

Система потребления. Экологический след

**Выполнили: Яхин В.
Белеев Б.
Никитина Я.
Какуля Л.**

Потребление и Потребности

Потребление – это использование благ, вещей, товаров, услуг для удовлетворения потребностей.

Потребности — это виды продукции, товаров, услуг, вещей, в которых нуждаются люди и которые они стремятся иметь и потреблять. К потребностям относят не только то, что приносит пользу, что крайне необходимо для жизни, но и реальные запросы на предметы, которые могут оказаться вредными для здоровья, но потребляются людьми в силу сложившихся привычек и получаемого удовольствия, удовлетворения.

В современной социологической литературе принята пятиуровневая классификация потребностей:

Первичные материальные потребности (в питании, одежде, жилище и т. п.)

Материальные потребности второго порядка, отражающие качественные требования (в условиях приема пищи и качестве питания, следовании моде, комфортности и качеству жилья и т. п.)

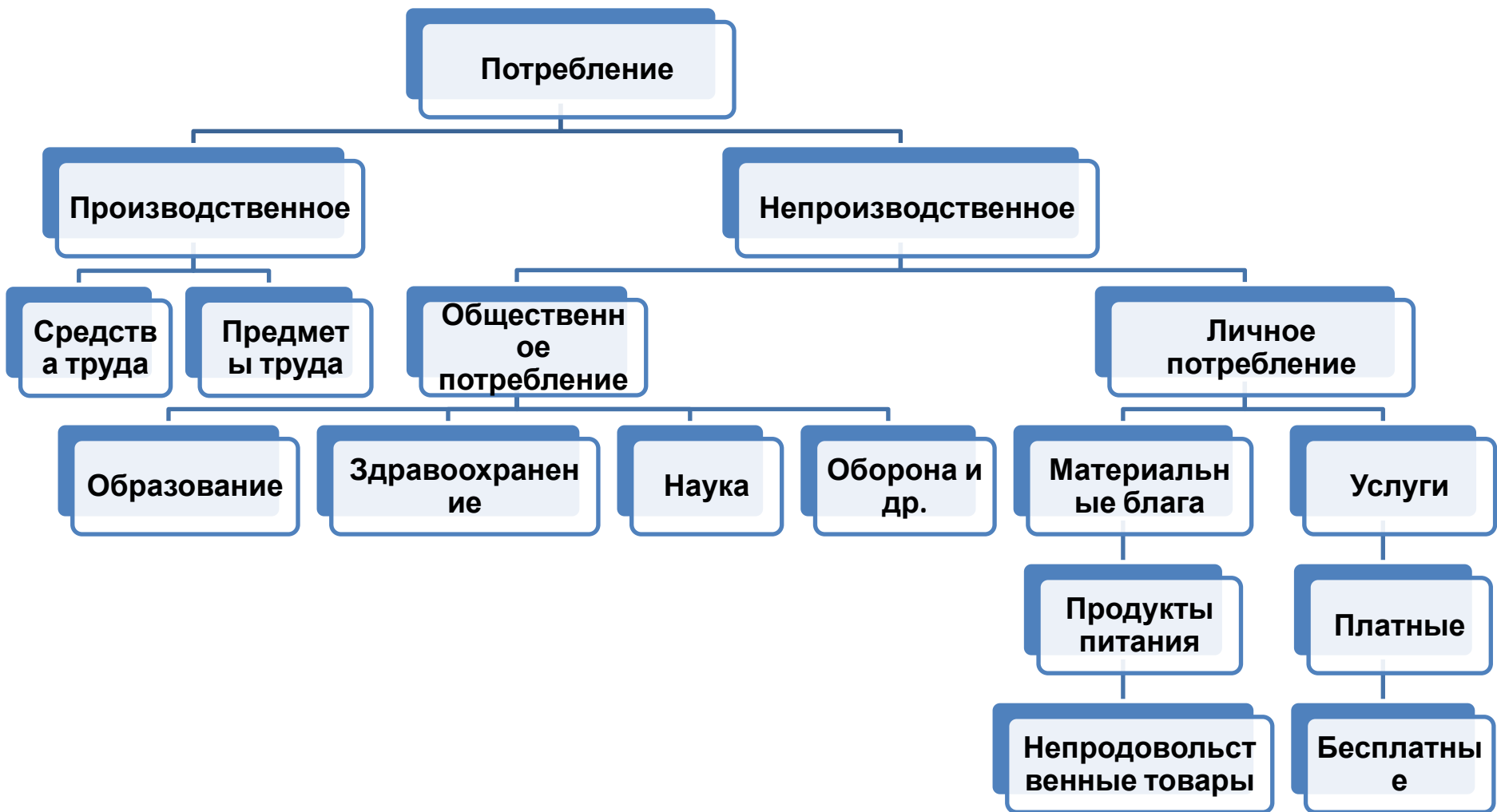
Социальные потребности (в общении, признании и т. п.)

