

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2019, №3, Том 10 / 2019, No 3, Vol 10 <https://sfk-mn.ru/issue-3-2019.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/14KLSK319.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Шляков А.В. Особенности нomaдизма общества потребления (на примере шопинга и дауншифтинга) // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2019 №3, <https://sfk-mn.ru/PDF/14KLSK319.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Shlyakov A.V. (2019). Features of nomadism of consumer society (on the example of shopping and downshifting). *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 3(10). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/14KLSK319.pdf> (in Russian)

УДК 130.2

ГРНТИ 13.11.59

Шляков Алексей Владимирович

ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет», Тюмень, Россия
Доцент кафедры «Гуманитарных наук и технологий»
Кандидат социологических наук, доцент
E-mail: schafferhund@rambler.ru
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4294-2704>
РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=680196

Особенности нomaдизма общества потребления (на примере шопинга и дауншифтинга)

Аннотация. Статья посвящена исследованию такого социокультурного феномена как нomaдизм. Нomaдизм, ранее означавший традиционную форму кочевого хозяйствования, в постмодерне становится глобальным образом жизни, ориентированным на движение и разрыв с любой закрепленностью, планетарным кочевничеством. Нomaдизм постмодерна проявляется в туризме, интернавтике, цифровом кочевничестве, трудовой миграции, бродяжничестве; общим для различных форм кочевничества остаются нетелеологичность движения, погружение Дома, ранее выступавшего неподвижной точкой отсчета, в маршрут движения, особые, отличные от оседлой хроно и топо переживание. Различные нomaдические практики объединяет: склонность к фрагментации межчеловеческих отношений; отказ от их долговременности, стремление устанавливать дистанцию между Собой и Другим, рассмотрение Другого не в моральной, а в эстетической оптике, которая исключает ответственность. В статье нomaдизм рассматривается как явление, парадоксальным образом совмещающее и избавление от всего, что способно затруднить движение, и использование движения для осуществления потребления. Опираясь на компаративистский анализ нomaдических практик культуры постмодерна, автор пытается разрешить этот парадокс. В статье исследуются оседлые и нomaдические отношения к собственности. Анализируются особые формы постмодернового нomaдизма – шопинг и дауншифтинг, которые иллюстрируют оппозиционные траектории этого социокультурного феномена. Шопинг реализует потребность в жажде новизны и связан с потреблением, тогда как дауншифтинг ориентирован на отказ от потребительства. Сделан вывод о том, что в культуре постмодерна потребление смещено к знаково-символическим системам, поэтому его реализация не обременяет накоплением товарной массы, препятствующей движению.

Ключевые слова: номадизм; потребление; движение; собственность; постмодерн; культура; шопинг; дауншифтинг

Встречая термин «состояние постмодерна», как правило, мы соотносим его в социально-экономическом аспекте с обществом потребления. Именно так постмодерн и представлен в трудах западных и отечественных исследователей Ж. Бодрийера [1], Д. Белла [2], Дж. Ритцера [3] и др. Человек постмодерна (пост-человек) испытывает потребительский голод, становясь «машиной желания» (Ж. Делёз), переживая жажду новизны. Писал о подобных людях еще Л.Н. Толстой: «...люди эти несчастны не потому, что у них нет, так сказать, питательной пищи, а потому, что их желудок испортился и что они уж требуют не питательной, а раздражающей аппетит пищи» [4, с. 191]. Действительно, сегодня можно наблюдать, что акт потребления стал самоцельным, выступающим способом самоидентификации [5], а сам человек из *Homo sapiens* становится *Homo Consumens* [6]. Но в статье мы хотели бы обратить внимание на феномен культуры постмодерна, который, на наш взгляд, парадоксальным образом содержит в себе основания для сопротивления потребительству и, даже, выступать своего рода постмодерновым нестяжательством. Речь идет о феномене номадизма.

