

Басина Наталья Ивановна

д-р филос. наук, доцент

Куншенко Игорь Алексеевич

старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Донской государственной
технической университет»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

КОНСЬЮМЕРИСТСКИЙ ДИСКУРС ДЕТСТВА КАК СВИДЕТЕЛЬСТВО ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО КРИЗИСА

***Аннотация:** рассмотрены причины кризиса социального института детства в условиях постсовременности. Показано, как различные сегменты общества потребления навязывают консьюмеристский стандарт общественных и межличностных отношений посредством коммерциализации инфраструктуры потребления и трансформации детей и родителей в консьюмеристские объекты.*

***Ключевые слова:** детство, кризис детства, паттерн взрослости, общество потребления, акторы общества потребления, консьюмеристский дискурс.*

За последние полвека дискурс детства приобрел социально-критическую, в некоторых случаях – катастрофическую и алармистскую направленность, что вызвано углублением кризисного состояния институтов детства, родительства, семьи. Современный кризис разные авторы квалифицируют как искажение сущностных свойств феномена детства, как «токсичное детство», как «исчезновение детства» и пр. Значимость периода детства для трансляции социальности безусловна. Детство вписано в футурологический общественный дискурс, позволяющий посредством сканирования образов современного детства прогнозировать будущее [4].

После работ по культурной антропологии принято считать, что социальная природа детства заключается в решении задач инкультурации, носящей

исторический характер и выстраивающейся вокруг *паттерна взрослости*, задающего основные характеристики движения младенцев во взрослость. Но современное детство обнаружило размывание границ взрослого и детского миров, выразившееся в разрушении границ некогда обособленных информационных пространств. «Социальные секреты, разграничивающие взрослое и детское, не могут быть больше утаены от детей» [7, с. 133]. Современное детство ассимилировало новые возможности акселерации социальных процессов взросления: активности, направленной на обретение собственного статуса, на соревновательность как внутри детской популяции, так и между детьми и взрослыми, иначе говоря, размывание признаков автономной культурной подсистемы детства стало очевидным. Паттерн взрослости становится тем более нечетким в ситуации, когда квазивзрослость детей сопровождается инфантилизмом взрослых.

Утрата прежних позиций взрослых внутри детско-родительских отношений ознаменовалась деформациями современной семьи. Во многих случаях взрослость перестала быть желанной, как для детей, так и для взрослых, что исказило характер процессов социализации.

Обозначенная социальная тенденция ведет к дезинтеграции сложившейся традиции культурного самовоспроизводства человека. Взросление современных поколений пришлось на общество потребления, описанное Э. Фроммом, Ж. Бодрийяром, Ж. Делезом, Ф. Гваттари и др. Соединение потребительских свобод, концентрации населения, инновативных форм досуга, потребительских кредитов и манипулятивных технологий привело к формированию нового социотипа, характеризующегося радикальной трансформацией коллективистских и производительных практик. Общество потребления тотализирует отношения потребления, язык потребления, аксиосферу потребления, навязывая населению консьюмеристскую версию общественных и межличностных отношений. В качестве основного консьюмеристского мифа, по Ж. Бодрийяру, выступает практика, в которой сигнификация вещи является фундаментальной, а прагматизация – вторичной.

Потребительская версия социальности была выстроена на предельной симплификации потребностей человека, что выступило важным фактором ее успешности. Ценности консьюмеризма, консьюмеристские зависимости (шопоголизм) основаны на гедонизме и являются конфликтными по отношению к ценностям альтруизма.

Тотализирующие инстанции общества потребления осуществляют коммерциализацию детства посредством создания инфраструктуры детского потребления. Дети чрезвычайно рано становятся фигурантами общества потребления, осваивая шопинг, сферу услуг для детей, отношения символического обмена, практики символического самоутверждения. «Недетская реклама» товаров и услуг для детей, являясь основой потребительской инфраструктуры, формирует искусственные потребности, погружая индивида в символически насыщенный мир, предлагающий считывать, коммуницировать и соревноваться друг с другом посредством знаков статусного потребления; реализуя главный поведенческий схематизм «купил – выбросил – купил» [8, с. 17–19]. Реклама становится идеологией консьюмеризма, новой средой социализации взрослеющего поколения, на которое обрушились не просто инновационные стратегии продаж, но пропагандистские приемы форматирования сознания. Незащищенность психики детей и взрослых перед изощренностью профессиональной рекламы, текстуализирующей и переводящей все отношения в обществе в консьюмеристские, – становится причиной быстрых модификаций сознания и поведения. Ребенок становится объектом агрессивного маркетинга и средством получения прибыли. Антропологи фиксируют перерождение символов субкультуры детства, которые коммерчески утилизируются и наполняются торговыми марками, гаджетами и пр.

Отношение к ребенку в постсовременной культуре отмечено противоречивостью. В сфере правовых отношений установилось отношение к несовершеннолетнему как к гражданину, обладающему базовыми гражданскими правами.

Среди этих прав мыслится и его потребительская свобода, требующая потребительской компетентности.

Одновременно зафиксированы практики многоуровневой конвертации ребенка в консьюмеристский объект. Так, региональные исследования форм семейного жизнеустройства детей, лишенных попечения родителей, обнаруживают идентичность двух схем – «продвижение товара» и «продвижение ребенка», предназначенного к усыновлению (установлению опеки, патроната и пр.). Структурирование детей по степени привлекательности для опекунов и усыновителей; выдержанные в рекламном стиле информационные материалы о характере, наклонностях и достижениях детей-сирот; меркантилизм претендентов, предпочитающих возмездную опеку всем другим формам устройства – все говорит о наличии консьюмеристских ожиданий [5, с. 60].

