

Узунова Л.В.

УДК 398.3 (477.75) (091)

ТОЛЕРАНТНОСТЬ В МИРЕ КОНСЬЮМЕРИЗИРОВАННОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. В данной статье автор связывает главные проблемы отсутствия толерантности в мире консьюмеризированной культуры с моральным обликом современного человека-потребителя.

Ключевые слова: толерантность, консьюмеризм, мораль, духовная культура, социальная справедливость.

Анотація. В цій статті авторка поєднує головні проблеми відсутності толерантності в світі консьюмеризованої культури з моральними недоліками сучасної людини-споживача.

Ключові слова: толерантність, консумеризм, мораль, духовна культура, соціальна справедливість.

Summary. In the given article the author ties the main problems of the tolerance's absence in the sphere of the consumerism with the moral make-up of the modern user.

The purpose of the article is to conceptualize and identify particular scientific and spiritual development of modern society, associated with the lack of tolerance in the world of modern consumerized culture. The author emphasizes that intemperance and disorganization in the culture of the consumer society leads to increased social conflicts in the context of the economic crisis. The article provides the definitions of "zapping", "simulacrum" as something that makes no sense and content, the "postmaterialist" system of values, the diversity of concepts tolerance, culture, shopping, consumerization in a culture of postmodernism, a way to "ritual" in postmodern conditions, offers a relationship of consumerism, social morality of tolerance and universal human values. The author concludes that, in the global consumerized society the development of spiritual culture based on moral and ethical priorities and social justice almost impossible.

The author concludes that, in the global consumerized society the development of spiritual culture based on moral and ethical priorities and social justice almost impossible. Modern society, particularly in the former Soviet Union is not yet ready to think in a new way. Tolerance in the world culture is the new realities of global ethics in the context of globalization, requiring a high level of consciousness and morality of the world community.

Key words: tolerance, consumerism, moral, spiritual culture, social justice.

В условиях развития культуры независимого украинского государства на пороге нового тысячелетия происходят значительные изменения в сфере духовной культуры общества. Они связаны, прежде всего, с познанием европейских культурных ценностей и их влиянием на украинскую культуру, вхождением в нашу жизнь элементов культуры Востока, осознанием проблем мирового, глобального характера, формированием нового мировоззрения и философии жизни в основе которой – общечеловеческие ценности. Мы, наконец то, осознали, что живем в удивительном мире смешанных культур и традиций, и что, наше общество полиэтнично и поликультурно. Однако, нам никто не подарил методiku адаптации и правильного восприятия этого культурного мгообразия окружающего нас мира (как в лоне своего отечества так и в мировом масштабе), нам никто не давал рецептов правильного перехода от советской идеологии неприятия всего чужого для советского человека к культуре постсоветского пространства в условиях демократизации социума и плюрализма мнений. Даже новое поколение, рожденное в период становления культуры независимого украинского государства в условиях модернизации нашей культуры и информационного диссонанса ощущает потребность в реформационных процессах современной цивилизации, и не столько технологически, сколько в планетарном масштабе: человек-планета- космос. Отсюда – особый интерес ученых (философов, культурологов, психологов, социологов, этнологов и филологов и т.д.) к проблемам формирования современной личности и современного социума в условиях глобального кризиса. На современном этапе большинство проблем, возникающих в обществе и принимающих глобальный масштаб, вызвано стремительным развитием цивилизации под влиянием экономических факторов. Ещё Жан-Жак Руссо видел и в цивилизации, и в культуре много негативного, а посему выдвинул лозунг «Назад к природе!». Общество принимает всё более консьюмерный характер, уходя от моральных и этических ценностей, которые ещё пару веков назад были в силе, а сейчас практически отторгаются обществом.

Сохранить себя человеком в человеческом мире – одна из важнейших задач современного Homo Sapiens, которую выполнить всё сложнее и сложнее особенно в условиях индивидуализации, фрагментации мышления, синглизации, пермиссивности и консьюмеризма, возникших в результате глобализации. Проблема сохранения толерантности в условиях консьюмеризованного мира, в условиях развития культуры постмодернизма и техногенной цивилизации, в условиях глобальных проблем и экономического кризиса, является основной темой данной работы.

Цель статьи – научно осмыслить и определить особенности духовного развития современного общества, связанные с отсутствием толерантности в мире современной консьюмеризированной культуры.