Номадизм – исторический способ кочевого хозяйствования, который в культуре постмодерна приобретает новые формы и масштабы, охватывая территории не только традиционного кочевания (Азия), но и традиционно оседлый Европейский мир, а также колонизирует для кочевания водное и воздушное пространства. Номадизм приобретает глобальный характер, становясь образом жизни, направленным на разрыв с любой закрепленностью [7, с. 216]. Номадизм постмодерна проявляется в туризме, интернавтике, цифровом кочевничестве, трудовой миграции, бродяжничестве; общим для различных форм кочевничества остаются нетелеологичность движения, погружение Дома, ранее выступавшего неподвижной точкой отсчета, в маршрут движения, особые, отличные от оседлой хроно и топо переживание. Как писал З. Бауман, их объединяет: «склонность придавать человеческим отношениям фрагментарность и прерывность; стремление к отказу от любых "связывающих пут" и избегание долговременности отношений, что препятствует складыванию устойчивых сетей взаимных обязательств и обязанностей. Все они склонны устанавливать дистанцию между Собой и Другим, видеть Другого прежде всего как объект эстетической, а не моральной оценки, как проблему вкуса, а не проблему ответственности» [8, с. 151]. Номадизм становится образом жизни человека постмодерна, так как предлагает свободу, которая обретается через погружение в движение. Движение в постмодерне обладает абсолютной ценностью. Быть в движении значит быть успешным, то есть обрести требуемые обществом скорости, позволяющие везде успевать. И вот здесь нам видится парадокс: потребление ориентировано на обретение вещей или услуг, которые способны затруднять движение, номадизм же требует для обеспечения движения разорвать все сдерживающие узы. Поэтому в жизнь кочевника входило только то, что могло быть мобильным и не затрудняло движение.

Ж. Аттали отмечает, что в культуре постмодерна для обеспечения движения вещи тоже становятся номадическими. «Переносной компьютер, сотовые телефоны, телефаксы – все это является предвестником портативных предметов будущего, если угодно, номадических предметов. Все эти изделия в значительной степени снизят эффективность институтов, профессиональных навыков, различных проявлений бюрократизма, так как предоставят индивидууму чрезвычайно высокую степень личной свободы, мобильности, автономности» [9, с. 34]. Номадические предметы миниатюрны, их легко можно носить с собой, к тому же, они совмещают в себе несколько функций. И компьютер, и телефон, и фотоаппарат, и библиотека все вмещается в небольшой предмет, который не затрудняет перемещение. Эти предметы

позволяют продолжать вести и приватную и публичную жизнь независимо от местоположения в пространстве.

Одной из наиболее прочных «привязанностей», которая мешает погружению в движение, является собственность. В кочевом мире отношение к собственности фундаментально иное, чем в оседлом. Традиционное кочевничество не рассматривает природу как собственность, номад включен в нее, он пребывает в ней, она не может рассматриваться как «чья-то», так как он ее часть. Как пишет Ж. Жаргалсайхан: «Частная собственность у кочевников имеет предел. Кочевники-скотоводы кочуют со своими стадами и со всеми имуществами. Нет у «подвижного» общества «недвижимой» собственности. По этой причине, стремление к собственности (к богатству) у кочевников находится в четко и вынуждено ограниченных пределах» [10]. Этот же автор отмечает, что именно умеренное отношение к собственности и характеризует кочевничество.

Иначе обстоит дело в оседлой культуре. Еще Аристотель отмечал, что цель государства состоит в достижении блага, которое достигается среди прочих и путем накопления, и гражданам необходимо овладевать искусством накопления. «К практической стороне искусства наживать состояние относится усвоение опыта в деле приобретения предметов владения: какие из них наиболее полезны, где и каким образом можно достать их» [11, с. 395]. К. Шмитт пишет, что при освоении гладкого пространств Моря, которое было «свободным», в XVI–XVII вв. было принято, что «открытие» является достаточным основанием для обретения права владения [12, с. 106]. Эта идея прочно вошла в обыденное сознание оседлых граждан. В советском фильме «Три плюс два» конфликт действующих лиц разворачивается вокруг места на берегу моря. Главные героини подтверждают право своего пребывания на этом месте тем, что они его нашли первые, то есть «открыли», а остальным надлежит покинуть это место, поискать другое. И в поездах, разве первыми войдя в купе вагона мы не чувствуем себя полноправными хозяевами? Иначе чувствует кочевник, его переживания созвучны с тезисом, актуальным в культуре постмодерна: «Земля – наш общий дом». С одной стороны, это свидетельствует о том, что потребительское отношение к природным ресурсам должно быть прекращено. С другой, что Дом распространился на всю Землю и можно везде чувствовать себя как Дома. Если Дом везде, то путешествие становится невозвратным, так как Путь лишился начальной и конечной точки отсчета, в качестве которого выступал Дом.

