

Потребность в безопасности «человека потребляющего»: способы удовлетворения

Д.В. Томбу

Создатель известной пирамиды потребностей А.Г. Маслоу проявление потребности в безопасности видел в стремлении человека жить в стабильном, организованном, предсказуемом мире, где действуют раз и навсегда установленные правила и порядки, где исключены неожиданности и хаос, где у ребенка есть сильные родители, защитники, оберегающие его¹. В мире взрослых функции защиты и обеспечения безопасности реализуют различные общественные институты. И прежде всего государство, обеспечивающее закон и порядок, стабильность, спасение от страхов и хаоса в самых разных чрезвычайных ситуациях: войны, теракты, наводнения, землетрясения, общественные беспорядки и тому подобное. Помимо потребности в физической безопасности, существует не менее важная потребность — в безопасности социальной. Это выражается в стремлении иметь стабильную занятость, социальные гарантии (здравоохранение, образование, пенсионное обеспечение), банковский счет; а также в различных видах страхования.

Чувство защищенности складывается из удовлетворения потребности как в **общественной безопасности** (государственной, финансовой, продовольственной в масштабах страны), так и в личной. Удовлетворение первой — одно из очевидных условий выживания социума. Со способами решения проблем личной безопасности все не так однозначно.

Потребность в разных видах и формах безопасности существует на всех этапах развития человечества, однако именно в современных обществах она приобретает статус национальной (и даже транснациональной) идеи. Объективные основания этой отличительной черты современности подробно описаны в рамках теории социологии риска. О.Н. Яницкий в своей работе говорит о превращении безопасности в нормативный идеал современного общества, социальный проект которого имеет ярко выраженный защитный характер². В повседневной жизни современного человека обнаруживается все больше действий, мотивированных поиском защиты от всего и вся. Причем санкционированный обществом алгоритм этих действий, как правило, сводится к акту покупки. Почему это происходит, каковы последствия, хорошо это или плохо и чего здесь больше — экономики или политики? Для того чтобы попытаться

¹ Маслоу А.Г. Мотивация и Личность // http://www.bim-bad.ru/docs/maslow_motivation_and_personality.pdf (дата обращения: 03.02.15).

² Яницкий О.Н. Социология риска. М.: LVS, 2003. С. 5.

ответить на эти вопросы, на наш взгляд, необходимо учесть следующие принципиальные моменты.

Во-первых, опосредованность большинства страхов культурой конкретной общественной модели. Человек приходит в «готовый мир» и начинает бояться того, чего в нем принято бояться. Человек по своей природе довольно слабо приспособлен к окружающей среде, он жизненно нуждается в себе подобных, и только в кооперации с ними может обезопасить себя от внешних угроз, заодно защитив остальных, создавая условную территорию безопасности. С течением времени эти формы кооперации и средства защиты как и «зоны безопасности» становятся все сложнее, и для того чтобы их воспроизводить, общество сообщает каждому своему новому члену о существующих или могущих возникнуть опасностях, прививает ему потребность в безопасности и, конечно же, формы и пути ее удовлетворения. Здесь целесообразно упомянуть, что управление обществом на протяжении всей истории человечества осуществляется правящей элитой, принимающей все важные решения, в том числе и относительно страхов: кого и чего следует или, напротив, не надо бояться. Отдельные страны, социальные общности и группы извлекают прибыль из производства «опасностей» и пользуются производимыми благами, другие подвергаются их воздействию. Сегодня можно с уверенностью утверждать, что возникает новая расстановка политических сил в обществе, в основе которой — борьба за определение того, что опасно, а что нет. Возникающие при этом в обществе нестабильность, тревожность, недоверие заставляют искать точку опоры в виде «твердой руки», не исключающей, по мнению О. Яницкого, возврата к прошлому, в том числе авторитарному и тоталитарному³.

