

## ПРОБЛЕМА СПРАВЕДЛИВОСТИ В ГЛОБАЛЬНОМ КОНСЬЮМЕРИЗМЕ\*

*Д.А. КУЗНЕЦОВ*

Возможно ли общество потребления в незападных странах, сопоставимое по благосостоянию с западным миром? Каковы признаки его возможного становления в этом регионе? Возможны ли различные общества потребления? Теория общества потребления проясняет его возникновение через соотношение производства и потребления. Это соотношение не ограничено экономикой, оно охватывает всю систему социально-культурных отношений.

Неравенство обществ, касающееся участия в потребительских практиках, — актуальная проблема современности. Главным проявлением такого неравенства является различие в объеме и характере потребляемых благ, что вызвано неразвитостью системы производства. В данной статье вводится разграничение понятий потребления, потребительства и потребительности. И в связи с этим определяется, какая форма потребительства может быть более справедливой для незападных обществ в эпоху поздней современности. В статье фиксируются отличия в распространении идеологии потребления и становлении действительных форм общества потребления, включающих проблему справедливости в реальную социальную ткань общества, в живую повседневность.

### **Потребление, потребительство и потребительность**

*Потребление, потребительство и потребительность* — слова одноколенные, но по смыслу в определенной мере противоположные. Потребление — было и остается необходимым. Человек постоянно нуждается в определенных объектах материального мира. Потребительство — это всегда характеристика стремления к чему-то излишнему, сверх- и не-необходимому<sup>1</sup>. Оно заменяет собой способ социальной дифференциации и традиционные ценностные основы. Синоним потребительства — консьюмеризм. Потребительность осуществляет инверсию значимости потребления, стимулирует производство, которое выступает как нечто самоценное. Для потребителя значение имеет материальное благо, а не система производства. Но покупая больше товаров, он стимулирует именно эту систему. Участие в потреблении товаров — это скрытая поддержка ряда производств. Потребительство излишне акцентирует потребление. Потребительность излишне акцентирует производство.

---

\* Работа выполнена при поддержке гранта Президента РФ МК-3547.2014.6.

Потребление лишается своей жизненной важности благодаря потребительству, которое «выставляет» его как нечто излишнее, а затем потребительность, уже в силу произошедшей подмены, делает потребление модусом производительности. Потребительство как бы строится на двух столпах: потребности (естественный фактор, «унаследованный» от потребления) и потребительской жажде обладания, желании (противоестественный идеологический компонент). Этот второй столп и поддерживается идеологией потребления. Иногда понятие «консюмеризм» и идеология консюмеризма предельно сближаются<sup>2</sup>. Так, применительно к обществу Запада второй половины XX в. Р. Бокко использует понятие идеологии консюмеризма как консюмеризма в узком смысле. Понять границу между потреблением и потребительством значит раскрыть идеологию потребления, увидеть, где склонность к обладанию материальными благами становится патологической. Это позволит сформулировать социальную стратегию в сфере потребления. Осознать разницу между потреблением и потребительностью значит получить возможность устранить или снизить многочисленные риски в современном обществе через перераспределение ресурсов производства и капитала.

Оказавшись вследствие научно-технического прогресса в известном смысле за пределами непосредственного производства, западный человек продолжил стимулировать производство благодаря своим потребительским ожиданиям. Общество потребления не освободило человека, как это может показаться, обеспечив ему возможность роста потребностей, а стало использовать их как производительную силу. Разнообразие потребностей существует только потому, что в этом нуждается система производства, а не потому, что человек обрел большую свободу. Функция производства наращивать потребление «за пределами» самого производства называется *потребительностью*<sup>3</sup>. Человек на Западе необходимо участвует в потреблении, но воспринимает это как результат свободного выбора. Капитал, вкладываемый каждым потребителем, в обществе потребления становится сопоставимым с капиталом, вкладываемым предпринимателем, или силой, затрачиваемой наемными рабочими. Ж. Бодрийяр называет такой капитал *капитал-потребность*<sup>4</sup>. Капитал-потребность и капитал-сила являются выражением двух форм эксплуатации: социальной и технической. Точнее говоря, потребление и труд есть одна форма эксплуатации, реализуемая технически, т.е. непосредственно (производственно), и социально, т.е. опосредованно (идеологически). Потребительность является структурным компонентом системы производства и возникает только в технологически развитом обществе Запада. До вытеснения человека из непосредственного производства общество потребления возникнуть не могло. Потребительность исказила потребление так, что последнее стало средством рационали-

зации производства, которое усилило отчужденность человека: от продуктов труда, вытеснив его из производства и породив отчуждение других членов общества с помощью ложной индивидуализации, и от себя самого, переместив на ценностном уровне поиски блага в область исключительно материального.

