

УДК 821.111-3(73)
ББК 84(7Coe)-44
Г75

Перевод с английского

Граф, Джон де.
Г75 Потреблятельство. Болезнь, угрожающая миру : [перевод с английского] / Джон де Граф, Дэвид Ванн, Томас Х. Нейлор. — Москва : Алгоритм, 2016. — 368 с. — (Манипуляция сознанием).

ISBN 978-5-906817-78-5

«Что такое потребительство — образ жизни или заразная болезнь? Зачем люди покупают вещи: потому, что они в них нуждаются, или потому, что в них нуждается пожирающий их микроб потреблятельства?»

Группа американских журналистов и экономистов создала телевизионное шоу, в котором изучала поведение своих соотечественников — самых оголтелых и безудержных потребителей современности.

На основе этого цикла передач и возникла книга, рассказывающая о механизмах, вгоняющих общество в штопор безудержного потребительского азарта, удовлетворяемого за счет всего остального человечества.

УДК 821.111-3(73)
ББК 84(7Coe)-44

ISBN 978-5-906817-78-5

© Дж. де Граф, 2016
© Д. Ванн, Т.Х. Нейлор, 2016
© «ТД Алгоритм», 2016

Все права защищены. Книга или любая ее часть не может быть скопирована, воспроизведена в электронной или механической форме, в виде фотокопии, записи в память ЭВМ, репродукции или каким-либо иным способом, а также использована в любой информационной системе без получения разрешения от издателя. Копирование, воспроизведение и иное использование книги или ее части без согласия издателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

Массово-политическое издание

МАНИПУЛЯЦИЯ СОЗНАНИЕМ

**Граф де Джон
Ванн Дэвид
Нейлор Томас Х.**

**ПОТРЕБЛЯТСТВО
БОЛЕЗНЬ, УГРОЖАЮЩАЯ МИРУ**

Редактор *В. Миронов*
Художественный редактор *Б. Протопопов*

ООО «Алгоритм»

Оптовая торговля:

ТД «Алгоритм» +7 (495) 617-0825, 617-0952

Сайт: <http://www.algorithm-izdat.ru>

Электронная почта: algorithm-kniga@mail.ru

Өндірген мемлекет: Ресей
Сертификация қарастырылмаған

Подписано в печать 14.12.2015.
Формат 84x108¹/₃₂. Печать офсетная. Усл. печ. л. 19,32.
Тираж экз. Заказ

ISBN 978-5-906817-78-5



9 785906 817785 >



СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	7
Преамбула	10
Введение. Что такое синдром потребительства	16

Часть 1. СИМПТОМЫ

Глава 1. Покупательская лихорадка	28
Глава 2. Сыпь банкротств	40
Глава 3. Раздувшиеся запросы	48
Глава 4. Хроническая закупорка домов	60
Глава 5. Стресс от невоздержанности	71
Глава 6. Семейные конвульсии	82
Глава 7. Расширенные зрачки	91
Глава 8. Общественный озноб	103
Глава 9. Боль по утраченному смыслу	117
Глава 10. Общественные шрамы	130
Глава 11. Истощение ресурсов	141
Глава 12. Индустриальная диарея	155
Глава 13. Вирус, вызывающий привыкание	168
Глава 14. Неудовлетворение гарантировано	175

Часть 2. ПРИЧИНЫ

Глава 15. Первородный грех	192
Глава 16. Немного предостережений	201
Глава 17. Невыбранная дорога	210
Глава 18. Угрожающая эпидемия	220
Глава 19. Эпоха синдрома потребительства	231
Глава 20. Так есть в этом доме (настоящий) доктор?	241

Часть 3. ЛЕЧЕНИЕ

Глава 21. Путь к выздоровлению	255
Глава 22. Постельный режим	260
Глава 23. Аспирин и куриный бульон	268
Глава 24. Свежий воздух	279
Глава 25. Правильное лекарство	292
Глава 26. Снова за работу	307
Глава 27. Прививки и витамины	320
Глава 28. Политические предписания	330
Глава 29. Ежегодные проверки	346
Глава 30. Выздоровление	357

ПРЕДИСЛОВИЕ

Когда я впервые столкнулся с предложением вести телевизионную программу «Синдром потребительства», оно прозвучало для меня так же привлекательно, как прозвучало бы предложение выпить чашку чуть теплого кипяченого чая из кореньев. Я вообразил себе это противное варево, которое заставит меня морщиться от каждого маленького глотка, в то время как ревностные активисты движения в запыленных сандалиях и мышинового цвета куртках, сделанных из выброшенных бутылок от газированной воды, будут задирать ни в чем не повинных людей в кофейнях и торговых центрах, крича: «Материалистичные марионетки! Самовлюбленные расточители! Загрязнители окружающей среды!». Я обнаружил, что сделанное мне предложение быстро заполнит график моей жизни событиями, очень похожими на конфликты.