Актуальность этой темы диктует сама жизнь, т.к. в последние годы всё большую роль играют товары, производство и потребление. Необузданность и неорганизованность в культуре потребительского общества приводит к обострению социальных конфликтов в условиях экономического кризиса. Под влиянием рекламно-информационного поля на сознание человека происходит превращение человека мыслящего в человека с сознанием **zapping** [7, с. 64]. Более того, в современной постмодернистской культуре активно подхвачено понятие «симулякр», как нечто, в чем нет смысла и содержания и, что просто может заменить культурную ценность естественным подобием. Это порождает бездуховность и эгоизм, равнодушие и жестокость как признак современной культуры личности в условиях рыночной экономики. Исследовать первопричины сложившейся ситуации в духовной и экономической культуре на современном этапе и

указать на её проблемность является необходимым условием на пути формирования культурных ценностей в мировоззрении молодого поколения в условиях глобализации.

Исследованность проблемы, на наш взгляд, не достаточна. Имеются исследования на тему консьюмеризма у представителей различных областей науки. Прежде всех исследования в этом направлении были сделаны Торстейном Вебленом (1857—1929) в книге «Теория праздного класса: экономическое исследование институций» (англ. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*, 1899). [1]

В дальнейшем - это и **Эмиль Крапелин**, косвенно касавшийся проблемы в своих исследованиях на тему шопполизма, **Ильин В. И.**, исследовавший консьюмеризм в социальной сфере, **Ванн Д., Нэйлор Т. Х., Де Грааф Дж.** Так же проблемы консьюмеризма касались и некоторые другие учёные в своих работах, не выделяя основной темой и не касаясь вопросов толерантности в условиях процесса консьюмеризации, например, **П.Саух и Ю.Саух** в статье «Архітектоніка світу й людини в умовах глобалізації. Ймовірні наслідки» пишут, что духовный фундамент новой цивилизации должна составить система «постматериальных» ценностей. Речь идет не о нашем освобождении от бедности и нищеты, а об избавлении нас от нашего богатства и излишнего достатка; не об освобождении от того, чего нам не хватает, а от того, что мы потребляем чрезмерно, от такого потребления которое привело нас к тому, что мы стали потреблять сами себя. Речь идет об избавлении не от безправья, а от ускоренной привычки удовлетворять все свои желания [10, с. 7]. Особый интерес для нашей темы представляет работа **М. Козловец** «Україна: від зіткнення до толерантності» в которой раскрывается противоречивая природа и формы проявления толерантности как социального явления, описаны механизмы толерантного общения в условиях плюрализма идентичностей в мультикультурном обществе; исследуется социокультурное пространство Украины как сложный и разнонаправленный процесс фрагментации и интеграции разных этнокультурных идентичностей в их соотношении со смыслами украинской политической идентичности, формирования общего социокультурного потенциала, оптимизации стратегий и тактик «примирения» различных идентичностей [3, с. 9]. Проблемы толерантности рассматривает в своей статье **Кучин Янина** «Українська ментальність: відношення до національних меншин»: «В статті звернено увагу на неоднорідність антропологічного складу сучасного населення України, толерантне відношення українців до етнічних меншин відсутність конфліктності українського народу у становленні до надбань культури та мови національних меншин.

Українці в своїй масі загалом налаштовані по відношенню до етнічних меншин, що проживають сьогодні в Україні сприймають спокійно, але і не прагнуть до запозичень із чужої культури, віддаючи перевагу власне своїм здобуткам, що є свідченням консерватизму українців загалом.» [5, с. 18-22]. **Рибачук Н.** в статье «Шлях до толерантності - через діалог» анализирует толерантные отношения в сфере общественной жизни акцентируя внимание на области религии, духовной жизни, рассматривает проблемы диалога, как формы толерантности и сближения религиозных конфессий: «Релігійна традиція перед усім апелює до культури, обрядових дій і спрямована на утвердження власного виняткового і монопольного становища. В Україні, де проживає значна кількість націй та іде процес інтенсивного національно-релігійного відродження, релігійна традиція сприяє пробудженню національної свідомості, самосвідомості, бо релігійне та національне тісно переплітаються у побуті, культурі, звичаях, обрядах, мові. Релігійна традиція в процесі духовного відродження супроводжується взаємопроникненням, взаємозбагаченням теолого-культурологічних традицій і не рідко призводить до секулярно-гуманістичної моральної традиції. Але віра - явище міжнаціональне, загальнолюдське. Вона має не тільки індивідуальний аспект, а й соціальний. Тому саме **віра є інструментом толерантного ставлення** віруючих один до одного незалежно від різновиду релігій в наш час» [9, с. 10-15]

