

2. Егорова-Гантман, Е., Плешаков, К. Политическая реклама / Е. Егорова-Гантман, К. Плешаков // М.: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999.
3. Ефимов, Е. Г., Кузнецов, А. А. Виды кризисного потенциала социальных сетей как региональных социально-экономических систем / Е.Г. Ефимов, А.А. Кузнецов // Волгоград: ФГОУ ВПО ВАГС, 2011. — С. 144-145.
4. Морозов, Е. Интернет как иллюзия. Обратная сторона сети. / Е. Морозов // М.: АСТ: CORPUS, 2014.
5. Хрестоматия по психологии и психоанализу власти. Т.1-2 / ред.-сост. Д. Я. Райгородский — Самара: Бахрах, 1999.
6. Фрейд, З. Будущее одной иллюзии / З. Фрейд // Вопросы философии.- 1988. - № 8.- С. 132–160.
7. Фромм, Э. Бегство от свободы / Э. Фромм.— М.: АСТ Москва, 2009.
8. Фромм, Э. Психоанализ и религия / Э. Фромм // Сумерки богов / Ф. Ницше, З. Фрейд, Э. Фромм, А. Камю, Ж. П. Сартр. — Москва: Политиздат, 1990.
9. Botsman, R. Who Can You Trust?: How Technology Brought Us Together and Why It Could Drive Us Apart / R. Botsman // PublicAff airs.- 2018.

<http://edoc.bseu.by/>

Л.О. Ворошуха, профессор
ljuba17@yahoo.com
ИПС РБ (Минск)

Л.О. Ворошуха. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ПОСТМАТЕРИАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Экономический рост является важнейшей составляющей развития современной цивилизации. Материально-экономическое развитие является приоритетом как для обществ, уже вступивших в постиндустриальную фазу, так и для большого количества стран, заимствовавших индустриально-капиталистическую модель развития у западного мира. При экономической интерпретации роста последний, как правило, увязывается с показателями ВВП, который при капиталистическом способе производства традиционно выступал в качестве основного индикатора материального благополучия общества. Стремление к получению прибыли как главный мотив капиталистического общества привело к абсолютизации экономического роста в западной культуре.

В то же время в современном социогуманитарном дискурсе, вследствие выделения экономической теории в самостоятельную область

знания, экономические процессы стали рассматриваться вне связи с другими сферами общественной жизни. Это привело к парадоксальной ситуации, когда экономика, будучи основой жизнедеятельности любого общества, зачастую полагается как сфера, существующая по своим собственным законам. Вероятно, поэтому анализ экономического роста практически полностью отдан на откуп экономистам. В то же время, экономический рост является смысловым ядром индустриальной цивилизации, поэтому его следует рассматривать как социокультурный феномен.

Интерпретации роста как социокультурного феномена, генетически связанного с индустриальной цивилизацией, можно обнаружить в ряде исследований; в этих работах рост понимается как определённая характеристика сознания индустриального общества (М. Букчин, И. Валлерстайн, Э. Ласло). Американский философ и эколог М. Букчин отмечает, что рост, будучи изначально феноменом западной культуры, сыграл роковую роль в судьбе всей цивилизации, поскольку «в обществах, основанных на рыночной экономике (корпоративного типа – на Западе, бюрократического – на Востоке), сама конкуренция задаёт необходимость роста, тем самым постоянно актуализируя кредо “Рост либо смерть!”» [1, с. 21]. Возникнув в рамках капиталистического способа производства и изначально понимавшийся как накопление капитала, рост, инициируя конкуренцию и стимулируя спрос, связан с постоянно возрастающим потреблением ресурсов во всех их формах. По мере удовлетворения базовых потребностей, а также становления массового общества, рост становится своеобразной ментально-психологической характеристикой индустриальной цивилизации.

Следует отметить, что «одержимость ростом» западной цивилизации (М. Букчин) во многом подпитывалась социал-дарвинистским мифом, согласно которому жизнь – это борьба за выживание, и в обществе успех гарантирован тому, кто оказался более приспособленным и выиграл битву за ресурсы – социальные, экономические, природные. При этом, в отличие от биологического мира, в социальной реальности способность адаптироваться определяется не генетической программой, а такими субъективными чертами как сообразительность, активность, предприимчивость [2, с. 69]. В обществе, основанном на рыночной экономике, даже личностное развитие начинает пониматься в категориях роста (М. Букчин), а все виды человеческой деятельности подвергаются коммодификации (И. Валлерстайн, Г. Рормозер).

Рыночный аспект роста заключается в его обусловленности спросом постоянно растущего населения, а также конкуренцией, возникающей на основе стремления производителей товаров и услуг непрерывно расширять спектр предложения. Капиталистический способ производства, основанный на концепции перманентного роста, на стадии зрелости переориентирующийся с накопления капитала на расточительство,

способствует тому, что ключевой мировоззренческой установкой эпохи индустриализма становится убежденность в том, что благополучие человека напрямую коррелирует с его потребительскими возможностями.