Большое многообразие форм глобального консьюмеристского неравенства происходит из сложного исторически складывавшегося синтеза четырех этапов: традиционные системы потребления, колониальная система, включение в XX в. в одну из двух макросистем (капиталистическую или социалистическую), способ интеграции в Модерн в конце XX – начале XXI вв. Ниже будут проанализированы общие факторы глобального консьюмеризма, распределение форм которого пока выстроено по главной оппозиции Запад – не-Запад. Каковы бы ни были причины отставания того или иного незападного общества, в пределах 20 – 25 лет, как показала последняя треть XX в., возможны благоприятные изменения.

### **Общество потребления как поздняя современность для незападных обществ**

Общество потребления проявляет себя и в западных, и в незападных странах. Если потребительность свойственна только западному обществу, то потребительство, несущее с собой идеологию потребления, распространяется и в западных, и в незападных обществах. Иными словами, общество может не быть потребительским, а потребительские ценности будут в нем представлены.

Незападные страны оказываются соблазненными потребительской идеологией. Модерн их интересует только в связи с достижением благосостояния. Изобилие благ, а не рациональность институтов Модерна – вот к чему стремятся незападные общества. Современность для них – вынужденная мера, нечто, что противоречит их традиционному укладу жизни и культуре. Потребительское общество как изобилие благ (потребительство), а не как развитость производства (потребительность) – это, в целом, общая установка незападных обществ. Риск такой установки связан с тем, что она способствует распространению потребительской идеологии, а не становлению общества потребления. Причины благосостояния ищутся в чем-то другом (по отношению к западному рационализму), как бы автохтонном, досовременном, а формы благосостояния принимаются современные, западные.

Какое общество пытаются построить незападные страны? Что является их целью и что является целью общества потребления Запада? Благосостояние для всех, изобилие благ и равенство в удовлетворении потребностей? Не совсем так. Последнее есть, скорее, равенство всех «перед потребностью»<sup>5</sup> (Ж. Бодрийяр). В незападном обществе часто не готовы так «служить» потребности, как не готовы «служить» рацио-

нальности и труду. Незападное общество, желая построить свое общество изобилия, должно сначала включиться в современность, притом современность позднюю — текучую, неопределенную, подвижную. Иначе изобилие таких обществ не сможет стать современным, т.е. выстроенным по западному потребительскому стандарту. Идеология потребления, имея западное происхождение, распространяет именно эти стандарты. Незападное общество как бы постоянно испытывает внутреннее противоречие, стремясь к современному изобилию, не осознавая в полной мере, что такое современное потребление. И это объяснимо: Запад задавал общую тональность модернити, а остальные были вынуждены принимать диктуемые им условия. При существовавшем экономическом неравенстве между ними это неизбежно вело к несправедливым конфигурациям производства-потребления. Проблема формирования общества потребления и современности обозначена четко. Строить общество потребления можно только включаясь в модернити. Если западное общество стремится к преодолению несправедливой конфигурации глобального консьюмеризма, ему следует внимательно отследить свою роль в Модерне.

Итак, при исследовании общества потребления возникает необходимость проанализировать его с позиций теории модернизации, поскольку и в том и в другом случае речь идет как бы об одном и том же обществе или по крайней мере об одной и той же эпохе. Эпоху последней трети XX в. исследователи называют поздней или высокой современностью (Э. Гидденс), текучей или жидкой современностью (З. Бауман). Модернити, или современность, содержит в себе несколько противоречий, которые любое западное общество должно будет разрешить для того, чтобы выйти из установившегося исторически социального порядка, связанного с глобальной несправедливостью в распределении благ.