Нужно заметить, что еще в 2009 в Житомирском государственном университете им. И. Франко состоялась Международная научно-теоретическая конференция «Толерантность как социогуманитарная проблема современности». Открывая конференцию, д.ф.н. профессор П.Ю. Саух, уточнил что толерантность является универсальным принципом человеческой жизнедеятельности и связана с концепциями плюрализма, социальной свободы, прав человека. Одновременно, отметил он, что это понятие является достаточно абстрактным и сложным для анализа в рамках онтологического монизма и дуализма для измерения его линейными методами, так как в Украине давно уже необходимо формировать стратегическое партнерство во всех сферах создания социума, где бы культивировались толерантные взаимоотношения. Профессор уточнил: «Тобто, на мій погляд, «культивувати толерантні стосунки в усіх сферах життєдіяльності є не чим іншим як культурою в широкому розумінні, соціальною цінністю якої і морально-етичною якістю особистості є толерантність.» [4, с. 100-103]

В ходе конференции рассматривались проблемы различных видов толерантности и толерантности в различных сферах духовной жизни общества: как способ национальной консолидации украинского общества, в области религиозных отношений, межконфессиональных, как средство утверждения культурной идентичности на фоне проблем политического самоутверждения, выявления культурно-исторической релятивности форм этноса в условиях культурной полиэтничности, толерантность по отношению к трактовке исторических условий существования и развития регионов, стран, народов, по отношению к правам и свободам человека и в межцивилизационных аспектах: человек и человек, человек и общество, человек и государство, человек и традиция, человек и закон, человек и искусство, человек и социальная группа и т.д.; толерантность в контексте свободы, толерантность в сфере этики социального управления, биоэтики, профессиональной этики, этики бизнеса, экологической этики, толерантность в условиях глобализационных процессов, связанных с влиянием научно-технического прогресса на традиции морали и духовности, художественного мышления и эстетического восприятия, толерантность в системе

ТОЛЕРАНТНОСТЬ В МИРЕ КОНСЬЮМЕРИЗИРОВАННОЙ КУЛЬТУРЫ

образования и психолого-педагогические аспекты формирования толерантности личности, толерантность в области политической системы Украины в борьбе с проявлениями дискриминации, ксенофобии и других видов нетерпимости, толерантность по отношению к природе и природным ресурсам, толерантность в сфере экономических отношений, в сфере массовой информации, формирование культуры толерантности, феномен толерантности и др. На конференции было определён круг актуальных для современных гуманитарных наук проблем объединённых феноменом толерантности, которые должны стать предметом для исследования и обсуждения на последующих в дальнейшем научных конференциях [4].

Толерантность среди ученых и знаменитых людей стала предметом исследования в статье Онищенко О. «Евристичний потенціал епістолярної спадщини З.Фрейда: по той бік принципу толерантності»: «...сама епістолярна спадщина З.Фрейда містить найбільш красномовні приклади його **не- толерантного** ставлення до позицій наукових супротивників. По-перше, в позиції З.Фрейда домінувала не-толерантність як така, а по-друге, вона жила саме **нарцисизмом** самого вченого, його прагнення до винятковості, слави до хворобливих ознак. Треба узагальнити, що подібні риси характеру індивідів властиві тільки по отриманні духовної насолоди після отримання результатів досягнення поставленої мети, тому в наш час таку не-толерантність називають «**зірковою хворобою**» для вчених, акторів, діячів мистецтва, спортсменів, навіть для політиків. Виникає проблема культурної адаптації «зірки» в людському середовищі» [6, с. 16-22]

Отсутствие методов воспитания культуры толерантности среди знаменитостей вредит становлению морально-этических ориентиров в социуме. Это одна из проблем порожденных консьюмеризмом в современной культуре.