Но я уже работал с этой продюсерской группой, мне нравились эти люди, и я доверял им. Мне приятно было проводить с ними время. Тогда я прочел их проект. И он произвел на меня впечатление. Программа, которую они предлагали, оказалась остроумной, эмоциональной и стильной. Они указывали на проблему, не навязывая свое мнение. У программы был характер. И она заинтересовала меня.

Я нанялся к ним на работу. Я не предполагал, что «Синдром потребительства» приобретет широкую известность. Самое большее, на что я рассчитывал, это что программа покажет несколько сюжетов и затронет несколько идей, значимых для заинтересованной аудитории. Она пробудит

некоторое сочувствие, а затем испарится, и от нее, как от большинства передач, останется только мокрое место.

Но я не принял в расчет время появления программы. Она появилась в начале 1990-х годов, когда на банковских счетах у многих американцев возросли суммы и одновременно возросло ощущение пустоты в душе. Хождение за покупками, а также игра на бирже стали излюбленным способом времяпрепровождения для всей нации. Но в то же время все большее число американцев начало стремиться к освобождению от того, что стало с ними происходить, от ежедневной, лихорадочной погони за новыми приобретениями. Итак, вопреки всем ожиданиям (во всяком случае, моим), «Синдром потребления» возбудил пусть не захвативший широкие массы, но горячий энтузиазм. Были созданы группы для обсуждения проблемы. Кассеты и расшифрованные с них записи распространялись, читались, воспроизводились. Зрители, случайно привлеченные к экрану неожиданными вспышками остроумия, продолжая смотреть программу, обнаруживали, что и они сами могут служить мишенями для насмешек.

Эта книга представляет собой вселяющее надежду на решение проблемы собрание любопытных соображений, почерпнутых от людей, которые хотят осмыслить такое явление, как «Синдром потребления», пропустив его через свой разум и свое сердце. В этой книге не говорится о том, как надо, а спрашивается, почему бы не сделать так-то и так-то. Хотя она и содержит некоторые практические предложения, крупные и мелкие, с помощью которых можно было бы осуществить переустройство наших городов, реформировать наш налоговый кодекс и сформировать новые виды сообществ, в которых система распределения преобладала бы над конкуренцией, эта книга не призвана грозить пальцем нам в лицо, упрекая неутомимо трудящихся американцев в желании внести в свою жизнь немного больше удобств, изящества, удовольствий. «Синдром потребления» уважает все эти чисто человеческие стремления и хочет только избобрести способы сде-

лать комфорт, изящество, удовольствия более подлинными и длительными, чем те недолговечные блага, которые можно купить за деньги. В большей степени, чем многие новомодные быстроразвивающиеся проекты или интернет-компании, наш проект создает нечто, имеющее настоящую ценность, — новый путь, позволяющий рассчитывать на достижение истинного счастья.

Скотт Саймон,
ведущий программы Weekend Edition Saturday,
Национальное Общественное Радио.
Вашингтон, февраль 2001

ПРЕАМБУЛА

В большинстве случаев фильм снимается по мотивам книги, тогда как эта книга написана по мотивам телевизионной передачи. В 1996 году вместе с Вивиа Бо, моей коллегой и телевизионным продюсером, я выступил с рядом тезисов о проблеме чрезмерного потребления и большом количестве его пагубных последствий для американского общества. Наше исследование выявило, что проблема эта очень глубока и затрагивает жизнь американцев в большем числе ее аспектов, чем любая другая социальная или экологическая проблема. Но как придать всему этому смысл? Как найти способ представить эту проблему так, чтобы зрители увидели множество проблем, порождаемых нашей страстью к потреблению и связанных между собой?