*Первое затруднение* заключается в том, что становление какой-либо общественной формы происходит с постоянной переустановкой конечного состояния достигаемой формы. Для западных обществ это часто означает как бы постоянно отложенный модерн, а не жизнь в модернити. Форма современности никогда не достигается некоторыми обществами, передний фронт модерна постоянно смещается вперед по шкале прогресса. Общество догоняет ту стадию развития, которая уже устарела. Сложность состоит в том, что остается неясным, какую стадию развития Запада догонять. Уровень потребительских запросов Запада вообще трудно догонять, поскольку в этом случае будут нарастать опасности экологического характера. Оставляя за собой право на избыточные потребности, Запад *соблазняет* западные страны на потребительство без учета этой ситуации. Это противоречие является главным при достижении глобальной справедливости в сфере консьюмеризма.

*Второе затруднение* состоит в том, что ускользающие, переменные признаки модернити могут противоречить причинам модернизации. Или, другими словами, некоторые признаки современности противостоят причинам перехода в современность. В поздней современности потребительство не только растет, но и претендует на саму организацию материальной формы жизни. В действительности ее определяет способ производства, но заимствование способа потребления происходит быстрее, чем утверждение способа производства, хотя именно последний фундаментальным образом влияет на форму жизни. В обществе возникают образования, похожие на классы, внутри которых социальные претензии на роль и место в обществе индивидов складываются в соответствии и с уровнем и характером их потребления. Такой «класс» принимает потребительский стиль жизни и разделяет потребительские ценности, однако материально-формальная сторона его неоднородна, подвижна и полна социальных рисков.

*Третье затруднение* состоит в том, что модернизация инициируется как проект улучшения всего общества, но она может повредить его частям, притом значительным, а иногда — важнейшим, не всегда способствуя тому, чтобы удержать на уровне крупных общественных форм преемственность в стадиях модернизирующегося незападного общества. Это касается соотношения таких крупных форм, как само общество, экономика и культура. Незападное общество рано или поздно, наконец, должно прийти к пониманию, что экономика не исчерпывает и не объемлет жизнь общества, что важной составляющей является культура. Однако позднесовременная экономика сама порождает некое подобие культуры — потребительскую культуру. Поэтому незападное общество может, наряду с модернизацией экономики и производства, протекающей в той или иной степени удачно, подвергнуться риску замещения своей собственной локальной культуры потребительской культурой.

Таким образом, неясно не только какую стадию Запада нужно догонять, но и каким в итоге окажется само догоняющее общество. Насколько оно вообще будет понимать и исторически помнить состояние, из которого была сделана попытка перехода в современность? Насколько справедливым будет вестернизированное обновление потребительской системы общества, которое может утратить основания того, что его отличает от других?

Запад сегодня предлагает незападным обществам «Новое новое время»<sup>6</sup>, но сам рассчитывает как бы на Новый новый свет. Западу необходимо пространство для роста, поскольку этого требует капиталистический способ производства. Новое время для западных стран будет вторым Новым временем, временем поздним, как и их современность. Чем более поздней будет современность при включении в нее западных обществ, тем меньше будет понятна общая

идея модернисти. Постмодерн, возможно, и начинается тогда, когда во-первых, в модернизацию оказывается включенным большое число западных стран, а во-вторых, когда в нее включается множество культур, а не только множество экономик.

### **Становление общества потребления или распространение идеологии потребления?**

Остаются ли все-таки признаки, понятные критерии, формы, которые выявляют распространение потребительства? Как можно определить степень развития потребительских интенций в обществе? Нельзя сказать, что потребительство совершенно не влияет на общественную форму производства. Несмотря на то, что уровень и характер развития производства определяют ее в большей степени, способ организации потребления также стимулирует производство. Важно проанализировать, как происходит синтез идеологических и материальных форм потребительства.

Воздействие распространения потребительской идеологии проявляется через три специфические локации: *среду потребления, область потребления и место потребления*. Термины введены Ж. Бодрийром<sup>7</sup>. Изучая их, исследователь, собственно, и может понять, насколько произошло усвоение идеологии потребления.

*Среда потребления* — это физическое пространство крупного современного города, по уровню развития потребительского аппарата которого можно судить о потребительской форме материальной жизни. Характерным признаком здесь является развитие потребительского аппарата: суммарных институциональных усилий экономически господствующего класса, включающих как материальную, так и идеологическую составляющую этих усилий. Это развитие предполагает: во-первых, физическое укрупнение форм (от магазинов и лавок — к гигантским торговым центрам). Во-вторых, замещение торговых центров торгово-развлекательными. Само появление развлекательной составляющей уже позволяет сделать вывод о выходе потребительского аппарата за рамки только предметной материальности. Поэтому можно говорить о смешении атрибутивной и досуговой частей потребления. Происходит локализация в едином пространстве двух частей потребления, в прошлом значительно расходившихся и во времени, и в пространстве. Для капиталистического способа производства «торгово-развлекательный» характер потребления является просто новым шагом в рационализации производства. Символическое измерение среды потребления возникает именно тогда, когда оказывается подготовленной пространственно-материальная среда крупного западного города.

