

УДК 330.567.22

ГЕДОНИСТИЧЕСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Р.М. Гусейнов

д-р экон. наук, профессор (Новосибирск)

Мы уже имели случай отметить¹, что в последней трети XIX века героем экономической литературы становится гедонистический потребитель², максимизирующий полезность. Сегодня многие явления экономической жизни в России показывают, что мы то ли возвращаемся к ситуации конца XIX века, то ли застряли в глубоком прошлом.

Ключевые слова: потребление, гедонистический образ жизни, гламурная экономика.

Кризис, однако...

За окнами кризис. Настроение у людей не слишком радужное, прямо скажем, тревожное. Никто не может быть уверенным в своей судьбе. В Сибири безработица перешагнула психологический барьер и достигла 11 % трудоспособного населения. Осенью экономическое положение страны, судя по всему, еще ухудшится.

Но включаешь телевизор – и диву даешься: на всех каналах рядом с жуткими сообщениями о несчастьях как ни в чем не бывало веселятся придурки из «Камеди клуб»; зрители гогочут, глядя на кривлянье новых русских бабок; обстоятельно обсуждается внешность русских дам в суде Славы Зайцева.

Киоски заполнены глянцевыми журналами о шикарной жизни. Ксюша Собчак становится «зеркалом русской контрреволюции». Гипертрофированная виртуальная сексуальность пытается компенсировать скудость любовного пайка периода крылатой фразы «В Советском Союзе секса нет», а возможно, просто скрывает физиологическую и духовную импотенцию людей, вовлеченных в водоворот гламурной жизни. Подобно той вуалетке, которая скрывала уродства внешности дам с нечистой кожей³.

Гламурная жизнь бьет ключом, отрешенная от тягот русской жизни. В стране формируется компактный, но воинственный слой людей, которых в самом конце XIX века американский ученый Торстейн Веблен назвал праздным классом. Людей, принципиально не занимающихся производительной деятельностью, гордо демонстрирующих свое безделье, неукротимое потребление и считающих веселое или томное ничегонеделание признаком принадлежности к элите.

Гламурная жизнь усиленно пропагандируется и развращает простых российских граждан из всех социальных слоев. Красиво жить ведь никому не запретить. А многим только того и хочется! И государство – то ли вольно, то ли невольно – потакает этим нечистым стремлениям своими бесконечными праздниками, вы-

ходными днями и обещаниями райской жизни за счет бюджета.

Конечно, при желании гламурную жизнь можно трактовать как внешнее проявление возросшего благосостояния населения. Но душа не принимает такого подхода. Напротив, кажется, что демонстративное потребление гламурных прожигателей жизни сильно напоминает ситуацию декаданса начала XX века, которая разрешилась закономерным революционным взрывом.

Адаптация к рынку

Жить в рыночной системе нелегко, но интересно. Граждане России постепенно адаптируются к новым экономическим отношениям. А ведь прошло всего 17 лет с того времени, когда в январе 1992 года в нашей стране пошли на рискованный шаг – либерализацию цен.

Мы быстро привыкли к преимуществам рыночной системы и рады, что исчезли изнуряющие дефициты на потребительском рынке. Теперь граждане испытывают единственный дефицит – денежный, но и это обстоятельство при желании можно рассматривать как достижение: деньги реализуют все свои функции, давно выясненные наукой. Мы воочию видим, что в тех экономических сферах и отраслях (пока немногих), где появляется конкурентная среда, цены становятся более гибкими, улучшается качество материальных и нематериальных благ.

Наконец, появился еще один не известный ранее России рыночный феномен – социальная динамика граждан, особенно молодых. Люди с легкостью необычайной меняют профессию, специальность, место работы и жительства, даже страну. Затхлость выветривается из наших городов, и свежий ветер перемен вот-вот почувствуется в деревне...

Негативных проявлений рыночных отношений тоже немало. Уникальная по глубине социальная дифференциация граждан бьет в глаза. О новых русских богачах

¹ Сибирская финансовая школа. 2008. № 1. С. 121–122.

² Гедонизм – этическое учение, признающее наслаждение целью жизни.

³ Во Франции в старину гламуром называли специальную вуалетку, скрывающую прыщи и прочие недостатки кожи лица.

написано много. Но появился целый страт людей, аналог которому трудно сыскать в развитых экономических системах, – новые русские бедняки. Это работающие люди с высшим образованием: учителя, молодые врачи, работники учреждений культуры, библиотекари, молодые офицеры...

Другая проблема – неконституционная платность важнейших социальных услуг, безнадежные цены на жилье. Да и в производственной сфере мы никак не можем выйти из-под господства Трубы...

