

НЕОЛИБЕРАЛИЗМ И ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ В ОПТИКЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ИСТОРИИ И CULTURAL STUDIES

Анализ книги Н. Олсена «Суверенный потребитель: новая интеллектуальная история неоллиберализма» в широком контексте исследований общества потребления интересен сам по себе и как проблематизация перспектив развития интеллектуальной истории. Представители cultural studies обсуждают влияние потребительского выбора на развитие экономики и форм политического участия, противопоставляя интересы «суверенного гражданина-потребителя» транснациональным корпорациям. Критическая теория предлагает рассматривать общество потребления как прямое продолжение стратегии извлечения прибыли – уже не из производства, а из сферы развлечений и инфраструктуры. Функцией интеллектуальной истории оказывается не только прояснение исторического контекста этой дискуссии, но указание на концептуальные рамки, которые могут бросить неоллиберализму вызов и помочь его преодолеть.

Ключевые слова: общество потребления, суверенный потребитель, неоллиберализм, интеллектуальная история, история понятий, политический выбор

Проблемы общества потребления и неоллиберальной политэкономии широко обсуждаются в гуманитарных и социальных исследованиях¹. В историографии эта проблематика вызывает пока гораздо меньше интереса. Отчасти это связано с тем, что для классической социально-экономической истории неоллиберализм – слишком масштабный объект исследования. Не очень понятны хронологические рамки и спектр политических программ, которые могут быть названы неоллиберальными.

В этом контексте актуальной представляется книга Никласа Олсена «Суверенный потребитель: новая интеллектуальная история неоллиберализма» (2019). Под «суверенным потребителем» автор понимает не какую-то специфическую самоидентичность, но обобщенный образ, рассматривающий свободный выбор покупателя как главный фактор развития рыночной экономики и политической сферы. Целью исследования становится не просто анализ исторической эволюции неоллиберальной доктрины или компаративный анализ различных ее версий (немецкой, американской, скандинавской и т.д.), но выяснение механизмов ее дискурсивной экспансии – подчинения прежде независимых социальной, культурной и политической сфер логике экономической эффективности. Неоллиберализм стал сегодня когнитивной парадигмой даже для научных теорий и повседневных практик поведения. В результате все сферы жизни оказываются подчинены новому режиму знания-власти (в смысле М. Фуко): «С этой точки зрения для неоллиберализма характерно распространение на все социальные и культурные сферы конкурентного духа, пытающегося превратить нас в “самозанятых” – инвестирующих в самих себя и управляющих собой»².

¹ Харви 2007; Хомски 2002; Дардо, Лаваль 2011: 103-117.

² Olsen 2019: 5.

Олсен начинает с описания предыстории идеи *суверенного потребителя* – эволюции либеральной политэкономии XVIII – начала XX в., считая, что уже в XIX в. потребитель становится персоной с юридическими и личными правами, способной использовать свою покупательную способность как политический голос, влияющий на изменение социальных отношений. Но в этот период не индивидуальный экономический выбор, а возможность объединяться в разные общественные организации с целью защиты своих прагматических интересов делает *суверенного потребителя* важным лицом политических отношений.

Затем в центре внимания автора оказываются взгляды известнейшего австрийского экономиста Л. фон Мизеса и его британского коллеги У. Хатта, который впервые в 1936 г. ввел понятие «суверенитет потребителя» (*consumer sovereignty*)³. Их идеи сформировались в условиях противопоставления либеральных и «тоталитарных» режимов, критики социализма и поиска экономически устойчивых альтернатив ему. Фигура *суверенного потребителя* в 1930–1940-е гг. выступала в связке не столько со стимулированием покупательной способности населения для преодоления мирового *экономического* кризиса, сколько с идеей *политической* демократии: «С точки зрения капиталистического общества потребление – это демократия, где каждая копейка представляет собой избирательный бюллетень. Это была потребительская демократия»⁴. Впервые масштабную реализацию эти идеи получили в ФРГ после политического раздела Германии, который требовалось поддерживать экономическими мерами. Далее Олсен рассматривает идеи экономического дерегулирования Чикагской школы и их отличия от скандинавской модели выхода из экономического кризиса. Именно в Дании в 1970-е гг. впервые произошел сплав идей государства всеобщего благосостояния и «здоровой рыночной конкуренции». Их начали проводить не М. Тэтчер или Р. Рейган, а датские социал-демократы, полностью отказавшиеся от противопоставления правых и левых – либералов и сторонников государственного вмешательства в экономику. Уже после этого Олсен рассматривает политику неоконсерваторов 1980-х гг. в США и Великобритании. Таким образом, неолиберализм лишь недавно занял доминирующую позицию в сложившейся социально-культурной гегемонии. Автор рассматривает его как новую политэкономия выбора потребителей, целью которой является подчинение публичной сферы эффективности рынка. Однако Олсен объясняет этот процесс экспансией рациональной логики, а не экономическими причинами или распространением новых повседневных практик потребления.

