
УДК 366.01; 366.02

ЕВСЕЕВА Я.В.* ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ.
(Обзор). DOI: 10.31249/rsoc/2022.01.02

Аннотация. Данный обзор прослеживает ряд значимых вопросов современной социологии потребления. Основные рассматриваемые проблемы: взаимоотношения производства и потребления; просьюмеризм; экологические риски, связанные с потребительским капитализмом.

Ключевые слова: потребление; цифровизация; капитализм; просьюмеры; домохозяйство; экология; образ жизни; Германия.

EVSEEVA Ya.V. Problems of contemporary consumption. (Literature review).

Abstract. This review traces some important issues in the contemporary sociology of consumption. The main questions considered are the following: the relationship between production and consumption; prosumerism; environmental risks related to consumer capitalism.

Keywords: consumption; digitalization; capitalism; prosumers; the household; ecology; lifestyle; Germany.

Для цитирования: Евсеева Я.В. Проблемы современного потребления. (Обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология. – 2022. – № 1. – С. 13–26. DOI: 10.31249/rsoc/2022.01.02

В статьях, включенных в данный обзор, освещаются различные проблемы современных потребительских практик. Так, из-

* Евсеева Ярослава Вячеславовна – старший научный сотрудник отдела социологии и социальной психологии Института научной информации по общественным наукам РАН. E-mail: yar_evseeva@mail.ru

вестный британский социолог, исследователь культуры потребления Майк Фезерстоун (Голдсмитский колледж, Лондон) описывает современную культуру как находящуюся во власти потребления, которое служит движущей силой глобальной экономики [Featherstone, 2018]. При этом он проблематизирует взаимоотношения производства и потребления, указывая на то, что увеличение второго отнюдь не обязательно вызывается ростом первого. Макс Вебер в свое время тематизировал феномен протестантской этики, для которой характерны, с одной стороны, стремление к упорному труду (результатом которого становится высокий уровень производства), а с другой – аскетизм, проявляющийся в том числе в ограничении потребления [Weber, 1981]. Современник Вебера Вернер Зомбарт сделал акцент на другом полюсе континуума – согласно ему, не интенсивное производство, а неограниченное потребление обеспечило успех современного капитализма [Sombart, 1967]. В Новое время средоточием такого потребления стала европейская дворцовая культура. Королевские дворы по обе стороны Ла-Манша обеспечивали работой специалистов всех профессий и давали пример роскошного потребления средним классам. Города становились центрами производства, инноваций и культуры.

На сегодняшний момент в развитых странах потребительские расходы составляют значительную часть ВВП (например, в США – порядка 70% [Ivanova, 2011]). Рост потребления характерен и для развивающихся стран, от стран БРИКС до Индонезии, Мексики и Нигерии. В соответствии с неолиберальной этикой индивиды должны вкладывать средства в собственный человеческий капитал, вследствие чего размываются границы между работой и досугом, производством и потреблением. Согласно Мишелю Фуко, который здесь следует идеям американского экономиста Гэри Беккера, мы должны рассматривать не только производство, но и потребление как предпринимательскую деятельность [Foucault, 2008]. В результате неограниченного потребления растут долги индивидов и целых экономик, увеличивается материальное расслоение, что является угрозой для устойчивой демократии и социального развития. Это в определенном смысле означает конец американской мечты, а также грез об изобилии в других культурах.

Мечты об изобилии, по Фезерстоуну, на протяжении столетий служили основным стимулом потребления. С «демократизацией

роскоши» [Featherstone, 2018, p. 9], от королевских дворов эстафету подхватили универмаги, ставшие настоящими «дворцами мечты» XIX в. [ibid.]. В XX в. эта тенденция получила дальнейшее развитие в «фабрике грез» – Голливуде – и парках развлечений вроде Диснейленда. Для иммигрантов со всего света США стали страной мечты, где каждый мог добиться чего угодно, как в голливудском фильме. По мере глобализации экономики и культуры в развивающихся странах стали появляться свои суперзвезды и миллиардеры, предающиеся роскошному потреблению.