Несмотря на значительный список рассмотренных научных работ, ни одна из них не отражает взаимосвязь двух проблемных явлений современной культуры: толерантность и консьюмеризм. А между тем, современное общество потребителей давно уже создало свою культуру, в которой сама культура и её духовные ценности стали предметом потребления. Каков морально-нравственный облик этого общества, уровень духовной культуры и возможна ли на современном этапе в этом обществе толерантность?

Предлагаем рассмотреть следующие вопросы, раскрывающие предложенную тему:

- толерантность
- консьюмеризм;
- культура потребителя;
- демонстративное потребление и социокультурные классы;
- классовое разделение в культуре потребления.
- толерантность в культуре потребителей;
- моральный облик человека- классового потребителя.
- проблемы бездуховности.

Итак, для характеристики термина **толерантность** предлагаем обратиться к научной работе М. Козловец -к.ф.н., докторанта Київського національного університету ім.Т.Шевченка. Он пишет, что практически все современные исследователи говорят о противоречивости толерантности как социального явления. В большинстве случаев в научной литературе толерантность (лат. tolerantia- терпение) рассматривается как уважение и признание равенства и многообразия человеческой культуры, норм, верований, отказ от насилия. Вместе с тем, как замечает автор, толерантность не следует сводить только к конформизму или индифферентности, ограничив интересы других и свои во имя содружества. Толерантность допускает не только готовность принять других таким, какими они есть, но и взаимодействовать с ними на основе согласованности. М. Козловец подчеркивает значимость категории деятельности или взаимодействия человека с окружающим миром или с другими людьми. Толерантность всегда нестабильна, возникает в условиях конфликтов и переводит развитие конфликта в относительно мирное русло. Поэтому толерантность является первой ступенью на пути к взаимодействию, что создаёт триаду: **толерантность- уважение- сотрудничество.** [3, с. 2].

Очень часто **толерантность** подменяют понятием **терпимость**. Например, терпеть когда тебя унижают, **не сопротивляться клевете**. Толерантность не ставит задачу унижать того, кто толерантнее. Процесс становления культуры толерантности требует не только мудрости, но и мужества. Так, как это длительный процес становления культуры новых человеческих взаимоотношений:

1. Толерантность- терпимость, как пассивная реакция на «другого»
2. Толерантность, как нейтральное восприятие «другого», и даже защиту его там, где оно не вступает в противоречие с правом на свободу мысли, слова, мировоззрения
3. Толерантность как сознательное оказание помощи слабому «другому» в его самореализации.

«Розмаїття суспільств і культур не скасовується глобалізацією. У глобалізованому світі кожен шукає свою ідентичність, знаходячи або не знаходячи спільну мову з іншими людьми. Власне, конфлікт між людьми, які мислять категоріями глобального світу, і людьми, які асоціюють себе з локальною субкультурою, це конфлікт мультикультуралізму й ідентичності. Відповіддю на поглиблення конфліктів між людьми, які відчують, що живуть у глобальному світі, і людьми локальної культури є політика мультикультурної ідентичності, котра ґрунтується на толерантності для всіх меншин, передусім культурних.» [3, с. 3]

Следовательно, настоящая толерантность - это поддержка оппонентом, что не всегда возможно, так как требует высокого уровня сознания и морали общества. Современная толерантность это новая ступень в культуре человечества, осознающего не только свою поликультурность, но и классовое, а также

экономическое разнообразие, что приводит к активному развитию как массовой, так и элитарной культуры. Толерантность в сосуществовании массовой и элитарной культуры в условиях экономического кризиса, на мой взгляд, является одной из проблем глобализации, в основе которой заложен механизм консьюмеризма социума.

В свободной энциклопедии «Википедии» находим самое распространенное определение данному термину:

«Консьюмеризм, консумеризм, консюмеризм ([англ.](#) *Consumerism* от consumer — потребитель) — движение граждан или государственных организаций за расширение прав потребителей и усиление их воздействия на продавцов и производителей, обеспечение качества потребительских [товаров](#) (услуг) и честной [рекламы](#).»[11] В условиях консьюмеризации общества и его культуры акцент делается на потребителя и на удовлетворение его потребностей и запросов. Потребительское общество порождает свою культуру и свои ценности, которые приобретают глобальный характер. А, поскольку, запросы становятся все более и более не соизмеримы с возможностями не покупателей, а с возможностями генератора благ для удовлетворения потребностей современных консьюмеристов нашей планеты, то возникает социальная потребность в изучении этой проблемы или её научном осмыслении с нравственно-этической точки зрения. Вот некоторые позитивные и негативные аспекты этого явления в условиях современной культуры.