*Область потребления* — это вертикальная стратифицирующая структура потребностей, в которой действуют механизмы социальной

дифференциации. Материальные блага выступают здесь в качестве различительного материала. Важным признаком здесь является наращивание вертикали потребностей. Внутри этой вертикали возникают потребительские ниши, переходы между которыми прозрачны, открыты. Эта открытость является искаженной мерой социальной свободы. Фактически, в разрегулированном, «жидком», позднесовременном обществе формирование области потребления является самым очевидным и действенным способом упорядочить общество. Незападные общества выстроили свои общественные иерархии, и область потребления при переходе таких обществ в современность может складываться конфликтно, вступая в противоречия с традиционным порядком. Незападному обществу необходимо будет разрешить это противоречие.

Наконец, *место потребления* — это пространство повседневности, фрагментирующей социальное пространство и время так, что в фокусе внимания человека оказываются краткосрочные, сиюминутные ожидания и планы. Утрачивается видение дальней перспективы, снижается степень влияния чувства долга, ответственности. Первая локация представлена в физическом пространстве и времени, две остальные — в пространстве и времени социальном.

Место потребления оказывает сильное влияние на форму традиционных и модернизирующихся обществ. Пространство повседневности скрадывает, приглушает мироощущение человека и в западных, и в незападных обществах. Традиционное чувство долга (аристократическое, религиозное, родительское), преодолевающее повседневность, может утрачиваться в ходе модернизации. Оно замещается структурами повседневности, краткосрочными планами, которые отрицают цель высшего порядка и в целом отрицают целеполагание как принцип. Коммерческие стратегии стремятся вытеснить не только конкурентные стратегии внутри рынка, но и духовные, культурные, семейные и другие, находящиеся за пределами рынка и капитала, принципиально не сводимые к капиталу. Специалисты отмечают, что неопределенность будущего вследствие краткосрочного планирования, притом узкоспециализированного (экономического, маркетингового), ведет к многочисленным рискам. Насыщенное неопределенностью общество вынужденно обретает уверенность в какой-то предельно овеществленной форме, в материальных благах и капитале. Место потребления создает противоречивое пространство напряженной праздности, где эта напряженность устраняется в акте потребления. При этом человек не может существенно менять свою жизненную стратегию.

Таким образом, потребительские идеалы могут находить свое выражение в потребительских запросах не только развитых, но и развивающихся стран и даже в бедных странах. Здесь потребительские ожидания и потребительские запросы как бы подчинены желанию

обладать материальными благами, которое эксплицируется из ложной идеологии потребления. Почему так происходит?

Незападное общество находится в состоянии специфической разделенности между модернизацией производства и модернизацией потребления. Оно развивает производство в соответствии с западными потребительскими запросами, пытаясь одновременно перенести эти запросы в свое экономическое пространство. Здесь есть противоречия. Во-первых, потребительство Запада несет с собой идеологию потребления и потребительскую культуру. Это значит, что потребительские запросы Запада включаются как в экономическое, так и в культурное пространство западных обществ. Во-вторых, производство и потребление не только находятся в тесной взаимосвязи, но эта взаимосвязь образует самые общие формы материальной жизни. Расхождение способов производства, способов потребления и общих форм материальной жизни определяет сегодня динамику глобального консьюмеризма.

Незападное общество в своем стремлении достичь современного уровня производства, вынуждено принимать и современные потребительские стандарты. Последние усваиваются быстрее, особенно в верхней (элитарной) части общества. Однако чем больше становится разрыв в потреблении между верхними и нижними слоями общества, тем менее современным оно становится. Формы потребления оказываются ближе к традиционной роскоши, а не к позднесовременному потребительству. Развитие производства, и без того запаздывающее в западном обществе, может предельно замедлиться и даже остаться досовременным. В лучшем случае оно становится индустриальным, в худшем — остается доиндустриальным. И потому не становится обществом потребителей.

Чем модернизирующееся потребление западного общества будет отличаться от современного, модернизированного консьюмеризма?

