

Американский консьюмеризм на рубеже XX-XXI веков и его влияние на общество

Научный руководитель – Науменко Тамара Васильевна

Клинова Анастасия Ивановна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет глобальных процессов, Направление глобальной экономики и управления, Москва, Россия

E-mail: klinovaanastasia@gmail.com

Данная тема крайне актуальна в современном мире. Вопрос о влиянии консьюмеризма на общество особенно остро стоит в XXI веке, так как консьюмеризм эволюционирует по мере развития как региональных, так и глобальных экономических связей и процессов. Сегодня консьюмеризм принято понимать как: а) движение за права потребителей, которое нацелено на улучшение качества продукции и контроль добросовестности продавцов; б) процесс потребления товаров обществом (иногда - процесс перепотребления). В данной работе консьюмеризм рассматривается в его втором значении.

Цель данной работы - проследить динамику развития американского консьюмеризма и выявить, как его трансформация со временем влияет на американское и глобальное сообщество.

В ходе работы было установлено, что консьюмеризму характерно существование общества потребления. Исторически общество потребления в США существовало еще в XVIII веке, однако свою полную форму оно получило лишь во время развития капитализма, когда он достиг своего пика и экономика страны начала расти, это спровоцировало увеличение объемов производства наряду с развитием новых технологий [4]. Доходы и материальные возможности американцев росли, философия жизни менялась от простого выживания в сторону «культуры удовольствия», что, собственно, и послужило фундаментом для будущего построения идеологии потребления.

Классический американский консьюмеризм берет свое начало в середине XX века, когда в послевоенные годы популяризируется образ «американской мечты» и американский народ создает культуру потребления как форму удовлетворения не только физических, но и эмоционально-духовных потребностей [1]. Однако примерно в это же время возникают движения, которые критикуют философию потребления, так как они уверены, что восполнение психологических потребностей материальными товарами обязательно рано или поздно приведет к негативным последствиям в сознании общества.

В данной работе рассматриваются две противоположные точки зрения на первоначальную философию потребления: антиконсьюмеризм и пост-консьюмеризм. Антиконсьюмеризм можно назвать более ранней формой пост-консьюмеризма, так как его создатели еще на рассвете эры потребительства критиковали общество за материальную одержимость [3]. Пост-консьюмеризм в свою очередь больше характеризует информационное общество, которое уже прошло первичный этап потребительства и нацелено на поиск более рационального потребления.

В целом потребительство имеет свои плюсы и минусы, среди плюсов стоит отметить, что благодаря культуре потребления увеличивается объем производства, появляются новые рабочие места, ассортимент товаров и услуг расширяется, на рынке появляется конкуренция, что приводит к повышению экономических показателей и так далее. С другой

стороны, излишнее потребление вызывает экологические проблемы (например, загрязнение воды и воздуха отходами производства, истощение природных ресурсов), массовость порождает недобросовестное отношение к производству, которое нацелено на количество товаров, а не качество [2], что, в результате, не приводит к первоначальной цели потребителя - удовлетворению его потребности.

По мере развития общества отношение к консьюмеризму менялось. Кто-то видел в нем экономическое развитие страны, а кто-то считал, что неосознанное потребление погубит человечество. По итогу, диалоги по положительному и отрицательному влиянию потребительства все еще продолжаются, а идеология консьюмеризма развивается и с каждым годом приобретает новые формы, адаптируясь под новые информационные общества XXI века.

В любом случае, независимо от точек зрения полезности потребительства, уже нельзя отрицать, что консьюмеризм захватил весь мир и сейчас обратный процесс уже невозможен, а американское общество продолжает строить свою экономику именно на философии потребления.

Источники и литература

- 1) Brady, Dorothy S. "Consumption and the Style of Life." In *American Economic Growth: An Economist's History of the United States*. Edited by Lance E. Davis et al. New York: Harper and Row, 1972.
- 2) Hounshell, David A. *From the American System to Mass Production: The Development of Manufacturing Technology in the United States*, Baltimore, Maryland: Johns Hopkins University Press, 1984.
- 3) *Obsessive Shoppers Can Be Helped By a Pill, Study Says*, Chicago Tribune, Aug. 11, 1995.
- 4) *The Consumer Society* / ed. by N. Goodwin, F. Ackerman, D. Kiron. -Washington, 1997.