Двумя важными чертами современного потребления являются, по словам Фезерстоуна, осуждение досуга, не наполненного никакой деятельностью, и управление населением посредством потребления в духе Фуко. Сейчас индивиды имеют возможность потреблять 24 часа в день семь дней в неделю. Современный американец в среднем спит 6,5 часов в день; в конце XX в. этот показатель составлял восемь, а в начале XX в. – десять часов [Cragy, 2013]. Торговые центры работают до ночи (есть и ночные магазины), а ночью люди могут совершать покупки в Интернете. Большинство телеканалов уже давно перешли на круглосуточное вещание. Во многих городах мира ночью можно поесть, развлечься в клубе, купить цветы и др. Многие люди погружены в свои цифровые устройства на улице, в общественном транспорте и пр., полностью отключившись от окружающей реальности. При этом в городе индивиды находятся под прицелом камер видеонаблюдения, а в Интернете – под надзором интернет-платформ, извлекающих коммерческую выгоду из информации об интересах пользователей.

По словам Фезерстоуна, потребление оставляет следы. Для покупок мы используем банковские, скидочные карты и пр. Магазины, банки и интернет-платформы знают о нас очень многое, если не все. Сбор данных о пользователях приносит значительно больше выгоды, чем конкретные проданные товары, поскольку в будущем он обеспечит еще большее число покупок. Традиционные магазины стремятся присоединиться к цифровой революции, перенося часть услуг в Интернет и развивая своего рода гибридный шопинг.

Как полагает Фезерстоун, нынешнее положение вещей радикально отличается от превалировавших в 1990-х годах грез о Всемирной паутине, в которых каждый человек в любой точке земно-

го шара мог бы получить доступ к любой нужной ему информации. Некоторые предпочитают акцентировать демократический потенциал Интернета, ведь, скажем, в «Фейсбуке» можно создавать сообщества, общаться с единомышленниками, заниматься индивидуальной предпринимательской или политической деятельностью. Тем не менее нельзя игнорировать тот факт, что тот же «Фейсбук» – это успешный коммерческий проект и он не в меньшей мере контролирует действия пользователей, нежели другие интернет-гиганты вроде Google или Amazon. Более молодые пользователи предпочитают «Инстаграм» и каналы на YouTube, однако доход успешным блогерам и инстаграмерам также приносит реклама разнообразных товаров и услуг на их ресурсах.

Кроме того, отмечает Фезерстоун, в структуре современного потребления наряду с материальным особую роль играет нематериальное потребление. Так, существенную часть потребления в Интернете составляет не приобретение материальных товаров (хотя это, конечно же, тоже имеет место), а такие действия, как поиск, просмотр интернет-страниц, тестирование, учеба, общение. Здесь можно говорить о различии между объектами и квазиобъектами, при этом не забывая о том, что граница между ними достаточно зыбкая [Serres, 1982]. Знаковая ценность товаров становится важнее их обменной ценности [см.: Baudrillard, 1983]. Многие товары сейчас содержат в себе большой пласт культурной информации, которая выходит за пределы как таковой их материальности. Например, автомобиль для его обладателя – это не просто средство передвижения [Featherstone, 2004]. Тем самым товары лишаются определенных фиксированных значений, что позволило Жану Бодрийяру утверждать, что мы живем в «эстетической галлюцинации реальности» [Baudrillard, 1983]. Квинтэссенцией нематериального потребления становятся креативные индустрии. При этом черты, отличающие креативные индустрии, прослеживаются на многих интернет-ресурсах. Размываются границы между занятостью и незанятостью, между работниками и работодателями; многие люди, осуществляющие свою деятельность в Интернете, не являются в классическом смысле ни нанятыми работниками, ни предпринимателями, но сочетают в себе черты тех и других, что среди прочего может таить в себе риск прекаризации [Gill, Pratt, 2008].