1. К положительным аспектам данного явления можно отнести то, что потребитель может получить полную информацию о товаре (как материальном, так и интеллектуальном, в различных областях духовной культуры и сферы услуг), имеет широкий выбор ассортимента, есть возможность бороться за свои права, в случае, если вас оскорбили (в нарушение социальной этики) или продали некачественный товар (в нарушение культуры бизнеса).

2. К отрицательным:

- за последние несколько лет в городе выросло гигантское число торгово-развлекательных центров и магазинов. И, несмотря на количество сих заведений, количество потребителей в них тоже постоянно увеличивается;
- пропагандируется культура потребления. Один из очень хороших примеров - с популяризация понятия "шопинг", вплоть до идей назвать это спортом. Везде реклама и лозунги, связанные с "шопингом" и говорящие, что "шопинг - это круто";
- наблюдается кризис перепроизводства, вызванный непомерными требованиями к физическому облику человека. Заметьте, что к физическому, а не к моральному. Существует практически прописной закон, что человек должен соизмерять свою покупательскую способность с тем, что он покупает.
- Постепенно количество вещей, которые выкидывают люди, всё растёт и растёт. Пропорционально им растут и свалки, которые скоро станут автономными небольшими городами, так велика их площадь и так велико количество денег, скапливающихся на них. А в связи с отсутствием возможности и желания утилизировать отходы, и это при том, что постоянно растёт уровень производства или ввоза товара, наша планета загрязняется всё больше. Создается одна из глобальных экологических проблем. А потребности растут, растут и ещё раз растут.
- Профессор П.Саух отмечает, что «передусім це буде пов'язано з катастрофічною нестачою енергії, води, продуктів харчування. Наприклад, за нинішніх темпів споживання енергії людство практично вичерпає можливості традиційних енергоресурсів уже на початок 60-х років нинішнього століття»[10, с. 8]

Культура потребителя.

Потребитель, в первую очередь, это социальное существо. Хотя, в условиях современного консьюмеризированного мира мы можем смело заявить, что потребитель – это способ существования, навязанный условиями современной культуры. Отсюда - социокультурные классы потребителей. Но это уже «стиль жизни», характерный для современной культуры, и он определяется такими особенностями:

1) Все продаётся и все покупается! Всё можно купить за деньги: дом и продукты питания, любовь и образование, здоровье и внутренние органы человека и т.п.

2) Чем больше денег, тем выше покупательная способность, тем выше социокультурный престиж современного человека. И этим к сожалению сегодня определяется критерий ценности человека в консьюмеризированном обществе.

3) Если что-то сломалось или что-то нельзя использовать или что-то не нравится, то это можно выбросить и купить новое, другое. Причём бесконечное число раз.

Данный образ жизни очень хорошо описан в идее одного из залов «Терминала» (в христианской традиции – «Чистилища») в книге «Димон» Протоирея Александра Торика:

«- Что? Юноша! Вы плохо слушали своего проводника по этому месту! Они честно предупреждают, что здесь вы можете приобретать и обладать! Но ничего больше! Поэтому здесь все только набирают барахло, тащат и складывают его, снова набирают, тащат и снова складывают, и так бесконечно! И никто уже не может остановиться. В той жизни, полюбив собирать барахло, здесь все кидаются на него как одержимые и остаются в этом месте навсегда наедине с барахлом. Одинокие среди множества других, таких же одержимых и таких же одиноких. И больше здесь ничего нет! Никакого общения! Никакой другой жизни! Одно барахло!»[8]

4) Основной формой эстетического освоения мира в консьюмеризированном обществе является дизайн. Это искусство художественного конструирования, разработка образцов рациональной перестройки предметной среды. Проблема в том, что на сегодняшний день понятие дизайн приобретает более широкое значение в связи с развитием современных технологий. Он пронизывает все формы жизнедеятельности

