

Ханин Ф.Г., канд.полит.наук
Ханина О.С.
dr.phill-khanin@yandex.ru

Санкт-Петербургский государственный университет
факультет международных отношений,
кафедра мировой политики
Санкт-Петербург, Россия

DOI: 10.24153/2079-5912-2018-9-1-33-37

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ЖИЗНИ В УСЛОВИЯХ ОБЩЕСТВА МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Аннотация: В статье рассматривается феномен управления образом жизни в современном мире в контексте глобальных процессов. Авторы анализируют подходы к пониманию самого термина, а также те факторы, которые влияют на его формирование под воздействием современных ценностных ориентиров.

Ключевые слова: образ жизни, бренд, транснациональные корпорации, глобализация, масс-культура, ценностные ориентиры.

В современном мире общепринятое понимание образа жизни – это набор привычных нам действий, обеспечивающих нашу жизнедеятельность. В более широком смысле образ жизни тождественен понятию стиль жизни и является «типичным для конкретно-исторических социально-экономических отношений способом индивидуальной и коллективной жизнедеятельности человека, характеризующим особенности его поведения, общения, склада мышления» [5].

Российский учёный И.В. Бестужев-Лада идёт дальше и выделяет в образе жизни четыре категории: экономическую – «уровень жизни», социологическую – «качество жизни», социально-психологическую – «стиль жизни» и социально-экономическую – «уклад жизни» [1]. Вполне очевидно, что каждый из перечисленных составляющих образа жизни требует дальнейшей классификации. Например, «качество жизни»: какова единица его измерения, где найти перечень процессов и явлений, оказывающих на него влияние, и как оно коррелируется с продолжительностью жизни? Всё остаётся не определённым, а значит, не вносит ясность и в понятие «образ жизни».

Новые тенденции в глобальной экономике говорят нам, что в будущем успех будет за теми, кто сможет определять или управлять образом жизни больших групп людей. Понятие «образ жизни», «modus vivendi» (лат.), отсылает нас к истокам Римского права и означает условие, при котором делаются возможными хотя бы временные отношения между двумя противоборствующими сторонами. Данный дипломатический термин не является определением мирного соглашения, он является формой некоего компромисса, предотвращающего прямое противостояние сторон при невозможности полного удовлетворения их интересов.

Именно это свойство должно определять наш подход к пониманию образа жизни современного человека, а главное, человека будущего. Ограниченность во времени любых отноше-

ний должна постоянно толкать производителя к поиску более совершенной экономической модели, а потребителя к поиску дополнительных ресурсов для поддержания существующего образа жизни или улучшения его. То же самое можно сказать и о компаниях, о производимых ими товарах и услугах, используемых технологиях. Причём, чем больше успех, чем больше доля рынка, тем быстрее может быть падение и тяжелее его последствия.

С конца 1990-ых годов компания «Nokia» удерживала лидерство на рынке производителей мобильных телефонов, став локомотивом экономики северной Европы и национальной гордостью Финляндии. «В 2007 году компания заняла более 60% рынка, а ее выручка превысила показатель в 40 млрд евро» [2]. Но уже к 2010 году всё кончилось, к 2013 году выручка компании упала вчетверо, а в 2014 году компанию поглотил «Microsoft» за унизительные 3% от былой выручки, при этом трудоустроив бывшего руководителя и троянского коня «Nokia» Стефана Элопа на должности вице-президента «Microsoft» [2].

Феномен «iPhone» и его вдохновителя Стив Джобс привел к тому, что сотни молодых и безусловно талантливых последователей мечтают повторить его успех. И даже, пойти дальше. Так, Элон Маск, основатель компании «Tesla Motors», к 2018 году обещает пересадить все человечество на электромобили, а к 2024 году отправить первую пилотируемую экспедицию на Марс [8].

Именно отсюда все эти проекты по созданию искусственного интеллекта на основе самообучающихся нейронных сетей [6], высокоскоростной транспортной системы «Hyperloop» [7] и запуск 700 орбитальных спутников для бесплатной раздачи интернета по всему миру [3]. Столь благородная цель – обеспечить всем людям на планете доступ к сети «Интернет», имеет и побочные эффекты. Повсеместный интернет убьёт независимых провайдеров и обеспечит монопольный контроль за глобальным рынком доступа в сеть одному человеку, а как он использует эту возможность – неизвестно.

Нечто подобное в данной области разрабатывает и «Google». Компания собирается при помощи низкоорбитальных аэростатов развернуть беспроводную сеть повсеместного доступа с уровнем качества сетей LTE [11]. А это уже похоже на недобросовестную конкуренцию.