Во-вторых, процессы, отличающие современный этап развития капиталистической экономики, объективно обусловлены поиском возможностей как для развития традиционных производств и отраслей, так и для создания новых в условиях товарного перепроизводства и перепотребления. В этих обстоятельствах формирование «новых» потребностей становится не просто конкурентным преимуществом производителя или условием его выживания на рынке, а позволяет сохранить саму систему капитализма. Однако социум устойчив прежде всего благодаря неизменности наших потребностей, и ставка в производстве товаров и услуг на потребность в безопасности всегда будет беспроигрышной. Поэтому культурное нормирование в обществе потребления во многом представляет собой бесконечное культивирование страхов и демонстрацию всевозможных опасностей как потенциальных, так и уже причинивших вред. Здоровье, имущество, финансы, информация, окружающая среда, технические средства и приспособления, конкурентоспособность, даже отношения с близкими и несовершенство собственного тела — буквально все таит угрозу или нуждается в защите. И «рынок» спешит на помощь. Сегодня одним из ведущих направлений развития рынка услуг является удовлетворение потребностей в безопасности, это практически составная часть любой сервисной деятельности (охрана личности и имущества, защита информации, медицинские, банковские, страховые и юридические услуги).

³ Яницкий О.Н. Указ. соч. С. 17–19.

И наконец, *в-третьих*, ни одно общество, не желает сохранения индивида, если он не разделяет его базовых ценностей. А потребление в современных обществах давно превратилось в законченную систему ценностей и тотальную организацию повседневной жизни⁴. Сегодняшний человек не просто потребляет, то есть удовлетворяет потребности, он этим восстанавливает прежде всего экономическую структуру общества. Поэтому появление на исторической арене нового социально-антропологического типа — «человека потребляющего» (*Homo Consumens*), чья онтологическая сущность проявляется в бесконечных потребительских практиках — вполне закономерно. «Человек потребляющий» — это метафора, указывающая как на высокую значимость роли потребления в жизни современного человека, так и на сложившуюся социальную реальность, обнажившую ряд негативных последствий тотального распространения потребительских идеалов⁵. Как следствие, все прежде совершенно различные виды деятельности (работа, природа, досуг, культура, семейная жизнь и даже избавление от страхов) свелись к бесконечному потреблению услуг, товаров, сертификатов.

Рассмотрим конкретный пример. Любой среднестатистический взрослый человек, в какой бы точке времени и пространства он ни проживал, воспринимает угрозу пожара как реальную, почти обыденную. В стремлении себя обезопасить от этой угрозы человек будет выглядеть сознательным и адекватным гражданином, совершенно не похожим на объект чьих бы то ни было манипуляций. Что же готово предложить ему современное общество, чтобы снять состояние тревоги по этому поводу? В первую очередь, конечно же, — страхование своего имущества. Затем — приобретение в личное пользование соответствующего помещению набора средств пожаротушения, установку специальной сигнализации. При строительстве дачи или ремонте квартиры — использование, несомненно, более дорогих, но безопасных негорючих материалов, покрытия, огнезащитных красок, пропиток и т. п. А еще одежду из невоспламеняющихся тканей и бесконечный ассортимент техники и всяких устройств, в которых противопожарная безопасность будет основной рекламируемой функцией и т. д. и т. п. В результате человек, несомненно, свою потребность в безопасности удовлетворит, причем без всяких усилий, через акт покупки. Потребляя, человек снимает внутренний и внешний дискомфорт. Но проблема заключается в том, что ощущение безопасности ей не равно. К тому же рынок при помощи институтов экспертизы и рекламы обязательно позаботится о том, чтобы чувство удовлетворенности надолго не задержалось, и уже завтра предложит новые «варианты спасения» в самых разных ценовых категориях. Капитализм устойчив не потому, что максимально эффективно удовлетворяет нужды людей, а потому что максимально эффективно их навязывает. Рассуждая об изменяющемся современном мире, важнейшее свойство которого — неопределенность. З. Бауман обращает внимание на «незнание целей вместо незнания средств» и, как следс-

⁴ Козлова Н. Социально-историческая антропология. М., Ключ-С, 1998. С. 176–177.

⁵ Лукьяненко В.И., Хабаров М.В., Лукьяненко А.В. *Homo Consumens* — человек потребляющий // Век глобализации. 2009. Вып. № 2 (4). С. 149.

твие, — на отсутствие основы для рационального поведения у современного человека, хаос, дополненный «контейнером возможностей», причем как еще не обнаруженных, так и уже упущенных. И самая нужная компетентность в современном мире — это компетентность неутомимого покупателя⁶.