Духовные потребности (в знаниях, эстетическом сопереживании и т. п.)

Духовные потребности высшего порядка (в творческом труде, общественно-политической деятельности)

Пирамида потребностей по А. Маслоу





Особое место в непроизводственном потреблении занимают различного рода блага и услуги, используемые для удовлетворения личных потребностей населения (личное потребление).

В структуре данного потребления выделяется потребление материальных благ, оцениваемое расходами на продукты питания и непродовольственные товары, а также потребление платных и бесплатных благ и услуг.

Культура потребления

Культура – один из ключевых компонентов социокультурного поля общества. Это ресурсы, ценностно-нормативная подсистема и символические средства коммуникации.

Культура программирует все виды человеческой деятельности, поэтому существует:

- культура труда;
- культура быта;
- культура потребления ;
- экономическая ;
- художественная ;
- политическая;
- семейная культура

Культура потребления – это функционирующая господствующая программа использования членами общества всех потребительских благ.

Она включает в себя все описанные компоненты культуры: представления о потребительских ценностях и нормах, регулирующих потребление, санкции общества на нарушение или соблюдение потребительских норм, язык как свод правил интерпретации потребительских актов, устойчивые автоматические потребительские практики (свободные привычки).

Культура потребления включает также в себя объективный и субъективный компоненты, т.е. надындивидуальную реальность (пространство культурных возможностей) и освоение этих возможностей на уровне индивидов и их групп.

На поверхности потребление выступает как процесс свободного индивидуального выбора. Каждый думает своей головой. Однако надындивидуальный характер культуры потребления легко обнаруживается при переезде из страны в страну, когда культура прорывается в форме широко распространенных или доминирующих вкусов в области питания (национальная кухня), архитектуры, одежды, косметики, организации свободного времени, потребления алкоголя и т.д. Идеи и представления, составляющие культуру потребления, лишь условно можно назвать устойчивыми. В действительности они находятся в постоянном процессе изменения и воспроизводства.

Культура – это безостановочный процесс. Наличие в этом процессе относительно устойчивого ядра, сохраняющегося на протяжении более или менее длительного исторического периода, создает иллюзию устойчивости.

- Динамика культуры потребления проявляется в быстрой смене вкусов, моды, набора потребляемых предметов и услуг, в форме их подачи и интерпретации («красивое» превращается в «уродливое» и наоборот, «престижное» - в «старомодное» и т.д.)
- Одним из проявлений культуры является структура товаров, потребляемых на одном и том же рынке. Есть культура потребления жилищ, одежды, пищи, автомобилей и т.д.

Культура потребления – надындивидуальная реальность, но она творится людьми как непосредственно, так и с помощью социальных институтов – государства, бизнеса, церкви и т.д. Так, во многих странах культура потребления существенно меняется. Культура потребления – это господствующая (в силу массовости или опоры на власть социальных институтов) программа потребительского поведения. Однако этой категории недостаточно для объяснения феномена потребления. «Культура» - слишком крупномасштабная категория. Культура проявляется в более конкретных формах субкультур.

Основные компоненты культуры

1. Ценность
2. Нормы(идеалы или образцы)
3. Язык
4. Санкции

Выделение выше приведенных элементов можно лишь в аналитических целях. В реальности все они тесно переплетаются и существуют в нераздельном единстве. Любая норма содержит в себе более или менее ярко выраженный элемент оценки, выступает в качестве символа, знака, по которым распознаются «свои - чужие», «культурные - некультурные», предполагает санкции за отступление от ценностно-нормативного стандарта.