Стремление к улучшению образа жизни, особенно путем развития новых наукоёмких технологий, оправдывает в глазах большинства людей стремление владельцев этих технологий контролировать наш образ жизни. Они привносят в нашу жизнь новые качества нашего образа жизни, а мы даём им право их контролировать.

Сегодня потребителя приучают не просто ждать новых, более доступных товаров, услуг и технологий. Потребитель

соразмеряет все новинки со своим представлением об идеальном образе жизни и принимает решение исходя из того на сколько их приобретение ему соответствуют и могут его качественно улучшить.

Еще в 2001 году в статье «Who's wearing the trousers», напечатанной в журнале Economist, которую на русский язык можно литературно перевести как «Кто в доме хозяин», пророчески предрекалось состояние, когда «потребители будут значительно терпимее относиться к недостаткам товаров, но совершенно не готовы будут мириться с недостатками образа жизни, ими продиктованными» [12].

Сейчас это умозаключение, казавшееся революционным в начале двухтысячных, лежит в основе тысяч успешных бизнес-моделей и считается классическим.

Участники бесконечной борьбы за вхождение и удержание в клубе глобальных брэндов не могли не заметить происходящие изменения. Сегодня для того, чтобы сформировать под себя рынок и стать серьёзным конкурентом компаниям с десятилетней историей и огромной инфраструктурой, достаточно разместить удачный вирусный рекламный ролик на «Youtube». А если у человека 300 тысяч подписчиков в «Instagram», он уже брэнд, хотя и не создавал продукт, не выстраивал компанию или не разрабатывал технологию. Однако сумел привлечь внимание людей, заручиться их доверием, а значит, стал брэндом и может его монетизировать [9].

Чаще всего эти люди-брэнды не обладают явными уникальными достоинствами или заслугами. А секрет их успеха кроется в образе жизни человека-брэнда, который привлекает его подписчиков, фанатов, последователей, неравнодушных.

Сегодня ошибки глобальных компаний, по каким бы причинам они не совершались, становятся для них всё более болезненными, потому что за ними смотрят не просто их потребители, – за ними смотрят тысячи компаний, страстно мечтающих переманить их клиентов, разорвать их рынок, а главное, готовых предложить потребление производимой ими продукции в формате более соответствующего времени образа жизни.

За последние 20 лет в разы возросло количество студентов, профессионально интересующихся маркетингом. В США более половины студентов выбирают в качестве курса по выбору маркетинг. При этом предпочтения складываются вне зависимости от выбранной базовой специальности. Будущему инженеру, спортсмену или дизайнеру одинаково нужно владеть азами маркетинга, чтобы продвигаться в профессии, обойти конкурентов и делать правильный потребительский выбор.

Ксавье Ванессте, пивовар из города Брюгге, Бельгия, приобрел всемирную известность не благодаря уникальными вкусовыми свойствами своего пива, а благодаря тому, что строит первый в мире городской пивопровод, соединяющий пивоварню «De Halve Maan» с заводом по розливу пива. Профинансировать строительство пивовару помогли местные жители, владельцы ресторанов и гостиниц в районе прокладки пивопровода, которые согласились купить пожизненный абонемент на снабжение золотистым напитком в обмен на врезку в пивопровод [10].

Однако, нельзя сказать, что гиганты транснационального бизнеса окончательно упустили инициативу и уже не способны взорвать рынки. Есть очень яркие примеры, говорящие об обратном. Мало кто помнит, но до начала XX века, большая часть продаваемого чая в мире продавалась в виде таблеток или плиток, спрессованных из чайной крошки и пыли. В 1904 году Томас Салливан придумал фасовать чай в шелковые мешочки и в таком виде заваривать, а уже в 1929 году Адольф Рамбольд внедрил бумажные пакетики, столь знакомые нам, которые очень быстро стали в мире основной формой дистрибуции чая.

Столь быстрый и удобный процесс заваривания чая, серьезно ударил по позициям более дорогого и трудоёмкого в заваривании кофе. Ответ от производителей кофе не заставил себя долго ждать. Еще в 1901 году чикагский учёный японского происхождения Сатори Като запатентовал изобретённую им технологию растворимого кофе. Растворимый кофе стал быстро набирать очки и даже вошёл в официальный рацион американских солдат времён Первой мировой войны. Но массовое распространение растворимый кофе получил после внедрения пакетированного чая и Великой депрессии, сильно подорвавшей мировые цены на кофе.

В 1938 году химик Макс Моргенталер усовершенствовал технологию производства растворимого кофе, добившись его полного растворения. Профинансировала работы Швейцарская компания «Nestle», предложив рынку растворимый кофе под маркой «Nescafe» и запоминающимся слоганом «Не мы изобрели растворимый кофе, но мы довели его до ума» [4].