На превращение ребенка в консьюмеристский объект указывает оценочное отношение усыновителей к поведению усыновленного ребенка, сопряженное с готовностью отказаться от ребенка в случае, если ожидания социальных родителей не оправдались. Отказ социальных родителей от принятого в семью ребенка и возвращение его в детский дом повторяет схему возврата товара, не удовлетворяющего стандартам качества и обнаружившего скрытые дефекты. Для ребенка это событие становится вторичной психологической травмой. Для органов опеки и попечительства возврат ребенка актуализирует задачи профилактики вторичного социального сиротства, для решения которых выстраиваются модели профессионального сопровождения замещающей семьи [2].

Психологическими исследованиями выявлена утрата современными семьями детоцентричности: собственная семья рассматривается молодыми родителями как пространство комфорта, в который ребенку надлежит органично «вписаться». Показательно то, что само родительство ассоциируется у молодых родителей не с их актуальным статусом, а с собственным детством [1, с. 262]. В случае, если дети являются частью *родительского проекта* с инвестиционной составляющей (привлечением дополнительных ресурсов и принятием

самоограничений), – наблюдается внедрение родительского Я в несформировавшееся детское самосознание с последствиями в формах гиперопеки и дефектной идентичности ребенка [4, с. 69]. В обоих случаях мы наблюдаем подход к ребенку как к объекту использования, как к способу самореализации взрослого безотносительно аутентичной самореализации ребенка. Детско-родительские отношения, формирующиеся в рамках подобного проекта, фиксируют доминирование инструментально-оценочного отношения к ребенку.

Современные технологии репродукции человека в силу новизны данного вида вмешательств и отсутствия поведенческих образцов в прошлом делают «прозрачными» потребительские интенции потенциального родителя. Известно, что технологии редактирования генома человека осуществили прорыв, связанный с возможностью коррекции показателей здоровья еще на эмбриональном уровне. Формирующаяся этика генной инженерии ограничивает направления генной оптимизации человеческой особи, демонстрируя осознание опасности вмешательства в тонкую сферу без просчитанных последствий. Так, в некоторых странах действует правовой запрет «по социальным причинам» на предимплантационный выбор пола эмбриона. Экспертами высказываются опасения общего плана – в том, что «способность отбирать гены наших детей и создавать так называемых спроектированных детей будет портить родителей, которые будут рассматривать детей как обычные продукты. Тогда мы начнем оценивать наше потомство в соответствии со стандартами контроля качества, и это отрицательно повлияет на идеал безоговорочного принятия детей...» [6, с. 134]. Безоговорочное принятие ребенка, безоценочное к нему отношение составляет фундамент гуманистических детско-родительских отношений, сообщающих ребенку столь необходимое ему базовое доверие. Вопросы, связанные с противоречием принципа безоговорочного принятия ребенка таким, каков он есть, и принципа совершенствования человека, пока не решены удовлетворительно. Генные модификации могут быть нацелены на получение статусных характеристик, например,

роста, цвета глаз и пр., но они могут быть нацелены на совершенствование памяти, интеллекта, состояния здоровья и пр. [6, с. 136].

Тема протеста против консьюмеристской идеологии становится все более популярной; среди субъектов практической критики консьюмеризма – минималисты, дайншифтеры, слоулайферы и др. [3]. Но подлинной альтернативой тотальному потребительству является не минимизация потребностей (в качестве цели), а формирование творческой способности и мотива творить. Для творчества должна создаваться питательная среда в образовательных учреждениях, где доля стабильности чрезмерно велика и подавляет творческий элемент социума.

Список литературы

1. Андреева А.Д. Функциональность семьи в современном транзитивном обществе / А.Д. Андреева // Научный диалог. – 2017. – Вып. 6. – С. 258–269.

2. Басина Н.И. Социально-педагогическое сопровождение замещающей семьи (анализ понятийного дискурса) / Н.И. Басина // Мир науки. – 2018. – №6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mir-nauki.com/PDF/DMN618.pdf> (дата обращения: 08.04.2019).

3. Басина Н.И. Ориентация на дауншифтинг и «медленную жизнь» в сознании молодежи / Н.И. Басина, А.Н. Гузь // Проблемы и перспективы развития современной науки и образования: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2016. – С. 106–109.

4. Бесчастная А.А. Наблюдая грядущее: образы современного детства в прогнозировании будущего / А.А. Бесчастная // Ценности и смыслы. – 2018. – №3 (55). – С. 65–78.

5. Борисова О.А. Ребенок как объект потребления / О.А. Борисова // Вестник Удмуртского университета. – 2012. – Вып. 1. – С. 60–63.

6. Буйнякова И.С. «Дизайнерские младенцы»: социально-этические проблемы биотехнологического проектирования будущих детей / И.С. Буйнякова // Научные ведомости. – 2017. – №10 (259). – Вып. 40. – С. 130–139.

7. Зайдаль Т.В. Причины кризиса детства и новый образ ребенка / Т.В. Зайдаль // Актуальные проблемы гуманитарного образования: материалы Международ. научно-практич. конф. – Минск: БГУ, 2014. – С. 129–134.

8. Ильин А.Н. Совсем не детская реклама в обществе потребления / А.Н. Ильин // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2016. – №1. – С. 16–33.