Такая логика явилась благодатной почвой для формирования в культуре зрелого индустриализма новой формы общественных отношений, в которых ключевую роль играет индивидуальное потребление, опосредуемое рынком. В современном социогуманитарном знании данный феномен получил название «общество потребления». Феномен общества потребления, специфика характеризующих его взаимосвязей и взаимоотношений, а также механизмы его функционирования анализируются во многих философских работах, в первую очередь, З. Баумана и Ж. Бодрийяра. Также следует отметить, что тема потребительства и общества потребления достаточно активно осваивается визуальным искусством, современной художественной литературой и публицистикой, что не только свидетельствует об актуальности данной проблемы, но также указывает на ярко выраженную интенцию современных интеллектуалов к деструкции подобной культурной модели.

Важно отметить, что явление общества потребления хронологически не совпадает с индустриальной цивилизацией. Как считает З. Бауман, данный социокультурный феномен возникает на стыке двух эпох – индустриализма и постиндустриализма. По мнению исследователя, для индустриального этапа, особенно на его ранней стадии, в большей мере свойственен тип общества производства [3, с. 116]. Данное различие основано на том типе человека, который в контексте конкретной общественной структуры оказывается наиболее востребованным: в период раннего индустриализма обществу нужен работник-производитель, на этапе зрелого индустриализма и при переходе к постиндустриализму – потребитель. Данная дифференциация вовсе не означает того, что человек в предшествующие времена не потреблял; на современном этапе развития общества радикальным образом меняется сам характер потребления. Общество потребления складывается тогда, когда насыщение базовых потребностей (ранний индустриализм) сменяется сначала потреблением роскоши (развитой индустриализм), а затем вытесняется удовлетворением искусственно создаваемых, «фиктивных» потребностей (начиная с 80-х гг.) [3, с. 84 - 85].

Представляется необходимым остановиться на некоторых существенных характеристиках общества потребления. Во-первых, массовое индивидуальное потребление невозможно без массового производства, позволяющего втянуть в процесс активного потребления абсолютное большинство населения. При этом само потребление утрачивает связь с удовлетворением базовых потребностей, становясь способом конструирования своей индивидуальности; на данный спрос рынок отвечает производством символов различия (Ж. Бодрийяр).

Важным механизмом поддержания экономического роста в обществе потребления выступает не только производство вещей, но и их как можно более быстрое уничтожение, выступающее залогом возникновения новых потребностей [4, с. 51]. Во-вторых, небывалое значение в современных экономических системах приобретает маркетинг, необходимость в котором возникает в тот момент, когда происходит насыщение рынка, а возможности производства начинают существенно опережать возможности потребления. Вследствие этого, потенциальный потребитель определяется до фактического производства товара или услуги. И наконец, на стадии зрелого индустриализма мещанская культура, сутью которой было накопление и сбережение, вытесняется консюмеризмом – особой формой потребительства, опирающегося на расточительство. Консюмеризм выступает в качестве ключевой характеристики надындивидуальной духовной реальности общества потребления, в котором происходит смена протестантской модели накопления капитала установкой на расточительство, предполагающее траты сейчас и опору на кредит.

Проблема потребления является чрезвычайно актуальным вопросом в современных исследованиях, посвящённых социально-экологическим проблемам. Э. Ласло её суть сформулировал следующим образом: «Проблема заключается не только в том, что с каждым днём потребителей становится больше, но также и в том, что в среднем и потребляют они всё больше и больше» [2, с. 68 – 71]. Если обратиться к текстам теоретиков общества потребления, то становится очевидно, что данная модель апплицируется преимущественно к высокоразвитым современным обществам, успешно завершившим индустриальную стадию своего развития [4; 5]. Кстати, именно это обстоятельство зачастую даёт повод к тому, чтобы эту часть современного мира рассматривать как основного виновника социально-экологических проблем. Следует отметить, что переход от индустриализма к постиндустриализму связан не столько с преодолением определённого временного рубежа, но прежде всего с кардинальными изменениями как институционального, так и ценностно-мировоззренческого характера [6].

Первые попытки ревизии идеала потребительского общества на Западе имели место уже в конце 60-х – начале 70-х гг. По мере назревания глобальных проблем и всё большего осознания пределов роста этот тренд отчетливо обнаруживает себя в высокоразвитых обществах, вызывая существенные трансформации в присущей им культуре потребления. В русле данных тенденций в постиндустриальной культуре складывается новый тип человека, способного противостоять соблазнам общества потребления. Данный тип обозначен как «постматериалист» (Р. Инглхарт, Х. Гесер) или «культурный креатив» (Э. Ласло). Э. Ласло, апеллируя к проводившемуся в 90-е гг. в США исследованию, отмечает, что если около половины американцев были определены как «модерны», т.е.