Массовая культура

- Одним из важнейших феноменов индустриального общества становится массовая культура. Ее появление становится возможным благодаря настоящей революции в развитии средств массовой информации (появление радио, телевидения, массового кинематографа, доступных по цене газет, журналов и книг. Техника сделала возможной массовую культуру. Однако этот феномен не сводим к культуре, поставленной на поток.
- Другая ключевая характеристика массовой культуры – ее коммерческая ориентированность. Эта культура превращается в такой же товар, как пища, одежда и т. п. Массовая культура – это культура, поточно производимая на продажу. Поэтому она порождает специфические критерии оценки: ценится то, что приносит прибыль, чем выше прибыль, тем выше ценность произведения. Иначе говоря, культура в этом пространстве отказывается от внутренних критериев, отдавая себя целиком на суд рынка.

«Общество потребления»

Общество потребления (англ. Consumer society) — метафора, обозначающая совокупность общественных отношений, организованных на основе принципа индивидуального потребления. Общество потребления характеризуется массовым потреблением материальных благ и формированием соответствующей системы ценностей и установок. Увеличение количества людей, разделяющих ценности общества потребления, является одной из черт современного человечества.

Впервые термин ввел немецкий социолог - Эрих Фромм.

Черты общества потребления

- В потреблении, выходящем за рамки борьбы за физическое существование, в различной степени участвует подавляющее большинство населения.
- В торговле и сфере обслуживания уменьшается роль мелких магазинов. Главную роль начинают играть крупные торговые центры и супермаркеты.
- Революция в сфере коммуникаций (распространение интернета, сетей мобильной связи)
- Экономическая система тесно переплетается с культурой потребления.
- Конкуренция производителей порождает конкуренцию потребителей.
- Появляется развитая система кредитования, банковские карточки, дорожные чеки, карты постоянных покупателей и т. п.
- Существенно изменяется структура стоимости товаров и услуг. Зачастую в неё включается символическая цена за «торговую марку» (бренд)
- Ускоряется темп изменений моды.
- Физкультура и спорт проходят процесс коммерциализации.
- Образование, прежде всего высшее, становится платной рыночной услугой, приобретаемой в массовых масштабах.
- Появляется так называемая «индустрия красоты».

Аргументы в защиту общества потребления

- Среди социологов и общественных деятелей имеется немало сторонников общества потребления и потребительства. Их основные тезисы таковы:
- Потребление способствует возникновению хорошего и ответственного правительства, способствующего долгосрочной социальной стабильности, необходимой для общества.
- В обществе потребления производители имеют стимул совершенствовать и создавать новые товары и услуги, что способствует прогрессу в целом.
- Высокие потребительские стандарты являются стимулом для зарабатывания денег и, как следствие, упорной работы, продолжительной учёбы, повышения квалификации.
- Потребление сырья и товаров из стран «третьего мира» способствует их развитию.

Аргументы против общества потребления

- Общество потребления делает человека зависимым, несамостоятельным.
- Общество потребления существует исключительно в высокоразвитых странах, в то время, как страны третьего мира используются в качестве сырьевого придатка.
- В обществе потребления поощряется ускорение процессов. В том числе ускоряются отрицательные, разрушительные процессы.
- В обществе потребления снижается ответственность отдельного человека. Так, например, ответственность за загрязнение окружающей среды выбросами заводов целиком ложится на производителя, а не на потребителя.
- Моральные ценности общества потребления отрицают необходимость всестороннего умственного, нравственного и духовного развития человека. Это ведет к оболваниванию людей, деградации их как личностей, упадку массовой

Доктор физико-математических наук, академик РАН Владимир Арнольд писал:

«Американские коллеги объяснили мне, что низкий уровень общей культуры и школьного образования в их стране — сознательное достижение ради экономических целей. Дело в том, что, начитавшись книг, образованный человек становится худшим покупателем: он меньше покупает и стиральных машин, и автомобилей, начинает предпочитать им Моцарта или Ван Гога, Шекспира или теоремы. От этого страдает экономика общества потребления и, прежде всего, доходы хозяев жизни — вот они и стремятся не допустить культуры и образованности (которые, вдобавок, мешают им манипулировать населением, как лишённым интеллекта стадом).»