Потребительство связано с экзистенциалом «иметь», который характеризует, на наш взгляд, стратегию агротического, оседлого существования, тогда как в номадизме проявляется «быть». В.А. Подорога отмечает: «Быть – значит принадлежать чему-то» [13, с. 114]. Номад принадлежит Пути, он растворен в стихиях природы, тогда как оседлый отделяется от природы и пытается присвоить природные элементы.

Номадизм постмодерна, в отличие от традиционного, неоднороден: с одной стороны, он ориентирован на избавление от того, что мешает движению, с другой, порождает новые движения, связанные с потребительством. В современном мире тяга к обладанию принимает особую форму стяжательства – шопинг. Бесцельные шатания и повторяющиеся челночные движения хронического потребителя А.К. Секацкий назвал шопингом [14, с. 139]. Эти движения заполняют время повседневности и имитируют смыслы. Сама по себе покупка не исчерпывает содержание процесса шопинга. Особую значимость приобретают осмотр, выбор и касание товара, что роднит шопинг с эротической игрой [14, с. 143]. В нем обнаруживается глубокая чувственная интенсивность и широкая «площадь удовлетворяемой поверхности». Как считает А.К. Секацкий, в шопинге реализуется то, что Г.Ф. Гегель назвал «хитростью разума», высвобождающая от принуждения к труду и делающая шопинг конкурентом технического прогресса [15, с. 271]. Шопинг развивает практические навыки распознавания «Что? Где? Почему?», причем осуществление приобретения не так уж важно, важным является процесс и

накопление информации для обсуждения в досуговых беседах. В культуре постмодерна, когда любой товар становится доступен практически любому покупателю, товар перестает выступать маркером идентичности, и превращается в символический конструкт сборки образа, каким человек хочет казаться [16]. А если целью не является конкретный товар можно ли считать это чистым потреблением? Скорее это своего рода «фланирование» (фланер рассматривается З. Бауманом как потомок паломника, современный номад), которое отличается степенью интенсивности визуального поглощения и жажды пестроты событийного ряда. В отличие от фланирования шопинг помимо чувственного переживания предлагает еще симуляцию рационально-прагматической компоненты прогулки.

Разочарование в ценностях глобального мира, кризис мультикультурализма порождает новые номадические траектории, которые направлены на освобождение от ценностей потребления, графиков и расписаний. Речь идет о дауншифтинге (англ. Downshifting), о стратегии людей, которые сознательно отказываются от высокого дохода и ответственности, переходят на спокойные, низкостатусные должности или вовсе перебираются в сельскую местность, посвящая себя общению с природой и семьей. Нисходящая социальная мобильность, потеря престижа, карьеры, власти, высокого дохода знаменуют процесс, названный «дауншифтингом» [17, с. 56]. Дауншифтинг приобретает характер социального явления, многие люди желают вырваться из жестко регламентированных границ повседневного рутинного бытия, чтобы жить ради себя: путешествовать, наслаждаться красотой ландшафта, покоем. Как правило, это обеспеченные люди, которые устали от напряжения и постоянного стресса и могут себе позволить без особого экономического убытка бросить труд ради удаления от мира. Ряд авторов отмечает, что дауншифтинг берет свое начало в мировоззрении опрощения Л. Толстого, который не избегал труда, но пытался создать собственный мир на базе своих идеалов должного, потребность в котором возникла в период глубокого религиозно-нравственного кризиса [18, с. 161]. Дауншифтеры стремятся вырваться из рабства денег, работы, общественных стереотипов и, как правило, превращают свою жизнь в путешествие [19]. В отличие от нормативно одобренного движения (социальная мобильность «вверх» по карьерной лестнице), дауншифтеры избирают траекторию «вниз», но это нисходящее движение не расценивается ими негативно, а рассматривается как возврат к себе, позволяющий жить для себя [20]. С номадами их роднит отсутствие привязанности к какой-либо неподвижной точке (работа, дом, статус).