типичные представители общества потребления, то «культурные креативы» составляли 23,4 % американского общества, и наблюдалась тенденция к увеличению их численности [2, с. 127 – 133]. По определению Э. Ласло, ключевой характеристикой данного культурного типа является холизм: «Он проявляется в предпочтении, отдаваемой ими натуральной пище, в заботе о здоровье, в целостности внутреннего опыта, системности представлений, в сбалансированности работы и отдыха, потребления насущной пищи и духовной. Они стремятся построить такую систему личных ценностей и поведения в обществе, которая помогла бы произвести сдвиг в господствующей культуре за пределы фрагментарного и механистического мира модернов» [2, с. 132].

Достаточно интересным представляется вопрос механизма подобного «сдвига». В данной ситуации вполне эвристичным представляется подход современных социологов Р. Инглхарта и К. Вельцеля, сформулированный ими в рамках концепции межгенерационных изменений. Анализируя динамику ценностей индустриального общества, исследователи выявили наличие устойчивых корреляций между уровнем материально-экономического развития общества и доминирующей в нём системой ценностей, изменения которых, в свою очередь, обуславливают целый ряд трансформаций в культуре современных обществ [7]. Следуя логике исследователей, повышение уровня материального развития и благосостояния общества, достигаемое посредством модернизации, порождает у его членов чувство экзистенциальной безопасности. В результате у многих людей исчезает необходимость в постоянной заботе о физическом выживании и удовлетворении базовых материальных потребностей. Эта трансформация в перспективе ведёт к тому, что в смысложизненных ориентациях обществ постиндустриального типа ценности материального успеха и культ обладания вещами (собственностью) девальвируются, уступая место идеалам индивидуализма и свободы выбора, обуславливая «восхождение ценностей постмодерна» [7, с. 204]. Р. Инглхарт отмечает: «Место экономических достижений как высшего приоритета в настоящее время в обществе постмодерна занимает всё большее акцентирование качества жизни» [6, с. 16]. Массовое сознание всё больше обращается к вопросам, которые в контексте рассматриваемой проблематики следует обозначить как «постматериальные», а именно: экологические проблемы, феминистская повестка, права человека, проблемы свободы и демократии, реализация потребности людей в политическом участии.

Таким образом, экономический рост следует понимать как многоаспектный феномен, и, соответственно рассматривать не только в терминах увеличения объёма производства товаров и услуг, но также как фактор, который оказывает мощное влияние на социокультурную динамику современности. Экономический рост, будучи ядром индустриальной цивилизации, стал базисом для формирования общества

потребления, а также явился, по сути, ментальной установкой этой цивилизации. В то же время, в процессе перехода к постиндустриальному обществу, экономический рост, позволяющий сообществам обеспечить состояние «экзистенциальной безопасности», тем самым способствует формированию постматериальной культуры, базирующейся на такой системе ценностей, в которой ценности богатства и обладания символами различия утрачивают свой доминирующий статус.

Список источников

1. Bookchin, M. Death of a small planet: It's growth that's killing us / M. Bookchin // The Progressive Journal. – 1989. – № 8. – P. 19 – 23.
2. Ласло, Э. Макросдвиг: к устойчивости мира курсом перемен / Э. Ласло ; предисл. А. Ч. Кларка ; пер. с англ. Ю.А. Данилова. – М. : Тайдекс Ко, 2004. – 207 с.
3. Бауман, З. Текущая современность / З. Бауман. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер : Питер Пресс, 2008. – 238 с.
4. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр. – Москва : Культурная революция : Республика, 2006. – 268 с.
5. Бауман, З. Глобализация. Последствия для человека и общества / З. Бауман. – Пер. с англ. М.Л. Коробочкина. – М. : Издательство «Весь Мир», 2004. – 188 с.
6. Инглхарт, Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества / Р. Инглхарт // Полис. – 1997. - № 4. – С. 6 – 32.
7. Инглхарт, Р. Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития / Р. Инглхарт, К. Вельцель. – М. : Новое издательство, 2011. – 462 с.

<http://edoc.bseu.by/>

В.Д. Доронина, студент
doronina.1995@mail.ru

Витебский филиал «Международного университета «МИТСО» (Витебск)

В.Д. Доронина. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОСВОБОЖДЕНИЯ ОТ УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Во все времена главным средством борьбы с преступностью были карательные меры, среди которых решающая роль отводилась наказанию. В последнее десятилетие принцип гуманизма как никогда глубоко проник в сферу уголовно-правовых отношений. В результате в уголовном законодательстве многих стран все большую популярность приобрел институт освобождения от уголовной ответственности, посредством