С тех пор в войне любителей чая с любителями кофе начался длительный период позиционных боёв. С появлением индивидуальных кофе машин, которые хоть и были весьма недешевым удовольствием, пить растворимый кофе стало почти не прилично. Чайные же пакетики постоянно совершенствовались. Меняя формы, размеры, степень прозрачности и упаковки. Пробовали фасовать в индивидуальные пакетики и растворимый кофе, а в 1959 году даже появились кофейные таблетки. Но принципиальных изменений в схватке чая с кофе не происходило.

Новый поворот наступил в 1998 году, когда компания «Nestle» презентовала свой новый продукт под брендом «Nespresso». Всё в этом бренде и продукте говорило о том, что пить его также приятно как натуральный кофе, а заваривается он также быстро и еще более элегантно, чем пакетированный чай. Несмотря на то, что чашка капсульного кофе дороже сваренного традиционным способом, манера подачи и потребления постоянно притягивает новых ценителей. Среднегодовой прирост продаж сегодня составляет более 20% [4].

Образ жизни (LifeStyle) становится универсальной ценностью вне зависимости от нашего происхождения, политических предпочтений, расы, национальности, пола, вероисповедания, образования, вида занятости и, наконец, благосостояния.

Массовый доступ к лучшему из возможных образов жизни благодаря современным технологиям, изменению процесса извлечения добавленной стоимости и эволюции политических институтов приведет к размыванию постулата об ограниченности ресурсов и необходимости их максимальной консолидации в одних руках для влияния на глобальные общественные процессы.

Человечеству свойственна тяга к эволюции общественных процессов также неотвратимо, как и стремление к ревизионизму и саморазрушению. Поэтому не уходят в прошлое гражданские войны, региональные конфликты и этнические чистки.

Человечество всегда стремилось создать гомогенную картину мира, где бы все его части подчинялись одному культурному коду, реализовывали бы мечту об универсальном образе жизни.

Современная глобальная утопия не основана на физическом насилии и уничтожении чьей-либо идентичности. Новая глобальная идентичность обладает способностью к культурной синергии, впитыванию лучшего из каждой национальной культуры, обогащением различными национальными и религиозными традициями. Глобальная идентичность основана на всем понятном желании жить дольше и лучше. Иметь доступ к лучшему медицинскому обеспечению и образованию, иметь возможность выбрать вид деятельности и место для комфортной жизни, иметь способность путешествовать и радоваться жизни, не бояться смерти.

Переживаемый сегодня кризис глобализма к радости или печали многих не является его закатом. Мы стоим на пороге новых болезней роста глобальной идентичности. Однако для дальнейшего развития общественных процессов нам нужны новые политические институты, новые социальные теории и учения, новые экономические инструменты и новые технологии.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бестужев-Лада, И.В. Методологические проблемы исследования качества, уровня и образа жизни // Современные концепции уровня, качества и образа жизни. – М., 1978.
2. Еще один знаменитый телефонный бренд прекратил свое существование: Мобильный бизнес Nokia будет переименован в Microsoft Mobile ОУ [Электронный ресурс] // Деловая столица. – 29.04.2014. - URL: <http://www.dsnews.ua/future/microsoft-sel-nokia-cto-dalshe--29042014125400> (дата обращения: 28.12.2017).
3. Магай М., Элон Маск запустит 700 спутников для раздачи интернета по всему миру [Электронный ресурс]. – 2016. - URL: http://www.rbc.ru/technology_and_media/08/11/2014/545e174bcbb20f49da3e7cbd (дата обращения: 30.12.2016).
4. Никольский И. Nestle проиграла капсульную войну [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2003139> (дата обращения: 28.12.2017).
5. Толковый словарь Глоссарий.ру [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.glossary.ru> (дата обращения: 28.12.2017).
6. Хель И. Планы Маска на искусственный интеллект – больше, чем просто спасение мира. [Электронный ресурс]. - URL: <http://hi-news.ru/technology/plany-maski-na-iskusstvennyj-intellekt-bolshe-chem-prosto-spasenie-mira.html> (дата обращения: 30.12.2017).
7. Хижняк Н. Первая линия высокоскоростной транспортной системы Hyperloop откроется в 2018 году [Электронный ресурс]. – 2016. - URL: <http://hi-news.ru/technology/pervaya-liniya-vysokoskorostnoj-transportnoj-sistemy-hyperloop-otkroetsya-v-2018-godu.html> (дата обращения: 30.12.2017).
8. Clark St., Elon Musk hopes SpaceX will send humans to Mars in 2024 [Электронный ресурс]. - 02.06.2016. - URL: <https://spaceflightnow.com/2016/06/02/elon-musk-hopes-spacex-will-send-humans-to-mars-in-2024/> (дата обращения: 30.10.2016).
9. Coke says 'sorry' to Belgium [Электронный ресурс]. - URL: <http://money.cnn.com/1999/06/22/worldbiz/cole/> (дата обращения: 28.12.2017).
10. Facts and figures [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.nestle-nespresso.com/about-us/facts-and-figures> (дата обращения: 28.12.2017).
11. Project Loon. What is Project Loon [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.solveforx.com/loon/> (дата обращения: 30.12.2017).
12. Who's wearing the trousers? [Электронный ресурс] // The Economist. – 06.09.2001. - URL: <http://www.economist.com/node/770992> (дата обращения: 28.12.2017).