Впрочем, рациональность выбора вызвала у экономистов сомнения гораздо раньше, чем появился неолиберализм. Уже Х. Кирк в своей книге «Теория потребления» отмечал, что потребитель постоянно подвергается политическим манипуляциям, и что многие факторы бессо-

³ Hutt 1936.

⁴ Olsen 2019: 42.

знательно влияют на его выбор, включая социальную среду, культурные нормы, общественные организации и распределение доходов⁵. Исторический контекст формирования идей неолиберализма, несомненно, важен, но не менее продуктивно рассматривается в целом ряде других исследований⁶. Наконец, не очень понятной у Олсена остается трансформация понятий: как именно Тэтчер и Рейган из неоконсерваторов превратились в неолибералов? Кроме того, длительное формирование парадигмы *суверенного потребителя* в XVIII–XX вв. нивелирует специфику современного общества рисков – готовности к малообеспеченным инвестициям ради повышения прибыли⁷.

Не менее продуктивным представляется подход Р. Сасателли, которая в своей книге «Общество потребления: история, теория и политика» рассматривает выбор *суверенного потребителя* как микрополитический акт и стремится доказать, что рост потребления не сводится к современной неолиберальной логике. Еще в конце XIX в. рядовые американцы создали Национальную потребительскую лигу, которая организовала протесты и бойкоты крупных предприятий во многих городах США (Бостон, Филадельфия, Чикаго и т.д.). Ее главной целью была социальная справедливость, что вело к публикации «белых списков» производителей, не нарушавших права своих работников. Позднее, в 1960 г. была создана Международная организация потребительских союзов, которая следила за соблюдением прав покупателя на безопасность, информацию, право возврата товара и т.д. Поддержка потребления составляла важную часть «Нового курса» Рузвельта и политики «Новых рубежей» Кеннеди. Все эти моменты позволяют рассматривать потребление как составную часть проекта социального государства.

В конце XX – начале XXI в. неолиберальная глобализация стала поддерживать *гипертрофированное* потребление, что спровоцировало загрязнение окружающей среды, неравенство между потребителями, социальный разрыв между Севером и Югом и т.д. Это привело к политической консолидации локальных потребителей против стандартизации и глобализации, что проявилось в защите семейных пекарен во Франции, изготовления крафтового пива и пабной культуры в Великобритании, «органического земледелия» в Индии и «медленного питания» в Италии. Сторонники «альтернативного» или «этического» потребления не только критикуют транснациональные корпорации, бойкотируют мировые бренды и проводят акции протеста, но и активно практикуют различные формы «политического потребления», к которому относят производство альтернативных продуктов (эко, ремесленные товары и др.)⁸. При этом пропагандируется не полный отказ от потреб-

⁵ Kyrk 1923.

⁶ Так, например, известные социологи Д. Гудман и М. Коэн выделяют четыре этапа формирования современной модели потребления. Goodman, Cohen 2004.

⁷ Бек 2000.

⁸ Micheletti 2003.

ления, а его ограничение и относительная «рефлексивность». В этом смысле суверенный потребитель у Р. Сасателли стремится не просто к удовлетворению своих индивидуальных желаний, но к поддержанию локальных сообществ. Одновременно он становится политическим актором, для которого «купить» значит «голосовать», «протестовать», «заявить о себе», «изменить мир», «мобилизоваться для лучшего будущего»⁹. В этом смысле речь идет о новой форме политического участия, которая вытесняет традиционные социальные действия. Трудно сказать, насколько этот тренд сможет противостоять неолиберальной глобализации и существующей модели общества потребления. Кроме того, возможность выбора не решает проблему неравенства потребителей.