Впрочем, незачем продолжать, наш изощренный читатель и без того все это знает. Поражает другое: производственный процесс, трудящиеся и трудовые коллективы, инженеры, строители, технико-технологические достижения перестали быть объектами внимания средств массовой информации. Симпатичные экономические обозреватели из НТВ или «Вестей-24» каждый день по нескольку раз рассказывают рабочим, механизаторам, дояркам, учителям и лаборантам о биржевых котировках акций, о валютных курсах, ценах на нефть и золото в Нью-Йорке и Лондоне. Очень интересная информация для тех, у кого нет ни акций, ни долларов, ни золота, да и рублей – «кот наплакал!» А баррель – всего лишь старая бочка на дачном участке, в которую собирают дождевую воду.

Героем даже солидных научных экономических журналов, не говоря о глянцевого изданиях, стали торговец, посредник, банкир и биржевой игрок с приятными кличками Бык и Медведь. Вот и появляется новый литературный парадокс – все стремятся к росту валового внутреннего продукта, но о реальных создателях ВВП мало кто думает и еще меньше говорит и пишет.

Торопимся!

Экономическая наука стала исследовать потребление, самих потребителей, их стремление к наслаждению и удовольствиям после того, как развитая рыночная система уже дала высокий потребительский результат. Торговцы товарами и деньгами подготовили почву и создали достаточно капитальных запасов; производительный капитал и трудящиеся эффективно использовали средства и научно-технические достижения для производства массового стандартизированного продукта. И только в 70-е годы XIX века, когда по всему западному миру прокатились *кризисы перепроизводства*, то есть, когда произведенные товары не реализовывались, а следовательно, невозможен был новый цикл производственного процесса, – вот тогда-то и стартовала в развитых экономических системах эпоха массового потребления. Тогда только и появились первые попытки создания гламурной экономики и пропаганды престижного потребления.

Начав рыночную реформу в 90-е годы XX века, Россия застряла на этапе, характерном для XVI–XVII веков. Мы даже близко не подошли к тому этапу, когда производитель становится главным действующим лицом экономической жизни, – а это XVIII век!

Зайдите хотя бы в хороший магазин бытовой техники, и вы сами убедитесь в этом. Блага, которые нам предлагают торговые фирмы, в основном появляются в продаже благодаря активности самих торговцев, а не

производителей. Импорт господствует не только на рынке потребительских благ, но и на рынке инвестиционных товаров.

Реализовать тенденции промышленного процветания, насыщения рынка отечественными товарами мы пока не смогли, но весело жить хочется сегодня! И многие наши граждане решили не ждать! Мы пришли к потрясающему в своей нелогичности результату – высокому потреблению без высокого производства! А поскольку «всего на всех не хватит», в стране создается и насаждается культ гламурного потребителя не нами произведенного продукта.

О да, конечно, люди гламурного сословия очень заняты. Азартные игры, мода, празднества, спорт, ритуальное образование (преимущественно, гуманитарное), обрядовая религиозность – все используется для создания некоей видимости активности. Но в большинстве случаев вся эта деятельность есть не что иное, как демонстративная праздность. Потрясает, что бездельники становятся реальной «элитой» в глазах обывателей. Имен академиков и генералов практически никто не знает, инженер считается «несчастьем в семье», слова «колхозник» и «слесарь» воспринимаются как презрительные клички, а имена и образы бездельников не сходят со страниц журналов и интернетовских сайтов.

«Все не так, ребята! Все не так...».

Danger!

Разумные люди уже начинают чувствовать опасность. Гламурный потребитель должен иметь армию обслуживающего персонала, которая, находясь в услужении у выдающихся бездельников, сама становится подобием элиты, гордящейся праздностью своих очаровательных хозяев.

Дизайнеры и портные, журналисты и издатели, рекламщики и артисты, даже (прости, Господи!) священники получают работу благодаря гламурной экономике. Большой спорт становится всего лишь зрелищем, шоу. Но «футбол имеет такое же отношение к подлинной физической культуре, как бой быков к сельскому хозяйству», – это было понятно еще Т. Веблену. Знания, образование, культура – все это нынче не в чести. Артисты Большой эстрады выпекаются за три месяца на специальных «фабриках». К черту консерватории с пятилетним изнурительным трудом! И диплом юриста можно получить за два года! К черту римское право и Кодекс Наполеона!

Так это ведь и неплохо, – скажет читатель. Все худо-бедно заняты, все при деле.

Но мы начинаем привыкать жить в долг, а экономическая публицистика «воспитывает» нас в том духе, что это очень хорошо. Аргумент прост: «На Западе все так живут».

Сегодняшние события в мире показывают, что жить в долг – не очень хорошо. Даже очень плохо!

Опять же, чтобы жить по-западному, надо хотя бы достичь сегодняшнего уровня их производительности. Надо вернуться к философии и практике, присущей хотя бы XVIII веку. А то ведь опасность застрять в средневековье вполне реальна.