современного общества и стал основой современной культуры, принимая глобальный характер. И здесь нужно отметить социокультурные основы дизайнерской деятельности, которые определяются всемогущим потребителем так, как все объекты дизайнерской деятельности являются предметами потребления. А предметы потребления в консьюмеризированной культуре определяют социальный статус потребителя, являются показателем его принадлежности к тому или иному социальному классу. Так, Арт Бухвальд отмечает, что социальный статус девочки среди её сверстниц определяется количеством одежды для её куклы Барби [7, с. 254]. Поэтому дизайн необходимо рассматривать сегодня как проявление материально-духовных потребностей людей, которое достигается определенными капиталовложениями, инвестициями в производство товаров и услуг. Удовлетворяя запросы потребителей сегодня работают тысячи дизайнерских фирм и компании, однако все они используют два способа привлекательности товара и завоевания внимания потребителя: маркетинг и реклама. Последняя, как раз, и формирует духовный облик человека в современной консьюмеризированной культуре, а точнее сказать – делает все, чтобы современный человек превратился в бездушную машину потребления и желаний.

Демонстративное потребление и социокультурные классы.

Наше общество является обществом потребления. Этот термин был впервые употреблён американским экономистом Эрихом Фроммом в 20-е годы прошлого столетия. Именно Фромм долгое время указывал на чрезмерно развитую в те годы в Америке инфраструктуру, повлекшую за собой массовую выдачу кредитов, переразвитую сферу товаров и услуг и прочую погоню за удовольствиями в итоге превратившую слоган «Живи сейчас – плати потом!» в «Живи потом – плати сейчас!» [12].

Ничего не напоминает? Наше современное общество, перенасыщенное кредиторами и кредитуемыми, постоянно растущую роль торговли, важность денег и товаров, имеющих высокую стоимость и престиж. Всё это делается «на публику», зачастую, даже приобретаются более дорогие, чем необходимо или возможно, товары, чтобы показать свой престиж и малозначимость другого человека.

Термин «Синдром демонстративного потребления» был использован еще в 1899 году Торстейном Вебленом (1857—1929) в книге «Теория праздного класса: экономическое исследование институций» (англ. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*, 1899) [1].

Согласно Веблену, демонстративное потребление (*престижное, показное, статусное потребление*) — это расточительные траты на товары или услуги с преимущественной целью продемонстрировать собственное богатство и повысить свою значимость в обществе. С точки зрения демонстративного потребителя, такое поведение служит средством достижения или поддержки определённого социального статуса.

Демонстративное потребление является одним из «побочных эффектов» классового разделения в обществе. Ведь более высокому классу необходимо показать своё более высокое положение по отношению к другим представителям общества, которые находятся на классовых ступенях ниже чем они. В результате, появляется классовое разделение потребителей в социоэкономической среде, что и формирует социокультурный статус каждого класса.

Так, в потребительской системе и в дизайнерских технологиях существует ценовая шкала, которая так же способствует разделению пользователей. Есть товары, которые изготавливаются специально для определённого класса потребителей в зависимости от их материальной обеспеченности. Например, эксклюзивные машины, купить которые могут себе позволить может 5-10 человек в стране, поэтому их количество ограничено.

А вот товары широкого потребления, уже дифференцированы в ценах, качестве и рассчитаны на неоднородность низших слоёв современного общества. При этом потребители, которые имеют возможность покупать дорогие товары сознательно стараются продемонстрировать их тем, кто не имеет такой возможности, вызывая чувство зависти и обиды, но утверждая свой статус и своё превосходство.

Классовое разделение в культуре потребления. Толерантность потребителей

В системе классового потребления необходимо развивать толерантность между потребителями снижая попытки сепаратирования отношений между ними. К этому уже сегодня готовы дизайнерские фирмы, которые предлагают одинаковый дизайн для дорогих и недорогих товаров, материалы, заменяющие натуральные. Главное - эстетическое подражание, создающее иллюзию (симулякр) у мало обеспеченных и не достаточно обеспеченных потребителей : «не хуже чем у других!», « как у всех!». Мода, как феномен массового сознания и как суммарный стандарт визуальных признаков, которые отражают малозначимые отличия вещей в сравнении с аналогами, сегодня пытается выступить в качестве средства толерантности и примирения между классами потребителей в культуре консьюмеризованного общества.