Многие религиозные организации официально осуждают идеалы общества потребления, мотивируя тем, что они расходятся с религиозными догмами и разрушают душевное и физическое состояние человека страстями. В частности, Патриарх Московский и всея Руси Кирилл аргументировал такую позицию следующими доводами:

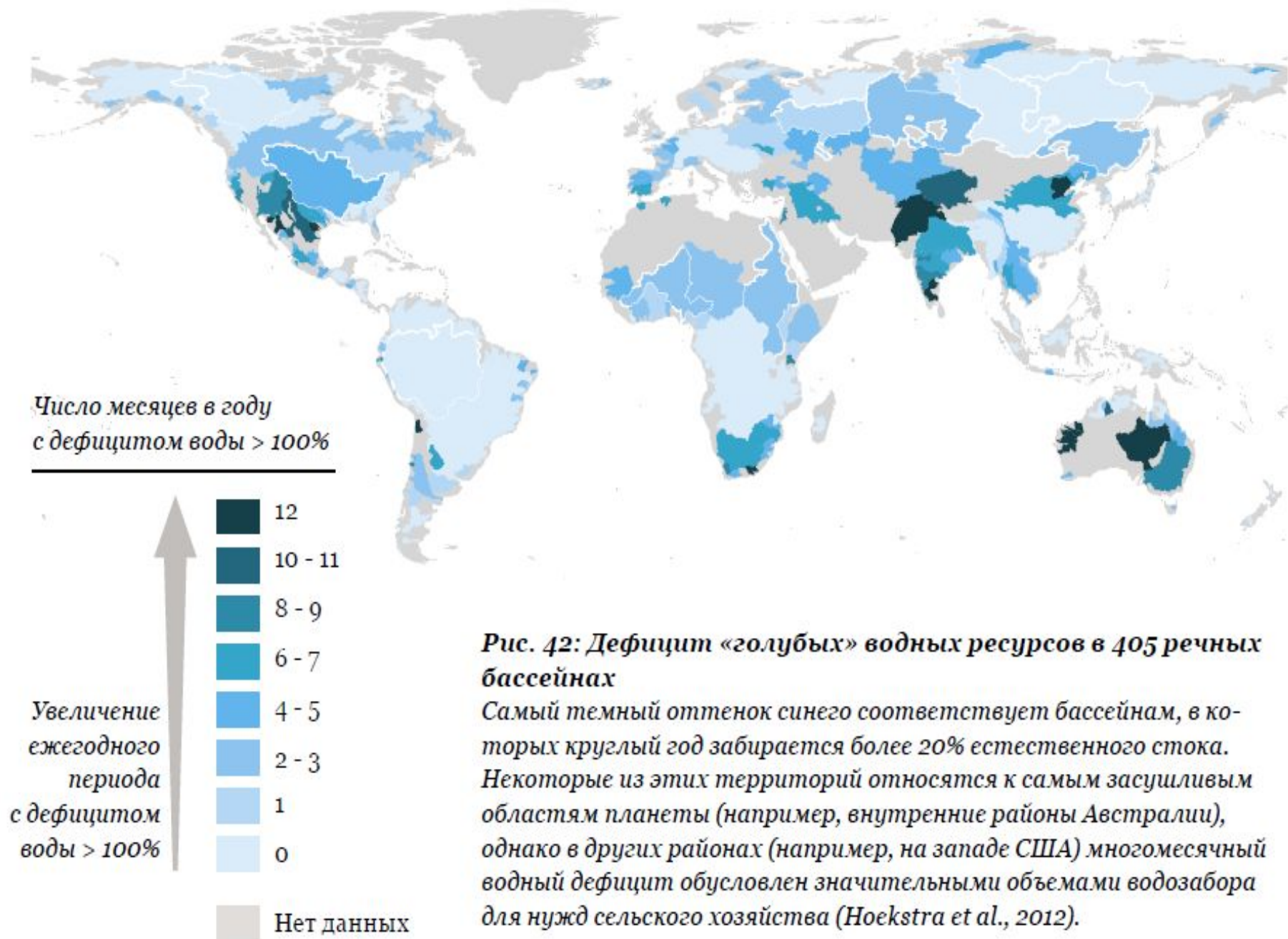
«Простые люди покупают вещь — и радуются. А безудержное потребление убирает эту радость... Человек себя обкрадывает. Если все общество встанет на путь такого безудержного потребления, то и земля наша, ресурсы её этого не выдержат! Уже доказано, что если средний уровень потребления будет такой, как в США, то основных ресурсов хватит всего на 40-50 лет. Бог не дал нам ресурсов, чтобы всем жить так. А если все не могут жить так — что означают эти колоссальные имущественные диспропорции?»