Также данные тенденции могут описываться как переход от потребления товаров к потреблению впечатлений (опыта). Различные интернет-ресурсы, среди которых, в частности, бьюти-блоги, мотивируют рядовых пользователей инвестировать в собственный имидж, стараться быть модными и креативными. Бренды также обращаются к клиентам за обратной связью по поводу предлагаемых товаров и услуг. Так что от индивидов ожидается определенная рефлексия в отношении того, что они потребляют, своего рода осознанное потребление (в той или иной мере). Этот тренд был концептуализирован в исследованиях просьюмеризма как единства производства и потребления, активного, не пассивного потребления (термин «просьюмер» был введен Элвином Тоффлером [Toffler, 1980]; наиболее известным современным теоретиком данного феномена является Джордж Ритцер [см., например: Ritzer, 2014]). В качестве примеров просьюмеризма Фезерстоун приводит такое поведение пользователей, как самостоятельная сборка мебели из IKEA и уборка за собой подносов в McDonald's. В последние годы Ритцер исследует сквозь призму просьюмеризма использование индивидами устройств и приложений, отслеживающих их положение и показатели здоровья (например, пульс и артериальное давление), а также продуктов смарт-технологий (умного дома и пр.), т.е. пользователи сами осуществляют сбор информации о себе либо облегчают таковой, в том числе обеспечивая взаимосвязь всех своих устройств [ibid.].

В качестве еще одной черты современного потребления Фезерстоун называет постоянно сокращающийся цикл использования товаров – люди вынуждены покупать все чаще, а значит, потреблять все больше, тем самым поддерживая глобальную экономику.

Каковы последствия такого потребления, каковое было охарактеризовано в данной статье, задается вопросом автор. Отвечая на этот вопрос, он намечает следующие перспективы. Во-первых, круглосуточное потребление, особенно в Сети, меняет повседневные ритмы и способствует утверждению новых форм социального поведения. Во-вторых, Интернет предоставляет невероятный объем информации, в результате чего каждый пользователь ежедневно сталкивается со множеством возможностей и выборов, и многие ощущают необходимость быть постоянно открытыми этим возможностям, практически никогда не выходя из Сети. Это мо-

жет иметь негативные последствия для здоровья людей (от ухудшения памяти до депрессии). По Джонатану Крэри, если человек не «отключается», не расслабляется и не предается время от времени простому мечтанию, он начинает жить по законам «культуры Интернета» и в результате становится менее креативным, а отнюдь не наоборот [Cragy, 2013].

Следующим последствием становится падение уровня социальности. Пользование компьютером и пребывание в Сети – это обычно индивидуальные практики; платформы также ориентированы на индивидуальное потребление. Также происходит смещение баланса в сторону нематериального потребления. Однако, напоминает Фезерстоун, нельзя игнорировать тот факт, что экономика знаний обладает обширной материальной инфраструктурой и что значительная доля электронного мусора экспортируется Глобальным Севером в страны Глобального Юга для переработки, сопряженной с образованием токсичных отходов. Мы только сейчас начинаем осознавать последствия постоянного ускорения технических инноваций. В целом, несмотря на имеющиеся научные доказательства необходимости принимать во внимание климатические изменения и максимально сокращать выбросы углекислого газа, многие государства до сих пор настаивают на собственных исключительных обстоятельствах; другие не могут отказаться от грез об изобилии. А именно мечты об изобилии и неограниченном потреблении привели человечество на грань исчезновения.

В завершение своей статьи Фезерстоун намечает потенциальные сценарии будущего культуры потребления.

1. Продолжающееся потребление; доминирование прагматических интересов и краткосрочного планирования; «бизнес как обычно».

2. Поиск альтернатив: сокращение потребления, консервация, инвайронментализм. Для реализации данных перспектив необходима демократическая космополитанизация в стиле Ульриха Бека [Beck, 2002], которая объединила бы сторонников подобных взглядов по всему свету. Новая этика должна стать частью образовательной политики в разных странах мира. В настоящее же время экологический активизм и зеленые партии в основном пользуются поддержкой населения таких стран, как Германия, Швеция, Новая Зеландия (которые не относятся к крупнейшим загрязнителям).

Интернет может способствовать эмпауэрменту различных групп, однако в нем легко распространяются фейки и может быть сложно донести до аудитории в том числе и научно обоснованную и этически оправданную информацию.

3. Глобальное государство (федеративного типа) и мировое правительство, которое обладало бы достаточными полномочиями, чтобы привлечь к ответственности фирмы, организации и целые страны, не снижающие выбросы в атмосферу и не сокращающие потребление. На данный момент эта перспектива существует в виде различных проектов, реализуемость которых пока никак не подтверждена.