В современной мировой практике в условиях глобального экономического кризиса существует определённая пирамида устройства общества, которая разделяется на две части:

- верхняя, меньшая часть, - элита;
- нижняя, большая часть, - низший класс.

При этом низший класс неоднороден и дифференцируется в зависимости от уровня материальной культуры. А именно : относительно бедные, бедные и нищие. Как видим, отсутствует средний класс, - это характерное явление для условий экономического кризиса: увеличивается разрыв между бедными и богатыми. Так, например в Украине, разрыв между двумя классами значительно увеличился и разорвал социальную прослойку общества- средний класс. Часть среднего класса ушла в малый бизнес (примыкая к элите: низшие среди высших), а часть составляет процент служащих в бюджетной сфере государства, которые при высоком уровне своего образования и интеллекта, примыкают к низшему классу (высшие среди низших).

Те, у кого больше средств, могут потреблять больше товаров высокого качества, находясь на высоких классовых ступенях в обществе. Соответственно, те, у кого меньше средств, могут потреблять меньше товаров и услуг, и более низкого качества, находясь на низших ступенях материальной обеспеченности.

У низших слоёв возникает неприязнь к вышестоящим за «хорошую жизнь», а у высших - неприязнь за отсутствие таковой у низших.

Помимо того, обе основные прослойки имеют подслои, которые так же имеют обострённые отношения между собой. Одни - общие для обеих групп, а некоторые - специфичны только для какой-то одной из них. Это:

- более и менее состоятельные;
- имеющие образование и нет;
- обладающие влиянием или не имеющие его;
- те, у кого есть жильё, и те, у кого его нет и т.п.
- имеющие власть и не имеющие доступ к власти;
- занимающиеся бизнесом и работающие в малообеспеченной бюджетной сфере государства
- владеющие автомобилем и нет (стоимость и марка автомобиля) и т.д.

В первую очередь значительные различия воспринимаются между представителями низшего класса, которые являются низом пирамиды. И здесь имеют значение все сферы жизни и деятельности: где и кем ты работаешь, сколько получаешь, круг твоего общения, имеешь ли машину или нет, можешь ли себе позволить информационно-технические новинки или нет, как ты одеваешься, состояние твоего дома или квартиры, возможность получить высшее образование, форма и виды твоего досуга и т.д.

Моральный облик человека как классового потребителя.

Давайте попробуем составить тезисы вида человека как классового потребителя. К нему можно применить название Homo consumo – человек потребляющий. И так...

1. Основной целью современного человека можно считать потребление. Навязанной целью человека можно считать бездумное потребление – так вернее. Уровень потребления лежит в основе конвергенции различных социальных слоев общества. Он формирует особую форму духовной культуры современного социума.

2. Основными культурными ценностями в коньюмеризованном обществе являются деньги и потребление. Приоритетным является демонстративное потребление. И здесь понятие «толерантность», «терпимость» все чаще не находится место так, как эти понятия заменяются модой, жесткой конкуренцией, соперничеством, завистью, предприимчивостью. Одним словом, теми этическими категориями, которые характеризуют моральный облик и бездуховность коньюмеризованного общества.

3. Культурной нормой для человека в современном мире является состояние одиночества. (Друзей много, а пооткровенничать не с кем и не за чем). **Синглизация** как способ самореализации, метод карьерного роста и улучшения своего экономического и материального положения, пагубно отразилась и на состоянии современной семьи, и на межличностные отношения, и на приоритеты в определении современных культурных ценностей, нравственно-этических норм для подрастающего поколения. Более обеспеченные семьи тяготеют к дивергенции с абсолютизацией самодостаточности, доводя эту идею вплоть до отказа от некоторых общечеловеческих ценностей.