- — «Патриарх Кирилл: „Я приехал как паломник“», газета Аргументы и факты

В России

Общество потребления в постсоветский период в России: Согласно «Российской Бизнес-Газете» анализ последнего пятилетия показывает стабильно высокие темпы развития российского потребительского рынка — 10—15 % прироста ежегодно. Даже негативное влияние инфляционных процессов не останавливает наметившуюся с 2000 года тенденцию превращения России в постиндустриальное общество потребления. Финансовый кризис 2008—2009 годов в России затормозил темпы развития общества потребления. По информации Центробанка в 2012—2013 гг. в России наметилась тенденция превышения темпами роста потребительских расходов населения темпов роста его доходов. Специалисты Банка России уверены, что в этом виновато кредитование потребителей, которое развивается бурными темпами и меняет психологию россиян, стимулируя потребление.

Водопотребление – это потребление водных ресурсов вне водных источников для удовлетворения нужд населения, промышленности, сельского и коммунального хозяйства и др.



Что такое экологический след?

«Экологический след» – мера воздействия человека на среду обитания, которая позволяет рассчитать размеры прилегающей территории, необходимой для производства потребляемых нами ресурсов и хранения отходов.



СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СЛЕДА



Пашня

Площадь под сельскохозяйственными культурами, используемыми в качестве источника продовольствия и волокон для человека, а также под кормовыми, масличными и каучуковыми культурами.



Леса

Площадь лесов, необходимая для производства потребляемых лесоматериалов, целлюлозы и дров.



Углеродный след

Площадь лесов, необходимая для связывания выбросов CO_2 от сжигания ископаемого топлива, за исключением доли выбросов, поглощаемой океанами.



Пастбища

Площадь пастбищ для выпаса животных, выращиваемых в качестве источника мяса, молока, кожи и шерсти.