В позднесовременной области потребления, как и в традиционной роскоши, есть вертикальная структура. Но в первой переход между слоями, притом многочисленными, прозрачен и легок. В последней же разрыв между верхами и низами — огромен и непреодолим. Говоря о традиционном потреблении, П. Стирнс указывает, что в этом случае «потребляются принципиально разные товары»<sup>8</sup>. Иначе говоря, западному обществу нужно отличать признаки роскоши от признаков высоких потребительских стандартов. Или, другими словами, западное общество может ошибочно принять признаки традиционной роскоши за признаки высоких потребительских стандартов. Далее. Отличия традиционного потребительского аппарата (с его вечным рынком и лавками) от позднесовременной среды потребления находятся в одном и том же физическом пространстве города, но в последней потребление приравнивается к труду. Посещая традиционный рынок, человек выступает только как

потребитель. Посещая позднесовременный торгово-развлекательный центр, человек выступает и как потребитель, и как рабочий, прикладывая усилия как бы для стимулирования производства.

И последнее, что можно сказать к вопросу о месте потребления как о специфическом пространстве повседневности, наполненном социальной неопределенностью, рисками, краткосрочными коммерческими планами. Здесь характерно отличие от традиционных временных длительностей. Долг воина, служба священника, призвание учителя или труд крестьянина – все это является более стратегической, преодолевающей повседневность, деятельностью. Потребитель же может запланировать свой «труд» на несколько лет вперед, но все равно задачи, лежащей вне одного дня, не возникнет. Для позднесовременного потребителя важно то, что он делает сегодня или завтра. Но как увязать это в пределах месяца, года, века – для него совершенно неясно. Это и порождает ситуацию отсутствия ценностей, нравственного занижения культуры и повышения статуса самих материальных благ. Здесь этот статус и становится по-настоящему социальным, чуть ли не единственным понятным признаком общества<sup>9</sup>.

### **Выводы**

Однако человеку все труднее противостоять системе потребления. Она усилена символическими структурами, которые чрезвычайно трудно распознать во всей множественности вещественного мира. Идеология потребления с помощью ярких и привлекательных средств рекламы соблазняет человека и в западных, и в незападных странах. В западных обществах принуждение потребителей к потребительству вызвано необходимостью производства. В незападных обществах человек оказывается перед системой завышенных потребительских стандартов, следование которым, с одной стороны, заставляет его противостоять принятым в его обществе нормам и ценностям, с другой стороны, вынуждает его затрачивать значительные усилия для поддержания соответствующего образа жизни. Это напоминает ситуацию с ранним модернизационным потреблением в США. Укажем, что именно в США была сформирована модель возрастающего благосостояния, основанная на новом уровне достатка.

Сложное переплетение потребительства и потребительности в незападных обществах ведет к ряду противоречий, в общем отражающихся на переходе таких обществ в позднюю современность. Человек, находящийся под действием идеологии потребления, может только условно приравниваться к человеку, находящемуся в обществе потребления с той оговоркой, что первому приходится затрачивать значительно больше усилий для убеждения себя в «истинах» потребительской идеологии. Это происходит вследствие неразвитости про-

изводства в незападных странах, где нет объективных, материально-формальных причин для возникновения общества потребления. Иначе говоря, незападный человек «торопится» стать потребителем тогда, когда он еще необходим системе производства только как рабочий. То же следует сказать и об обществе — незападное общество «торопится» стать потребительским тогда, когда оно еще необходимо западному капитализму как индустриальное или доиндустриальное. Вопрос здесь в том, насколько эта модернизационная без-субъектность устраивает то или иное незападное общество. Ошибочно, вероятнее всего, целенаправленно «выращивать» потребителей в обществе, которое находится еще на индустриальной или доиндустриальной стадии развития, мотивируя это тем, что это будет способствовать становлению общества потребления. Позднесовременный потребитель появится только в таком обществе, где развито производство, а не там, где остается традиционная роскошь и нехватка необходимых благ. В последнем случае Модерн будет поверхностным, для такого общества будет более характерна вестернизация, а не модернизация.

Глобальная несправедливость *в потреблении* состоит в принципиально различном объеме потребляемых благ. В попытках следовать за Западом незападные общества могут обеспечить близкие потребительские стандарты только для элитарной части общества. Это создает предпосылки для несправедливости в распределении общественных благ. Большой разрыв в потребляемых благах отодвигает незападное общество назад к традиционной системе потребления, в то время как само общество стремится примкнуть к современности.