4. Сегодня, «в условиях постмодернистской культуры происходит своеобразный сплав тех жизненных и практических установок, которые имеют разные народы, этносы, цивилизации, культуры. Массовая культура все смешивает, переламинает, создаёт новый облик того, что в наши дни можно считать красивым, эстетичным. Теперь, например, на переднем плане телевизионного показа не только политический деятель, но и полная значимости упаковка батона, выпуск автомобиля, дизайн стиральной машины».[7, с. 144]. Новое искусство формирует новый моральный облик современного человека. И если искусство прошлых столетий исходило из идеи линейного развития, то искусство коньюмеризованного общества даёт возможность постмодернистам внедрять идею нелинейности, или способа «**ризомы**». Название способа заимствовано из ботаники и обозначает способ роста корня растения как раздробленное множество разнородных образований, обеспечивающих развитие растения. В таком искусстве нельзя отметить преобладающее направление, утрачивается смысл понятия «стиль», который заменяется понятием «эklekтизм». Публика для эklekтических произведений находится легко, согласно уровню обеспеченности и наличию денежных средства. Никаких эстетических критериев! Произведения искусства оцениваются согласно той прибыли, которую они обеспечивают. Все тенденции и запросы в коньюмеризованной культуре имеют покупательскую способность.

Таким образом, в условиях современной капиталистической формации, постмодернистской культуры; в условиях экономического дисбаланса и классового разделения общества, при глобальной коньюмеризации социума развитие духовной культуры, основанной на нравственно-этических приоритетах, социальной справедливости, практически, невозможно. Теоретически - допустимо: призывы к милосердию, благотворительности, жалости, отдельные пожертвования для отдельных людей, спонсорские поддержки. Однако только с точки зрения практицизма, рационализма и популизма! Каждый человек является заложником своего потребления, не желает налаживать отношения с представителями других экономических классов (даже если речь идет о родственных связях), испытывает к ним определенное пренебрежение, что ведёт к огромным провалам в духовном развитии общества. И не важно, к какой ты нации или к какому ты этносу себя относишь. Совершенно не имеет значения какую религию ты исповедуешь. Важно, к какой социальной группе и к какому экономическому классу ты принадлежишь. И готов ли ты выдержать конкуренцию внутри данного экономического класса, участвовать в развитии

ТОЛЕРАНТНОСТЬ В МИРЕ КОНСЬЮМЕРИЗИРОВАННОЙ КУЛЬТУРЫ

классовой элитарной культуры, уровень духовности которой определяется покупательской способностью и размером банковского счета. Поэтому понятие толерантность в мире консьюмеризированной культуры – это новые реалии мировой этики в условиях глобализации, требующие высокого уровня сознания и морали мирового сообщества. А пока - «прав тот, у кого прав больше и у кого выше покупательская способность» - вот девиз современного общества в условиях консьюмеризированной культуры.

Источники и литература:

1. Веблен Т. «Теория праздного класса: экономическое исследование институций».- Электронный ресурс. - Режим доступа : <http://socioline.ru/pages/t-veblen-teoriya-prazdnogo-klassa>
2. Гуревич П.С. Культурология / П.С.Гуревич.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.-278с.
3. Козловець М. Україна: від зіткнення ідентичностей до толерантності. //«Історія. Філософія. Релігієзнавство». – № 1. – 2009. - С. 2-9.
4. Козловець М., Слюсар В. Філософія толерантності і сучасний світовий порядок//«Історія. Філософія. Релігієзнавство». – № 1-2. – 2010. - С. 100-103.
5. Кучін Яніна Українська ментальність: відношення до національних меншин // «Історія. Філософія. Релігієзнавство». – № 1. – 2009. - С. 18-22.
6. Оніщенко О. Евристичний потенціал епістолярної спадщини З.Фрейда: по той бік принципу толерантності // «Історія. Філософія. Релігієзнавство». – № 1-2. – 2010. - С. 16-22.
7. Прилуцька А. Е, Корабльова Є. М. Культурологія. Модульний курс. Культурологія, етика, естетика / Є.М.Корабльова - Харків: ПП «Торсінг плюс», 2009. - 287с.
8. Протоирей Александр Торик «Димон»: Электронный ресурс.-Режим доступа : http://www.idrp.ru/buy/show_item.php?cat=3321
9. Рибачук Микола Шлях до толерантності- через діалог // «Історія. Філософія. Релігієзнавство». – № 1-2. – 2010. - С. 10-15.
10. Саух П., Саух Ю. Архітектоніка світу й людини в умовах глобалізації. Ймовірні наслідки. // «Історія. Філософія. Релігієзнавство». – № 3. – 2009. - С. 6-13.
11. Свободная энциклопедия : Электронный ресурс. - Режим доступа : http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/14434
12. Фромм Эрих «О деньгах и счастье человека»: Электронный ресурс - Режим доступа : <http://www.youtube.com/watch>