Застроенные земли

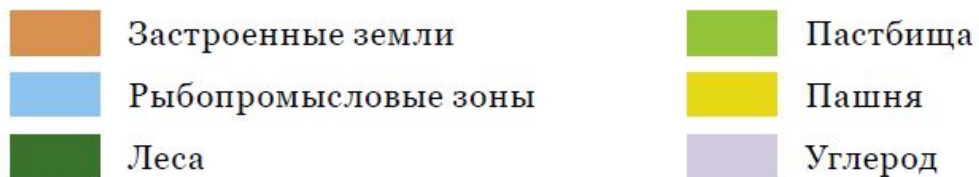
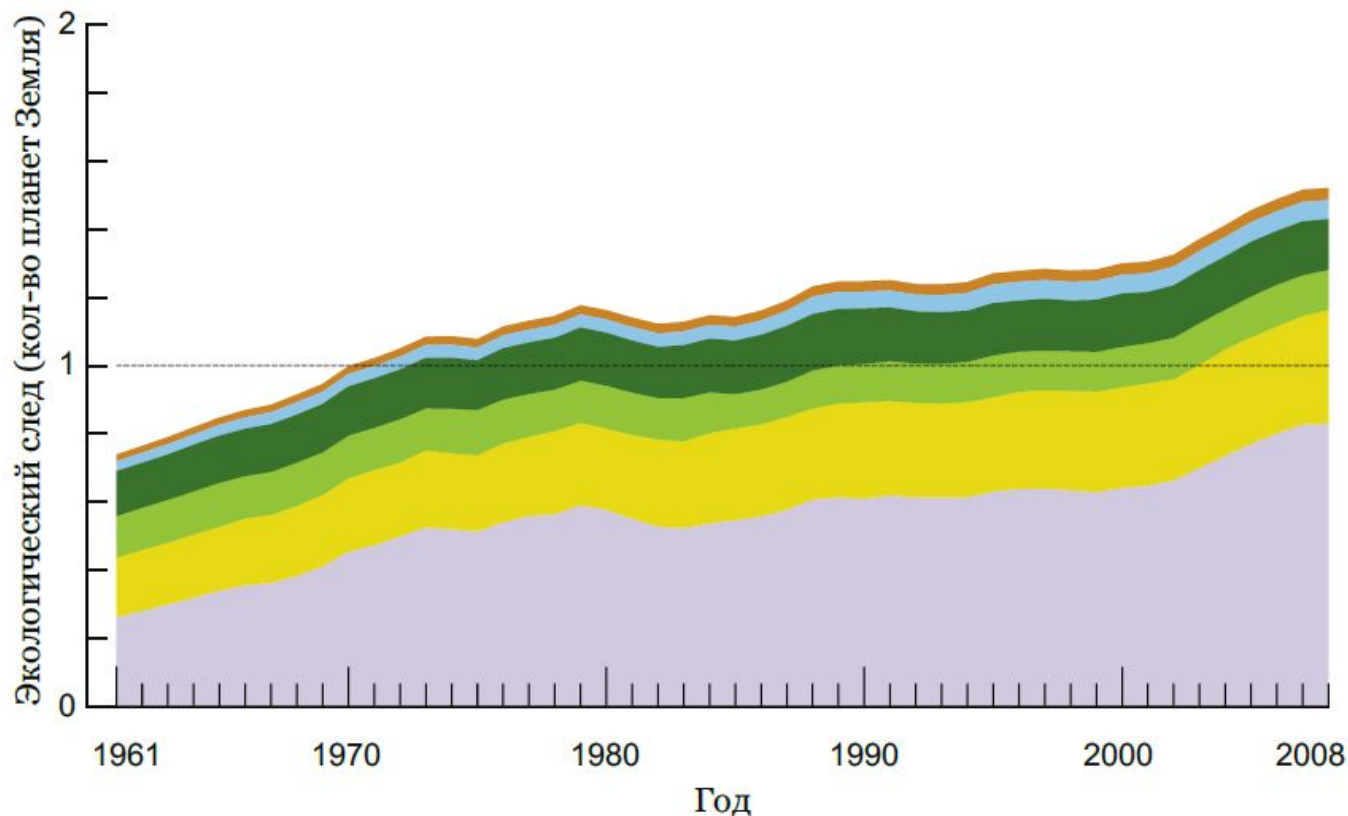
Площадь, занятая антропогенной инфраструктурой, включая транспортную инфраструктуру, жилую застройку, промышленные сооружения и водохранилища ГЭС.



Рыбопромысловые зоны

Расчитывается на основе оценки первичной продукции, необходимой для поддержания добываемой рыбы и других морских организмов, с использованием данных о вылове морских и пресноводных видов.

Глобальный экологический след в разбивке по составляющим 1961-2008 гг.