Глобальная несправедливость *в потребительстве* состоит в том, что высокие потребительские запросы Запада ложатся на плечи незападных стран в виде экспорта технологий, загрязняющих производство, вывоза старой продукции под видом помощи, иногда в сочетании с простым экспортом отходов. Здесь консьюмеристская несправедливость сближается с «экологической несправедливостью», которая в различной степени характерна для постколониального мира.

Глобальная несправедливость *в потребительности* состоит в том, что действительное общество потребления с его высокоразвитым производством существует только на Западе. Незападные общества, как мы уже на это указывали, остаются на индустриальной или доиндустриальной фазе развития, где человек необходим системе производства в качестве рабочего, кроме того, большое количество людей задействовано в сельском хозяйстве. Поэтому потребительность как важная функция общества потребления, к сожалению, недоступна многим незападным обществам. Стремясь к обществу изобилия, доступности материальных благ, незападные общества перенимают скорее идеологию потребления, в то время как действительные формы консьюмеризма оказываются доступными только элитарной части

незападного общества. Решением здесь может служить систематическое развитие производства, науки и современных технологий.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

- <sup>1</sup> *Кармазина Т.П.* Человек среди вещей. – М.: Наука и техника, 1987. С. 32.
- <sup>2</sup> *Воскок R.* Consumption. – N. Y.: Routledge, 2006. P. 89.
- <sup>3</sup> *Бодрийяр Ж.* К критике политической экономии знака. – М.: Библион – Русская книга, 2004. С. 86.
- <sup>4</sup> Там же. С. 85.
- <sup>5</sup> *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. С. 74.
- <sup>6</sup> *Федотова В.Г., Колпаков В.А., Федотова Н.Н.* Глобальный капитализм: Три великие трансформации. – М.: Культурная революция, 2008. С. 540.
- <sup>7</sup> *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. С. 92, 16.
- <sup>8</sup> *Stearns P.* Consumerism in World History: The global transformation of desire. – Wiltshire: Routledge, 2006. P. 12.
- <sup>9</sup> См.: *Федотова Н.Н.* Глобализация и изучение идентичности // Знание. Понимание. Умение. 2011. № 1. С. 72 – 80.

#### REFERENCES

- Baudrillard J.* K kritike politicheskoy ekonomii znaka. Moskva: Biblion – Russkaya kniga, 2004.
- Baudrillard J.* Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury. Moskva: Kul'turnaya revolyutsiya; Respublika, 2006.
- Woscock R.* Consumption. New York: Routledge, 2006.
- Fedotova N.N.* Globalizatsia i isuchenie identichnosti. Znanie. Ponimanie. Umenie. 2011. № 1. S. 72 – 80.
- Fedotova V.G., Kolpakov V.A., Fedotova N.N.* Global'nyy kapitalizm: Tri velikie transformatsii. Moscow: Kul'turnaya revolyutsiya, 2008.
- Karmazina T.P.* Chelovek sredi veshchey. Moskva: Nauka i tekhnika, 1987.
- Stearns P.* Consumerism in World History: The global transformation of desire. Wiltshire: Routledge, 2006.

#### Аннотация

В статье сделана попытка исследовать действительные основания общества потребления посредством анализа соотношения производства и потребления. Показано, что неравенство в потреблении и потребительстве создает предпосылки для глобальной несправедливости. Утверждается, что потребительское общество складывается только на Западе, а незападные общества сталкиваются с идеологией потребления, экспортом загрязнений, недопотреблением, роскошью элит. И причины этого следует искать не только в действиях Запада, но и в реальной связи производства и потребления в странах не-Запада.

**Ключевые слова:** потребление, потребительство, консьюмеризм, общество потребления, идеология потребления, глобальная справедливость.

#### Summary

The paper attempts to research the basics of the consumer society using the analysis of correlation of production and consumption. The author shows that inequality in consumption and consumerism creates premises for the global injustice. He assumes that the consumer society is not formed but in the West. Non-west countries meet the ideology of consumption, exporting pollution, under-consumption, luxury of elites, but not form the consumer society itself. Causes of that are in the correlation of production and consumption in the non-west societies.

**Keywords:** consumption, consumerism, consumer society, ideology of consumption, global justice.