4. Постнеолиберализм. В настоящее время сверхбогатые по всему свету живут будто в своем собственном мире, и требование сократить потребление отразится прежде всего не на них, а на бедных и средних классах. Богатые всецело вовлечены в неолиберальную экономику, и она зависит от их сверхпотребления. Подобный образ жизни не способствует преодолению существующих негативных экономических и экологических тенденций.

5. Щедрость, дары и общая экономика. По Жоржу Батаю, роскошь, индивидуальное накопление исключительно дорогих эксклюзивных товаров усугубляет социальное неравенство и провоцирует социальные проблемы [Bataille, 1988]. На другом полюсе находится общая экономика (совместное пользование товарами, обмен, дарение). Маурицио Ладзарато считает важным периодически списывать личные и национальные долги, провоцируемые неолиберальной экономикой, с тем чтобы постепенно переориентировать экономику на иные приоритеты [Lazzarato, 2012].

6. Стремление к счастью. Счастье, построенное на роскоши, эфемерно. Если индивиды будут делиться и помогать друг другу, в обществе повысится уровень социальной солидарности и равенства. Не всех убедят христианские постулаты, однако, как утверждает Фезерстоун, в пользу сокращения личных накоплений и повышения налогов для богатых и сверхбогатых существуют и прагматические социальные аргументы. В частности, с ростом материального расслоения в обществе замедляется экономический рост. В пример автор приводит периоды после Позолоченного века в США, после Прекрасной эпохи в Европе и начиная с 1970-х годов по всему миру. В заключение Фезерстоун замечает, что даже призывы к даун-

шифтингу, простой жизни, творчеству и приключениям могут быть красиво упакованы и проданы как часть все той же привычной потребительской культуры: за ее пределы нелегко выбраться.

Джордж Ритцер (Мэрилендский университет в Колледж-Парке, США) и Пьерджорджо Дельи Эспости (Болонский университет, Италия) посвящают свою статью последним тенденциям в исследованиях феномена просьюмеризма [Ritzer, Degli, Esposti, 2020]. Согласно авторам, производства отдельно от потребления никогда не существовало, но в цифровую эпоху граница между этими явлениями стала практически неразличимой. Поэтому современный капитализм они называют просьюмеристским, что дополняет представления о нем как о явлении цифровом и платформенном.

Разные авторы обозначают феномены, близкие просьюмеризму, как «производство-потребление», «активное потребление», «совместное производство», «профессионализм-любительство» и др. [ibid., p. 352–353]. С начала XXI в., отмечают Ритцер и Дельи Эспости, интерес к данным явлениям неуклонно растет, в том числе среди исследователей, в связи с развитием новых технологий, расширением онлайн-шопинга и дальнейшим ростом популярности фастфуда. По Джереми Рифкину, цифровая эпоха принесла с собой новую идею, согласно которой многие товары и услуги можно получить бесплатно или практически бесплатно, что стимулирует относительно независимое потребление и развитие долевой экономики [Rifkin, 2015]. Например, индивиды и компании могут производить и использовать собственную электроэнергию, в обход коммунальных предприятий.

По утверждению авторов статьи, стоит говорить не о производстве и потреблении, а о разных степенях просьюмеризма, тяготеющих к тому или другому полюсу. Фабрика ближе к производству, ресторан быстрого питания – к потреблению, а магазин IKEA находится скорее в центре этого континуума. В определенном смысле сегодняшний просьюмеризм в Интернете может рассматриваться как возвращение к предсовременному состоянию, когда еще не было введено данное различие. Нынешний момент является лишь новым этапом просьюмеристского развития. Даже не желая того, люди вынуждены быть просьюмерами, когда делают покупки в супермаркете, обедают в McDonald's и пользуются

Интернетом. Индивиды сейчас бесплатно делают немалую часть работы оплачиваемых работников, что позволяет компаниям снижать расходы и повышать собственную прибыль. Традиционные производства также стимулируют просьюмеризм, активно практикуя автоматизацию, роботизацию и краудсорсинг. Со своей стороны индивиды благодаря совершенствованию 3D-принтеров и других подобных технологий вскоре смогут производить, прежде всего для собственных нужд, многое из того, для чего пока требуется профессиональное промышленное производство. Еще одной формой просьюмеризма является безвозмездное предоставление индивидами личных данных, в первую очередь в Интернете, – информации, используемой платформами для повышения прибыли.