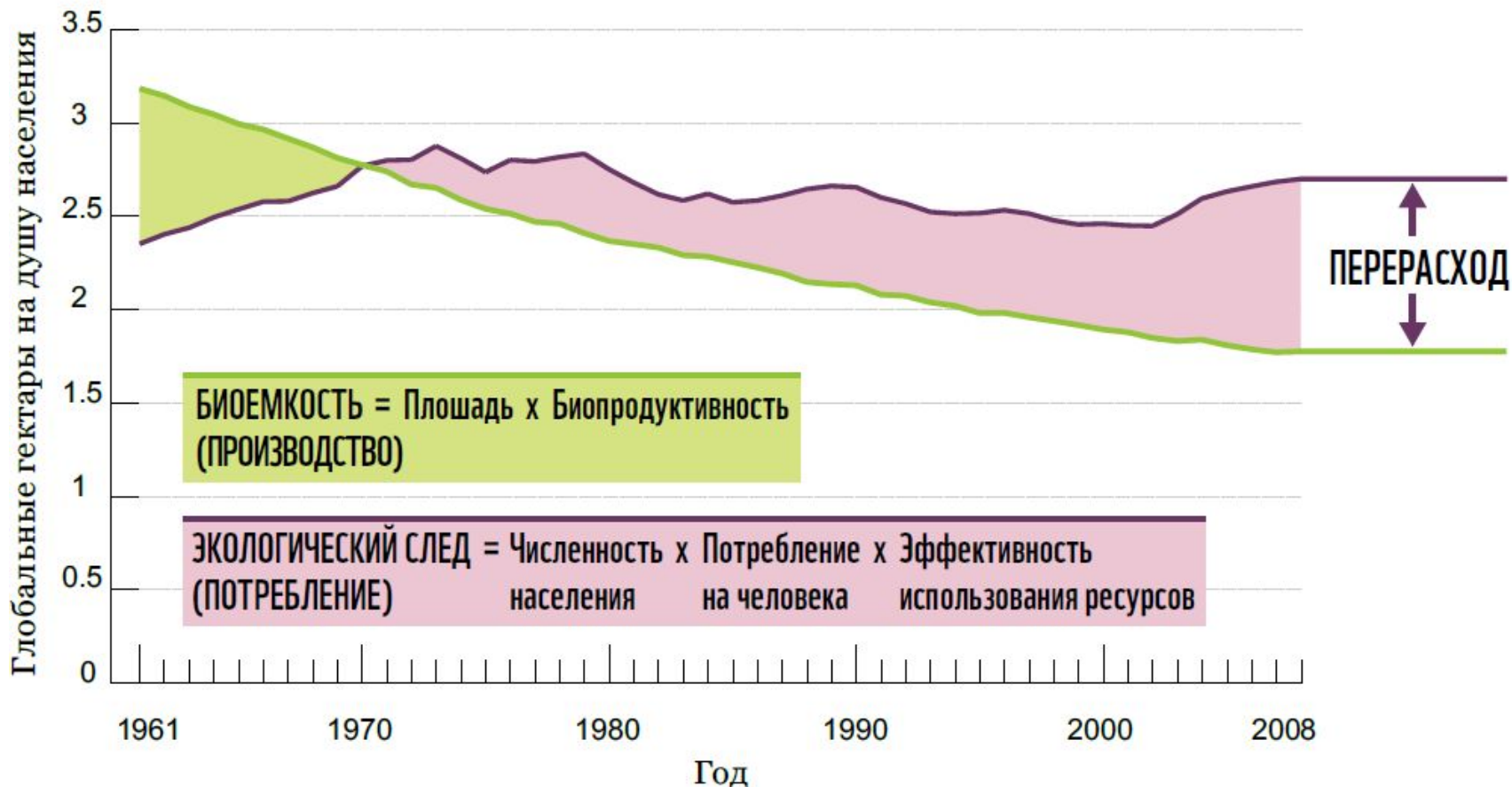
Факторы биоемкости

- **Биопродуктивная площадь:** площадь имеющейся пашни, пастбищ, рыбопромысловых зон и лесов.
- **Биопродуктивность на единицу площади:** Биопродуктивность территории может меняться от года к году и зависит от таких факторов, как тип и здоровье экосистемы, характер природопользования, применяемые агротехнические методы и погодные условия. Деятельность человека может приводить к повышению продуктивности и, как следствие, биоемкости, однако во многих случаях это достигается за счет одновременного увеличения экологического следа. Так, например, увеличение энерговооруженности сельского хозяйства и интенсивное использование удобрений могут приводить к повышению урожайности, но одновременно требуют большего количества ресурсов