Потребность в личной безопасности и бесконечные варианты ее удовлетворения, предлагаемые обществом потребления, во многом абсолютно искусственны. Они являются результатом огромного количества манипуляционных технологий, реализуемых в интересах дальнейшего развития капиталистической экономики самыми разными институтами, такими как СМИ, реклама, мода, экспертное мнение специалистов, социокультурные образцы массового искусства и т. п., последовательно трансформирующих социальное бытие современного человека.

Но справедливости ради нужно отметить, что то же современное общество, помимо целевых товаров и услуг, предлагает еще и систему норм и правил, возвращаясь к нашему примеру, — обучение пожарно-техническому минимуму или проведение противопожарных инструктажей. Однако эти формы удовлетворения потребности нуждаются в усилиях, удовольствия не доставляют и потому совсем не популярны, особенно в России, где ситуация усложняется низкой нормативной насыщенностью культуры в целом.

Нормативная насыщенность проявляется не только в количестве норм и требований общества к своим членам во всех областях их жизни и деятельности — труде, быте, семейных, межгрупповых, межличностных и других отношениях, но и в их соблюдении. Из европейских стран больше всего норм, правил, стандартов, законов, по единодушному мнению специалистов, существует в современной Германии. В конце находятся страны Восточной Европы, в том числе Россия⁷. Согласно статистике МЧС, количество пожаров составляет 152 638 единиц только за январь – декабрь 2014 г., при этом основными причинами являются: нарушение правил пожарной безопасности, нарушение правил монтажа и эксплуатации электрооборудования и бытовых электроприборов, нарушение технологических процессов производства и т. п.⁸ То есть каждый раз речь идет о нарушении норм и требований.

Очевидно, что структуры и организации, заинтересованные в том, чтобы безопасность продавалась, впрочем, как и те, что манипулируют, например, доктриной «лекарственного здоровья», никуда не денутся. Потребление способно стимулировать экономику лишь тогда, когда оно встроено в социальную организацию культуры, повседневной жизни, в частную и публичную сферы, когда происходит переформатирование индивидуальных потребительских систем в систему социокультурных смыслов общества⁹. Сами по себе пассивные средства

⁶ Бауман З. Текучая современность / пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. СПб: Питер, 2008.

⁷ Кравченко А.И. Культурология. М.: Академический проект, 2001.

⁸ Официальный сайт МЧС // <http://www.mchs.gov.ru/activities/stats/Pozhari/2014> (дата обращения: 03.05.15).

⁹ Козловский В.В. Общество потребления и цивилизационный порядок современности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. XIV. № 5 (58). С. 55.

безопасности, как и мнения экспертов (врачей, фармацевтов, продавцов-консультантов, страховых агентов и т. п.), необходимы, их наличие и роль несомненны, но недостаточны. Увлеченность советами, заканчивающимися всегда одним — призывом к приобретению, препятствует формированию активной, осмысленной позиции самого человека в обеспечении безопасности своей, своих близких, окружающей предметно-пространственной среды. Но, увы, это требует гораздо больше физических и умственных усилий, чем акт покупки: приобретения знаний и навыков, позволяющих сопротивляться постоянно нагнетаемой средствами массовой информации атмосферы напряженности и страхов, соблюдения общественных норм, личной ответственности — в общем, всего того, что все сложнее обнаружить в человеке потребляющем.

Список используемых источников

1. Бауман З. Текущая современность / пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. СПб: Питер, 2008. 240 с.
2. Козлова Н. Социально-историческая антропология. М.: Ключ-С, 1998. С. 176–177.
3. Козловский В.В. Общество потребления и цивилизационный порядок современности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. XIV. № 5 (58).
4. Кравченко А.И. Культурология. М.: Академический проект, 2001. 496 с.
5. Лукьяненко В.И., Хабаров М.В., Лукьяненко А.В. Homo Consumens — человек потребляющий // Век глобализации. 2009. Вып. № 2 (4).
6. Маслоу А.Г. Мотивация и Личность // http://www.bim-bad.ru/docs/maslow_motivation_and_personality.pdf (дата обращения: 03.02.15).
7. Яницкий О.Н. Социология риска. М.: LVS, 2003. 192 с.
8. <http://1000bankov.ru/news/id/1132> (дата обращения: 03.05.15).
9. Официальный сайт МЧС // <http://www.mchs.gov.ru/activities/stats/Pozhari/2014> (дата обращения: 03.05.15).