Согласно Карлу Марксу, промышленный капитализм основан на эксплуатации пролетариата [Marx, 1967]. В свою очередь, потребительский капитал, указывают Ритцер и Дельи Эспости, – это вдвойне эксплуататорская экономическая система, поскольку она эксплуатирует и работников, и потребителей. Наконец, при просьюмеристском капитализме образуется синергетический эксплуататорский эффект, ведь просьюмеры эксплуатируются и офлайн, и онлайн, а значит, практически повсюду и круглосуточно.

Иногда можно услышать контраргумент: просьюмеры не ощущают эксплуатации, они добровольно работают безвозмездно, в частности в Интернете, поскольку полагают, что и сами бесплатно либо недорого получают доступ ко многим услугам. В магазине многие пользуются кассами самообслуживания по собственным мотивам: одни не любят стоять в очередях или хотят быстрее совершить покупку, для других это своего рода игра или приключение. Но они не получают за свою работу никакого материального вознаграждения (в том числе в виде скидки на товары), а это соответствует определению эксплуатации. Не говоря уже о том, что благодаря этой безвозмездной работе ретейлеры, владельцы ресторанов, интернет-сайтов и др. получают прибыль, которой не делятся с такими «работниками». Помимо отсутствия оплаты просьюмеры не получают никаких иных выгод (страхование и пр.); их права нигде не прописаны и, соответственно, никак не защищаются. Для работы они часто используют собственные ресурсы (например, обустроивая домашний офис, оплачивая доступ в Интернет, электричество и пр.).

При этом просьюмеры перенимают все больше различных занятий. Так, блогеры сменяют журналистов и в большинстве своем, за исключением наиболее успешных, получают за свою работу достаточно скромную плату. Тем самым просьюмеры представляют собой угрозу профессиональным работникам. Более оптимистичная перспектива сопряжена с некоммерческими проектами вроде Википедии, в рамках которых индивиды действительно сами и производят, и потребляют, что способствует эмпауэрменту, а не эксплуатации. Однако, по мнению Ритцера и Дельи Эспости, большинству просьюмеров, погруженных в современную (цифровую) культуру, будет сложно признать факт собственной эксплуатации, а капиталисты не смогут отказаться от прибыли и, соответственно, эксплуатации просьюмеров.

Немецкий журнал «Haushalt in Bildung & Forschung» исследует вопросы повседневного потребления. В последние годы тематические номера журнала были посвящены таким вопросам, как потребление в обществе постмодерна, потребление в цифровом мире и др. Кирстен Шлегель-Маттис (Падеборнский университет, ФРГ) рассматривает потребление, питание и здоровье в качестве ведущих сфер образа жизни и повседневности индивида [Schlegel-Matthies, 2018].

Согласно автору, данные сферы в процессе становления современного общества потребления, социоэкономической глобализации, индивидуализации, плюрализации и цифровизации обществ претерпели наиболее существенные изменения. При этом потребление видится ей центральной организующей областью, а питание и здоровье согласуются с ним в качестве важнейших сфер деятельности и определяющих факторов образа жизни. Автономия и самоопределение становятся «новыми» ценностными ориентациями; они означают наличие поведенческих альтернатив, но в то же время индивид должен выбирать из большого числа конкурирующих способов организации собственной жизни. Прислушиваясь к общественным дискуссиям, индивид и члены его семьи составляют собственные представления о том, что такое «хорошая» или «успешная» жизнь, что является «правильным» питанием и «хорошим» здоровьем. Эти представления вкупе с имеющимися ресурсами формируют их образ жизни. При выборе той или иной альтернативы всегда существует риск принять неудачное решение,

что подчеркивает индивидуальную ответственность человека в современном обществе.

Одной из наиболее популярных тем общественных дискуссий, в частности в Германии, является устойчивое и «этичное» потребление, которое должно содействовать устойчивому развитию общества и способствовать снижению заболеваемости населения (за счет выбора «правильных» продуктов питания, занятий спортом и в целом здорового образа жизни), а значит, и уменьшению расходов системы здравоохранения. При этом о таких (оказывающих противоположное действие) факторах, как загрязненная окружающая среда, стресс на работе, глобализированное промышленное производство, говорят меньше. Рынок отвечает на общественный запрос, предлагая продукты для здорового питания, одежду из натуральных материалов и др.