Таким образом, номадизм, как доминирующий образ жизни культуры постмодерна представляется неоднородным. Исчезновение неподвижной точки отсчета приводит к тому, что любая точка пространства (ландшафтного, социального, культурного) лишается аксиологического наполнения. Движущийся субъект становится безразличен к точкам составляющим маршрут, к результатам своей деятельности, к тому, что должно перейти в прошлое, так как прошлое перестает быть таковым из-за подвижности точки отсчета, которая обещает новизну, оказывающуюся симулякралом [21]. С одной стороны, для столкновения с этой новизной (впечатлений) необходимо быть «легким на подъем» и разорвать все узы, сдерживающие движение, с другой, для того, чтобы подтвердить свою успешность (усвоение предлагаемых культурой скоростей) субъект должен предъявить доказательства пребывания в той или иной точке: сувениры, фотографии, нарративы, что приводит к необходимости потребления. Но в отличие от модерна, в котором потребление приводило к увеличению предметной массы, окружающей человека и сдерживающей движение, в постмодерне производятся и потребляются знаки, которые не мешают набору скорости и могут быть легко стерты, удалены, заменены.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. – М.: Республика, 2006. – 272 с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Академия, 2004. – 790 с.
3. Ритцер Дж. Макдональдизация общества 5. – М.: Праксис, 2011 – 592 с.
4. Толстой Л.Н. Так что же нам делать // Собрание соч. в 22 тт. Т. 16. – С. 191.
5. Бауман З. Текучая современность. – М.: Питер, 2008. – 240 с.
6. Фромм Э. Искусство быть. – Москва: АСТ, 2013. – С. 125.
7. Шляков А.В. Феноменологические аспекты номадизма // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, – 2012. – №1(15). – С. 216–219.
8. Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. – 1995. – № 4. – С. 133–154.
9. Аттали Ж. На пороге нового тысячелетия. – М: Международные отношения, 1993. – 70 с.
10. Жаргалсайхан Ж. Особенности кочевого общества // Вестник Бурятского государственного университета. Педагогика. Филология. Философия. – 2012. – №6, – С. 239–244.
11. Аристотель. Политика. Собр. соч. т.4. – М. 1983.
12. Генон Р. Номос земли. – СПб: Владимир Даль, 2008. – 670 с.
13. Подорога В.А. Вопрос о вещи. Опыты по аналитической антропологии. – М.: Грюндриссе, 2016. – 348 с.
14. Секацкий А.К. Дезертиры с острова сокровищ. Очерки. – СПб.: Лимбус-Пресс, 2017. – 272 с.
15. Секацкий А.К. Последний виток прогресса. – СПб. 2012. – 332 с.
16. Охолина И.Е. Шопинг как вид досуга и проявления культуры массового консьюмеризма в постиндустриальную эпоху // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2014. – № 4 (145). – С. 31–34.
17. Лисова Е.В. Дауншифтинг: стратификационные эффекты // Экономическая социология. – 2008, – Т.9, – №2. – С. 56–65.
18. Зайцев П.Л., Оводова С.Н. Дауншифтинг или опрощение. К вопросу об авторстве современного культурного явления // Омский научный вестник. – 2018. – Т.23. – №4. – С. 158–161.
19. Овечкина Я.В. Феномен дауншифтинга в России // Научные труды Северо-Западного института управления. – 2014. – т.5. – №1(13). – С. 54–58.
20. Рикель А.М., Когель Д.Д. Особенности ценностно-мотивационной сферы дауншифтеров // Вопр. психологии. – 2015. – № 6. – С. 84–94.
21. Бодрийяр Ж. Симуляции и симулякры. – М.: Постум, – 2018. – 240 с.

Shlyakov Aleksey Vladimirovich
Industrial university of Tyumen, Tyumen, Russia
E-mail: schafferhund@rambler.ru

Features of nomadism of consumer society (on the example of shopping and downshifting)

Abstract. The article is devoted to the study of such socio-cultural phenomenon as nomadism. Nomadism, which previously meant the traditional form of nomadic economy, in the postmodern becomes a global way of life, focused on movement and break with any entrenchment, planetary nomadism. Postmodern nomadism manifests itself in tourism, internautica, digital nomadism, labour migration, vagrancy; common to various forms of nomadism are non-teleological movement, immersion of the House, previously acting as a fixed point of reference, in the route of movement, special, different from the settled Chrono and topo experience. Various nomadic practices are united by: the tendency to fragmentation of interpersonal relations; the rejection of their long-term, the desire to establish a distance between Oneself and the Other, the consideration of the Other not in moral, but in aesthetic optics, which excludes responsibility. In the article nomadism is considered as a phenomenon paradoxically combining and getting rid of everything that can hinder movement, and the use of movement for consumption. Based on the comparative analysis of nomadic practices of postmodern culture, the author tries to solve this paradox. The article examines the sedentary and nomadic relations to property. The special forms of postmodern nomadism – shopping and downshifting are analyzed, which illustrate the oppositional trajectories of this socio-cultural phenomenon. Shopping realizes the need for novelty and is associated with consumption, while downshifting is focused on the rejection of consumerism. It is concluded that in the culture of postmodern consumption is shifted to the sign-symbolic systems, so its implementation does not burden the accumulation of the commodity mass that prevents movement.