Сравнивая эти две работы, посвященные фигуре «суверенного потребителя», можно сказать, что Олсен делает акцент на исторические трансформации дискурса, а Сасателли – на современные локальные практики. Олсен скорее критичен: «Надеюсь, эта книга будет способствовать не только более глубокому пониманию неолиберальной парадигмы, но и формированию аналитической перспективы, а также появлению акторов, которые в итоге сместят неолиберализм и суверенного потребителя»¹⁰. Сасателли же склонна реабилитировать «рефлексивное потребление», противопоставляя его неолиберальному варианту глобализации. Данная полемика показательна сама по себе, и в плане возможного переноса на проблематику исторической памяти, популярность которой часто рассматривается сегодня как эффект общества потребления. В этом смысле исследования памяти могут реактуализировать элементы национального самосознания¹¹ – заново вводить их в публичную сферу, но не на макро-политическом уровне, а на уровне локальных культурных практик.

БИБЛИОГРАФИЯ/REFERENCES

- Goodman D.J., Gohen M. *Consumer Culture: a Reference handbook*. Santa Barbara, 2004. 269 p.
- Hutt W. H. *Economists and the Public: A Study of Competition and Opinion*. London: Jonathan Cape, 1936. 377 p.
- Kyrk H. A *Theory of Consumption*. Boston, N.Y.: Houghton Mifflin Company, 1923. 308 p.
- Micheletti M. *Political Virtue and Shopping. Individuals, Consumerism and Collective Action*. L.: Palgrave Macmillan, 2003. 322 p.
- Olsen N. *The Sovereign Consumer: A New Intellectual History of Neoliberalism*. L., Bloomington: Palgrave Macmillan, 2019. 319 p.
- Sassatelly R. *Consumer Culture: History, Theory and Politics*. Los Angeles, L.: Sage, 2007. 249 p.
- Бек У. *Общество риска. На пути к другому модерну*. М.: Прогресс-Традиция, 2000. 384 с. [Bek U. *Obshchestvo riska. Na puti k drugomu modernu*. М.: Progress-Tradiciya, 2000. 384 s.]
- Дардо П., Лаваль К. *Неолиберализм и капиталистическая субъективация* // *Логос*. 2011. № 1. С. 103-117. [Dardo P., Laval' K. *Neoliberalizm i kapitalisticheskaya sub"ektivaciya* // *Filosofsko-literaturnyj zhurnal Logos*. 2011. № 1. S. 103-117]
- Репина Л.П. *Историческая память и национальная идентичность: подходы и методы исследования* // *Диалог со временем*. 2016. № 54. С. 9-15. [Repina L.P. *Istoricheskaya pamyat' i nacional'naya identichnost': podhody i metody issledovaniya* // *Dialog so vremenem*. 2016. № 54. S. 9-15]

⁹ Sassatelly 2007: 188.

¹⁰ Olsen 2019: 265.

¹¹ Подробнее об этой проблеме см.: Репина 2016: 9-15.

Харви Д. Краткая история нелиберализма. Актуальное прочтение / Пер. с англ. Н.С. Брагиной. М.: Поколение, 2007. 288 с. [Harvi D. Kratkaya istoriya neoliberalizma. Aktual'noe prochtenie. M.: Pokolenie, 2007. 288 s.]

Хомски Н. Прибыль на людях: Неoliberalизм и мировой порядок М.: Праксис, 2002. 248 с. [Homski N. Pribyl' na lyudyah: Neoliberalizm i mirovoj porjadok. M.: Praksis, 2002. 248 s.]

Игаева Ксения Владимировна, научный сотрудник, Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина (Мининский университет); *igaeva.ksenia@yandex.ru*

Intellectual history and cultural studies of neoliberalism and the consumer society

The article is a review of Niklas Olsen's book «Sovereign Consumer: A New Intellectual History of Neoliberalism». Its analysis in the wider context of consumer society research is interesting in itself, and as a problematization of the prospects for the development of intellectual history. Many representatives of contemporary cultural studies discuss the impact of consumer choice on economic development and new forms of political participation, contrasting the interests of a “sovereign consumer-citizen” with transnational corporations. On the other hand, the critical theory proposes to consider the consumer society as a direct continuation of the capitalist strategy of making profit - now not from production, but from the sphere of entertainment and infrastructure. The function of intellectual history is not only clarification of the historical context of this discussion, but also an indication of a conceptual framework that can challenge neoliberalism and change it in the future.

Keywords: consumer society, sovereign consumer, neoliberalism, intellectual history, history of concepts, political choice

Ksenia Igaeva, Researcher, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University (Minin University); *igaeva.ksenia@yandex.ru*