Факторы экологического следа

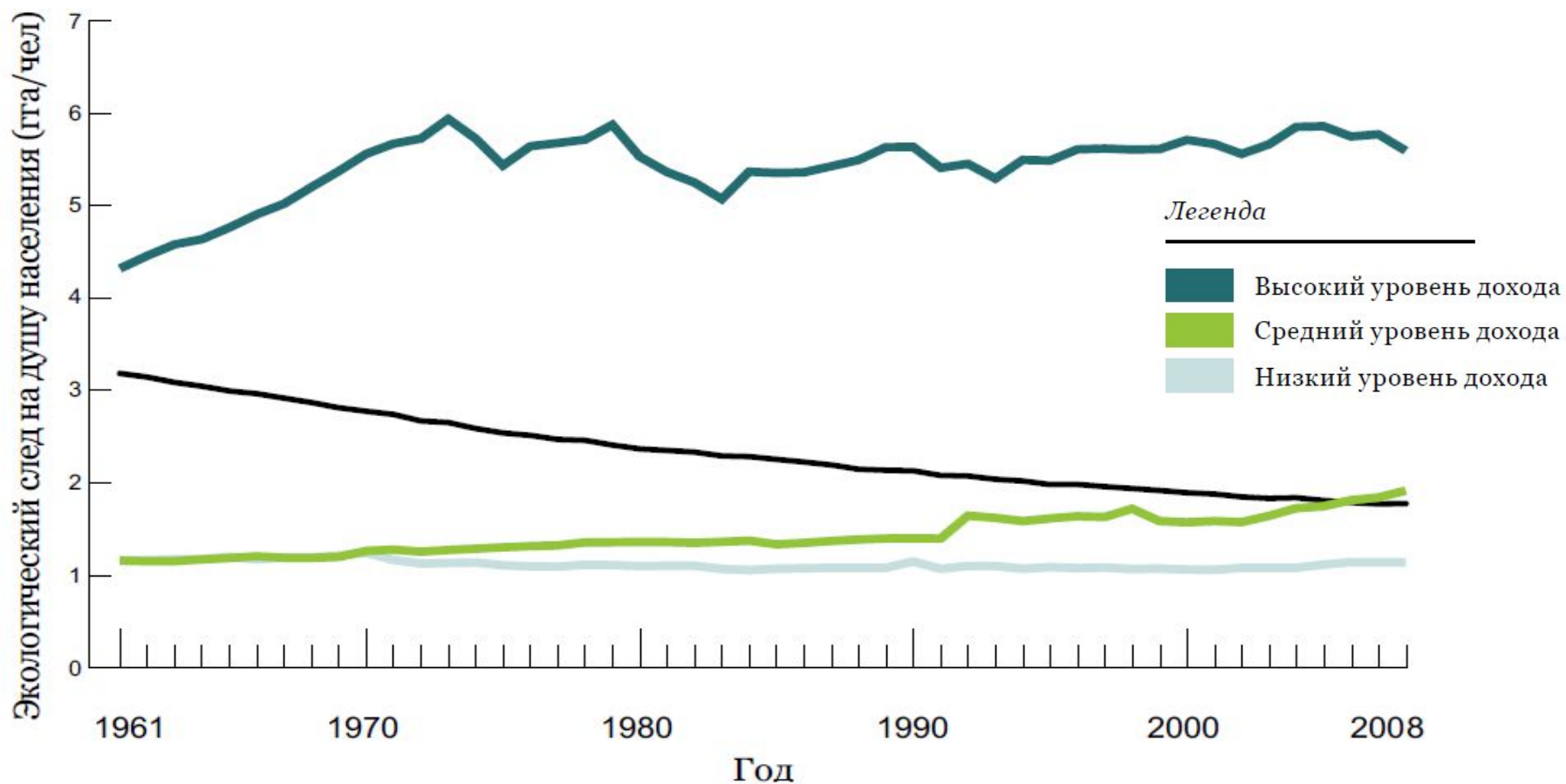
- **Рост численности населения:** Растущее количество потребителей является мощной движущей силой увеличения мирового экологического следа. Согласно оценкам, к 2050 г. Население планеты достигнет 7,9 – 11 млрд чел., причем средняя оценка составляет чуть больше 9,3 млрд чел. От численности населения зависит и объем биоемкости, приходящийся на каждого человека.
- **Потребление продукции и услуг на душу населения:** Различные группы населения потребляют различные объемы продукции и услуг, зависящие, прежде всего, от уровня их доходов.
- **Эффективность использования ресурсов:** Эффективность преобразования природных ресурсов в продукцию и услуги влияет на величину экологического следа для каждой единицы потребленной продукции. Эта величина варьирует от страны к стране.

Динамика экологического следа и биоемкости на душу населения в 1961–2008 гг.



**Снижение биоемкости на душу населения вызвано, главным образом, увеличением численности мирового населения. Все больше людей должны распределять между собой ресурсы планеты, и увеличение продуктивности Земли недостаточно для того, чтобы компенсировать связанный с этим рост потребления*

Динамика экологического следа на душу населения в странах с высоким, средним и низким уровнем доходов, 1961–2008 гг



РАЗНЫЕ СТРАНЫ, РАЗНЫЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ СЛЕД