Образ жизни автор описывает как работу, поскольку, например, домашняя работа сейчас включает в себя планирование, выбор товаров, заказ / покупку, сортировку, приготовление / использование, сортировку мусора. При покупке в Интернете этап планирования, выбора, поиска информации может составлять основную часть процесса приобретения товара. Необходимо приложить усилия, чтобы, основываясь на разных критериях, выбрать продукты (состав, местное / неместное, промышленное / фермерское производство), одежду (материал, где произведено, применяется ли этой стране незаконный труд), место для отдыха (где расположено, каким видом транспорта добираться). Для того чтобы во всем этом разобраться, могут потребоваться в том числе и специальные знания. При этом основная часть домашней работы, будь то традиционная или «новая» работа, по-прежнему выполняется женщинами.

Индивидуальный образ жизни, как показывает автор, представляет собой результат динамичного взаимодействия между государством, бизнесом, гражданским обществом и частными домохозяйствами. То, как в той или иной стране организованы социальные услуги, существенно влияет на частную жизнь. Так, в Германии с конца XIX в. медицинское обслуживание и пенсионное обеспечение были прерогативой государства. Однако в последние годы, в процессе неолиберальной приватизации, ответственность за оказание медицинских услуг и организацию долгосрочного ухो-

да, а также пенсионное страхование была частично переложена на частный сектор. Государство обеспечивает правовую базу и создает инфраструктуру. Вывоз мусора, водопровод, газопровод, электричество, телекоммуникации, почтовая служба, общественный транспорт служат примерами коллективных услуг, приносящих пользу каждому индивиду. К таким коллективным выгодам относятся также государственные больницы, дома для престарелых, детские сады, школы, музеи, досуговые центры. Многие из подобных услуг финансируются государством, но непосредственно оказываются местными церквями, некоммерческими организациями и пр., в чем автор видит проявление принципа субсидиарности (при котором основные полномочия передаются местным органам власти и организациям, а центральная власть выполняет вспомогательные – субсидиарные – функции).

Свою роль в индивидуальном образе жизни играет и рынок. В XIX в. большинство товаров все еще производилось в частных домохозяйствах (семьи сами пекли хлеб, заготавливали консервы, держали скот, шили одежду). В обществе потребления ситуация радикально изменилась. Однако массовое производство и глобализация оказались сопряжены с многочисленными социальноэкономическими и экологическими проблемами.

Центральное место в формировании жизненных стилей принадлежит частным домохозяйствам. Они выполняют ряд важных общественных функций, а именно: обеспечивают существование общества посредством рождения и воспитания детей (генеративная функция); прививают членам семьи ценности, нормы и образцы поведения, в частности практик «правильного» питания и др. (функция социализации); поддерживают здоровье за счет организации режима дня, работы по дому и пр. (функция регенерации); обеспечивают рынок рабочей силой и гарантируют спрос на потребительские товары (экономическая функция); культивируют стили жизни и устойчивое развитие (экологическая функция); содействуют образованию сообществ и организаций гражданского общества (политическая функция); создают и используют ресурсы с целью сохранения места обитания для себя и следующего поколения (функция физического и социального позиционирования).

Наряду с государством и рынком в последние годы повышается значение организаций гражданского общества, среди кото-

рых, например, ассоциации потребителей, арендаторов или застрахованных лиц. Такие организации консультируют, обучают, оказывают юридическую поддержку, при необходимости представляют интересы своих членов в суде и пр. В итоге они повышают независимость индивидов и членов домохозяйств.