Khanin P.
Cand. polit. Sci.
Saint-Petersburg State University
dr.phill-khanin@yandex.ru

Khanina O.
Saint-Petersburg State University

SPECIAL ASPECTS OF LIFESTYLE FORMATION IN THE FRAMEWORK OF MASS CONSUMPTION SOCIETY

The article authors describe the phenomenon of lifestyle management in the modern world. Authors analyze general approaches to definition of the term, as well as factors that affect its formation under the influence of modern values.

Keywords: lifestyle, brand, transnational corporations, globalization, mass culture, values.

Literature:

1. Bestuzhev-Lada, I.V. Metodologicheskie problemy issledovaniya kachestva, urovnya i obraza zhizni // Sovremennye koncepcii urovnya, kachestva i obraza zhizni. – M., 1978.
2. Eshhe odin znamenitij telefonnyj brend prekratil svoje sushhestvovanie: Mobil'nyj biznes Nokia budet pereimenovan v Microsoft Mobile OY [E'lektronnyj resurs] // Delovaya stolica. – 29.04.2014. - URL: <http://www.dsnews.ua/future/microsoft-sel-nokia-chto-dalshe--29042014125400> (data obrashheniya: 28.12.2017).
3. Magaj M., Elon Mask zapustit 700 sputnikov dlya razdachi interneta po vsemu miru [E'lektronnyj resurs]. – 2016. - URL: http://www.rbc.ru/technology_and_media/08/11/2014/545e174bcbb20f49da3e7cbd (data obrashheniya: 30.12.2016).
4. Nikol'skij I. Nestle proigrala kapsul'nuyu vojnu [E'lektronnyj resurs]. - URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2003139> (data obrashheniya: 28.12.2017).
5. Tolkovyj slovar' Glossarij.ru [E'lektronnyj resurs]. - URL: <http://www.glossary.ru> (data obrashheniya: 28.12.2017).
6. Xel' I. Plany Maska na iskusstvennyj intellekt – bol'she, chem prosto spasenie mira. [E'lektronnyj resurs]. - URL: <http://hi-news.ru/technology/plany-maski-na-iskusstvennyj-intellekt-bolshe-chem-prosto-spasenie-mira.html> (data obrashheniya: 30.12.2017).
7. Xizhnyak N. Pervaya liniya vysokoskorostnoj transportnoj sistemy Hyperloop otkroetsya v 2018 godu [E'lektronnyj resurs]. – 2016. - URL: <http://hi-news.ru/technology/pervaya-liniya-vysokoskorostnoj-transportnoj-sistemy-hyperloop-otkroetsya-v-2018-godu.html> (data obrashheniya: 30.12.2017).
8. Clark St., Elon Musk hopes SpaceX will send humans to Mars in 2024 [E'lektronnyj resurs]. - 02.06.2016. - URL: <https://spaceflightnow.com/2016/06/02/elon-musk-hopes-spacex-will-send-humans-to-mars-in-2024/> (data obrashheniya: 30.10.2016).
9. Coke says 'sorry' to Belgium [E'lektronnyj resurs]. - URL: <http://money.cnn.com/1999/06/22/worldbiz/coke/> (data obrashheniya: 28.12.2017).
10. Facts and figures [E'lektronnyj resurs]. - URL: <https://www.nestle-nespresso.com/about-us/facts-and-figures> (data obrashheniya: 28.12.2017).
11. Project Loon. What is Project Loon [E'lektronnyj resurs]. - URL: <https://www.solvefox.com/loon/> (data obrashheniya: 30.12.2017).
12. Who's wearing the trousers? [E'lektronnyj resurs] // The Economist. – 06.09.2001. - URL: <http://www.economist.com/node/770992> (data obrashheniya: 28.12.2017).