво, що дауншифтинг як стратегію зміни стилю життя вибирають люди 30-40 років, і ця стратегія може являти собою варіант демонстративного споживання [Дауншифтинг..., 2011]. Демонстративність або, точніше, «нова демонстративність», щоб відрізнити її від класичної категорії Т. Веблена, у даному випадку, полягає в активному просуванні способу життя у соціальних мережах, що виявляється провідним для сучасних дауншифтерів. Також розрізняють такі споживацькі практики як «добровільну простоту» (voluntary simplicity, simple living), «різкі зміни» (sea change), «повільне життя» (slow life), «фриганізм» (freeganism) тощо, які потребують більш детального дослідження в українському суспільстві.

Висновки. Практика консюмеризму як сучасна доктрина формує ненаситного споживача, схильного не тільки до гіперспоживання, але й до дегуманізації свого життя. У масштабах планети це веде до надмірного витрачання природних ресурсів та забруднення навколишнього середовища. Очевидно, що фокуси критичного дискурсу у споживанні варіативні та різноманітні, вони становлять дослідницьке поле соціологів. Процес споживчого ретретизму яскраво проявляється у стилях повсякденного життя українців. Виділяють такі альтернативні моделі споживацьких практик українців: екологічне або «зелене» споживання, екологізм як стиль життя, збалансоване (стале) споживання, «дауншифтинг» тощо. Складність у дослідженні таких моделей полягає у тому, що якісні дослідження екопрактик, або неспоживацьких практик, українців соціологам ще треба провести.

Д ж е р е л а

Бауман З. Мыслить социологически. – Москва : 1996.

Бевзенко Л. Стили жизни переходного общества. – Киев : Институт социологии НАН Украины, 2008.

Веблен Т. Теория праздного класса. – Москва : Издательство «Прогресс», 1984.

Дауншифтинг по-украински: оправдание праздности 30.01.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.infomednet.ru/psixologiya/54-psixologiya/361-daunshifting-po-ukrainski-opravdanie-prazdnosti.html>

Каганский В.Л. Экологический кризис: феномен и миф культуры? // Неприкосновенный запас. – 1999, №4(6) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/1999/4/kagans.html>

Маркузе Г. Одномерный человек: исследование идеологии развитого индустриального общества. – Москва : АСТ, 2002.

Овруцкий А.В. Морфология антиконсьюмеристских движений: источники, направления, практики // Журнал социологии и социальной антропологии. – № 5 (58). – 2011.

Печчеи А. Человеческие качества. – Москва : 1980.

«Секонд Хенд» в Україні: ставлення громадян до заборони і можливі наслідки такого рішення // станом на 19.10.2010 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://ratinggroup.com.ua/products/politic/data/entry/13934/>.

Семинар «Критический подход к потреблению и исследования потребления в постсоветских обществах» // Центр культурных исследований постсоциализма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://postsocialism.ru/consumption-seminar/>

Фромм Э. Психоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или быть? – Киев : Ника-Центр, 1998.

Хиз Дж., Помтер Э. Бунт на продажу. – Москва : Хорошая книга, 2007.

Campbell C. The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism, 1995.

Gabriel Y., Lang T. The Unmanageable Consumer. – SAGE Publications, 1995.

Miles S. Consumerism: As a Way of Life. – SAGE Publications, 2000.

Peck M. What is the Marrakech Process on Sustainable Consumption and Production? // Impactus. – 2009. – № 13. – p. 6-11. [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.impactus.org/pdf/Revistas/impactus_n13ENG.pdf.

The global voice for consumers [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.consumersinternational.org/>

Veenhoven R. Sustainable consumption and happiness // International workshop «Driving forces and barriers to sustainable consumption» University of Leeds, UK, March 5-6, 2004. – 32 p. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www2.eur.nl/fsw/research/veenhoven/Pub2000s/2004d-full.pdf>.

Y. Siusel. New displays in the consumer practices Ukrainian: critical approach. This paper attempts to analyze the main trends in the development of the consumer society in Ukraine. New practices outlined in consumption Ukrainian

associated with the need to greening life. Used critical approach to the consumption, which is to use models of sustainable customer satisfaction.

Keywords: *consumer society, consumerism, anticonsumerism, environmentalism, sustainable consumption, downshifting etc.*

УДК 316(075.8)

В. К. Філінов

СОЦІАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ДИНАМІЧНИЙ ПРОЦЕС СУЧАСНОГО ЖИТТЯ

У статті розглядаються зміст та особливості сучасного соціального управління як процесу. Існуючі об'єктивні фактори суспільного життя зумовлюють потребу постійного вдосконалення методів і прийомів управлінської діяльності. Дії керівника визначаються тим, наскільки він володіє науковим апаратом, сучасними методами управління, розуміє тенденції розвитку системи управління. Керівник має оволодіти новим управлінським мисленням, переходом до так званого органічного управління.

Ключові слова: *управління, соціальне управління, соціальна структура, процес соціального управління, особистість, управляюча система, керована система, керівник.*

Управління виступає як динамічний процес розв'язання проблем, що висувуються життям. Постійною його метою є оптимізація управління, що забезпечує максимально ефективне функціонування соціальної системи.

Оптимальне – значить найкраще, але не взагалі, а з урахуванням конкретних умов і реальних можливостей системи управління. Оптимізація передбачає цілеспрямовану реалізацію комплексу заходів, що відповідають певним умовам. Головними із цих умов є: а) постановка науково обґрунтованих цілей управління; б) наявність матеріально-технічних, фінансових, часових, кадрових, інформаційних та інших ресурсів, що забезпечують досягнення намічених цілей; в) визначення раціональних шляхів виконання практичних завдань.

Крім того оптимізація системи управління передбачає наявність об'єктивних критеріїв оцінки ефективності її функціонування. Соціальне управління є особливим видом діяльності, що спрямований на упорядкування, погодження колективних дій людей щодо досягнення мети, яка стоїть перед ними. Об'єктивна необхідність виникнення та розвитку