В целом данное исследование показывает, что все четыре элемента, формирующие образ жизни, постоянно изменяются и изменение одной составляющей меняет всю систему. Требования к повседневной жизни индивидов отражают эти изменения. Люди ощущают все большую ответственность за решения, которые они принимают в отношении собственности жизни и жизни окружающих. Это касается, в частности, страхования жизни и страхования в области долгосрочного ухода, выбора товаров и услуг и пр. Члены домохозяйств решают, в какой мере им необходима помощь третьих лиц для осуществления тех или иных задач. Вместе с тем индивидуальные стили жизни оказывают влияние на государственные организации (так появились, скажем, школы полного дня и ясли для детей работающих родителей) и рыночные решения (от товаров для одиноко проживающих до общей или долевого эконо-мики). При этом нельзя забывать, отмечает Шлегель-Маттис, что растущее благосостояние, в частности немецких домохозяйств, подчас обеспечивается за счет низкого уровня жизни в других частях света, а также тот факт, что в том числе и в Германии женский труд по-прежнему остается недооценен: хотя вклад женщин в жизнь и функционирование домохозяйств несоизмеримо выше, их средний доход по-прежнему значительно ниже, чем у мужчин. В целом же индивидуальный образ жизни находится в неразрывной взаимосвязи и постоянном взаимодействии с экономикой и обществом, и область напряжения между самоопределением и ответственностью носит одновременно индивидуальный и социальный характер.

Данный обзор продемонстрировал разные стороны современных практик потребления и их различные концептуализации. Разные авторы рассматривают настоящий момент как новый, цифровой, этап в развитии обществ и глобальной экономики. При этом ряд исследователей подчеркивают возросшую ответственность потребителей за принимаемые ими решения, а также глобальные риски, сопряженные с неограниченным потреблением.

Список литературы

- Bataille G.* The accursed share. – New York : Zone books, 1988. – Vol. 1. – 197 p.
- Baudrillard J.* Simulations. – New York : Semiotext (e), 1983. – 159 p.
- Beck U.* The cosmopolitan society and its enemies // Theory, culture & society. – 2002. – Vol. 19, N 1/2. – P. 17–44.
- Crary J.* 24/7: terminal capitalism and the ends of sleep. – London : Verso books, 2013. – 133 p.
- Featherstone M.* Automobilities : an introduction // Theory, culture & society. – 2004. – Vol. 21, N 4/5. – P. 1–24.
- Featherstone M.* Consumer culture and its futures : dreams and consequences : introduction // Approaching consumer culture : global flows and local contexts / ed. by E. Krasteva-Blagoeva. – Cham : Springer, 2018. – P. 1–46.
- Foucault M.* The birth of biopolitics : lectures at the College de France, 1978–1979. – Houndsmills : Palgrave Macmillan, 2008. – XVII, 346 p.
- Gill R., Pratt A.* In the social factory? Immaterial labour, precariousness and cultural work // Theory, culture & society. – 2008. – Vol. 25, N 7/8. – P. 1–30.
- Ivanova M.N.* Consumerism and the crisis : wither «the American dream» // Critical sociology. – 2011. – Vol. 37, N 3. – P. 329–350.
- Lazzarato M.* The making of the indebted man : essay on the neoliberal condition. – Cambridge (MA) : MIT press, 2012. – 199 p.
- Marx K.* Capital : a critique of political economy. – New York : International publishers, 1967. – Vol. 1. – 807 p. – 1st ed. 1867.
- Rifkin J.* Zero marginal cost society : the internet of things, collaborative commons and the eclipse of capitalism. – New York : St. Martin's press, 2015. – 356 p.
- Ritzer G.* Prosumption : evolution, revolution or eternal return of the same? // J. of consumer culture. – 2014. – Vol. 14, N 1. – P. 3–24.
- Ritzer G., Degli Esposti P.* The increasing centrality of prosumption in the digital capitalist economy // Österreichische Zeitschrift für Soziologie. – 2020. – Vol. 45, N 3. – P. 351–369.
- Schlegel-Matthies K.* Konsum, Ernährung und Gesundheit als zentrale Handlungsfelder für die alltägliche Lebensführung // Haushalt in Bildung & Forschung. – 2018. – Jg. 7, H. 3. – S. 3–17.
- Serres M.* The parasite. – Baltimore (MD) ; London : John Hopkins univ. press, 1982. – X, 255 p.
- Sombart W.* Luxury and capitalism. – Ann Arbor : Michigan univ. press, 1967. – XXXII, 200 p.
- Toffler A.* The third wave. – New York : Bantam, 1980. – XV, 537 p.
- Weber M.* General economic history. – New Brunswick (NJ) : Transaction books, 1981. – LXXXIII, 401 p.