Keywords: nomadism; consumption; movement; property; postmodern; culture; shopping; downshifting

REFERENCES

1. Bodriyyar Zh. (2006). Obshchestvo potrebleniya. [*Consumer society.*] Moscow: Republic, p. 272.
2. Bell D. (2004). Gryadushchee postindustrial'noe obshchestvo. Opyt sotsial'nogo prognozirovaniya. [*The upcoming post-industrial society. Social Forecasting Experience.*] Moscow: Academy, p. 790.
3. Rittser Dzh. (2011). Makdonal'dizatsiya obshchestva 5. [*Macdonaldization of society 5.*] Moscow: Praxis, p. 592.
4. Tolstoy L.N. (n.d.). Tak chto zhe nam delat' // Sobranie sochineniy v 22 tomakh. Tom 16. [*So what do we do // Collected Works in 22 volumes. Volume 16.*] p. 191.
5. Bauman Z. (2008). Tekuchaya sovremennost'. [*Flowing Modernity.*] Moscow: Peter, p. 240.
6. Fromm Eh. (2013). Iskusstvo byt'. [*Art of being.*] Moscow: AST, p. 125.
7. Shlyakov A.V. (2012). Phenomenological aspects of nomadism. *Diploma*, 1(15), pp. 216–219 (in Russian).

8. Bauman Z. (1995). From a pilgrim to a tourist. *Sociological journal*, 4, pp. 133–154 (in Russian).
9. Attali Zh. (1993). Na poroge novogo tysyacheletiya. [*On the threshold of the new millennium.*] Moscow: International relationships, p. 70.
10. Zhargalsaykhan Zh. (2012). Features of a nomadic society. *Bulletin of the Buryat State University. Pedagogy. Philology. Philosophy*, 6, pp. 239–244 (in Russian).
11. Aristotel' (1983). Politika. Sobranie sochineniy. Tom 4. [*Features of a nomadic society // Bulletin of the Buryat State University. Pedagogy. Philology. Philosophy.*] Moscow.
12. Genon R. (2008). Nomos zemli. [*Nomos land.*] Saint Petersburg: Vladimir Dal, p. 670.
13. Podoroga V.A. (2016). Vopros o veshchi. Opyty po analiticheskoy antropologii. [*Question about things. Experiments in analytical anthropology.*] Moscow: Grundriss, p. 348.
14. Sekatskiy A.K. (2017). Dezertiry s ostrova sokrovishch. Ocherki. [*Deserters from treasure island. Essays.*] Saint Petersburg: Limbus Press, p. 272.
15. Sekatskiy A.K. (2012). Posledniy vitok progressa. [*The last round of progress.*] Saint Petersburg, p. 332.
16. Okholina I.E. (2014). Shopping as a type of leisure and manifestation of a culture of mass consumerism in the post-industrial era. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 4(145), pp. 31–34 (in Russian).
17. Lisova E.V. (2008). Downshifting: stratification effects. *Economic Sociology*, 2(9), pp. 56–65 (in Russian).
18. Zaytsev P.L., Ovodova S.N. (2018). Downshifting or simplification. To the question of authorship of a modern cultural phenomenon. *Omsk Scientific Bulletin*, 4(23), pp. 158–161 (in Russian).
19. Ovechkina Ya.V. (2014). The phenomenon of downshifting in Russia. *Scientific works of the North-West Institute of Management*, 1(5), pp. 54–58 (in Russian).
20. Rikel' A.M., Kogel' D.D. (2015). Features of the value-motivational sphere of downshifters // *Psychology Issues*, 6, pp. 84–94 (in Russian).
21. Bodriyyar Zh. (2018). Simulyatsii i simulyakry. [*Simulations and simulacra.*] Moscow: Postum, p. 240.