Когда более двух третей программы было уже отснято, мы все еще раздумывали, как скомпоновать весь тот обширный материал, который мы собрали. Потом во время перелета из Сиэтла в Вашингтон, чтобы продолжить съемки, я случайно, просматривая газету, увидел в одной из статей термин «*синдром потребления*». Для меня это было, как бывает в мультфильмах, когда у кого-нибудь на голове загорается лампочка. Вот оно: *синдром потребления*. Это не просто короткая фраза, обещающая статью запоминающимся, остроумным названием для телевизионной программы, — она намекает на существование болезни, являющейся следствием чрезмерного потребления.

Мы с Вивиа согласились, что хороший способ сделать влияние чрезмерного потребления более понятным —

это представить его в виде симптомов вируса, который, по крайней мере в Соединенных Штатах, приобрел размеры эпидемии. Затем мы могли приступить к рассмотрению истории болезни, попытаться понять, как и почему она распространилась, каковы носители и очаги этой болезни и, наконец, каковы способы лечения.

С тех пор мы начали использовать этот термин, спрашивая у разных людей, кажется ли им разумной наша идея. И в самом деле, доктора признавались нам, что обнаруживали симптомы синдрома потребления у многих своих пациентов, причем эти симптомы часто проявлялись на уровне физиологии. Один психолог делился своими наблюдениями, что многие его клиенты «страдают синдромом потребления, но очень мало кто из них знает, что это и есть то, чем они больны».

Чтобы утвердить «*Синдром потребления*» на возможно большем количестве филиалов РВС, мы с Вивиа позаимствовали некоторые методы у маркетологов и рекламировали свой проект самым нахальным образом. В Чикаго на съезде журналистов, работающих на передачах РВС, мы были в белых халатах, со стетоскопами и табличками на груди, возвещавшими, что это доктор Джон, эпидемиолог синдрома потребления, и доктор Вивиа, эпидемиолог синдрома потребления. Мы раздавали пузырьки с надписью «Вакцина против синдрома потребления» (там были конфеты). Мы хотели дать понять, что наше шоу будет столь же развлекательным, сколь информативным. Ложка сахара должна подсластить горькую пилюлю.

Премьера нашей программы «*Синдром потребления*» состоялась 15 сентября на канале РВС и была встречена целым потоком звонков и писем от телезрителей со всех концов Соединенных Штатов, в результате чего стало ясно, что мы затронули глубоко наболевшую проблему. Девяностотрехлетние зрители писали, чтобы выразить свою обеспокоенность за внуков, тогда как двадцатилетние рассказывали грустные истории об огромных долгах, накопившихся на их кредитных карточках. О героях сю-

жета с обложки воскресного журнала «*Вашингтон Пост*», где повествовалось о людях, пытающихся упростить свою жизнь (в материальном смысле), думали, что они делали это под влиянием нашей программы. В одной из деревень Северной Каролины учительница показала эту статью шестиклассникам и предложила обсудить тему в течение двух недель. В среднем дети думали, что они обладают количеством вещей, в три раза превышающим необходимое им. Одна девочка сказала, что уже не может закрыть дверь своего платяного шкафа. «У меня слишком много вещей, одежды, которую я никогда не ношу, — объясняла она, — я просто не могу избавиться от них».

Пересечение политических интересов

Хотя в последнее время критика чрезмерного потребления исходила в основном от либерального крыла американского политического спектра, нам приятно было обнаружить, что «*Синдром потребления*» вызывает обеспокоенность американцев независимо от их политических убеждений. Глава одной консервативной, распространенной на территории всей нашей страны организации по защите семьи прислал нам свои поздравления, где говорилось, что «эта проблема очень важна для семей». Популярность нашей программы и интенсивность реакции на нее зрителей были столь же высоки в таких консервативных городах, как Солт-Лейк-Сити или Хьюстон, сколь и в либеральных Сан-Франциско и Миннеаполисе. В колледжах, где «*Синдром потребления*» используется не очень широко, таких как Brigham Young или Беркли, программа все же пользовалась популярностью. А в Аппалачском Государственном университете в Воопе, Северная Каролина, студенты и профессорско-преподавательский состав показали программу двум малоимущим горным общинам и прихожанам горных церквей, записав комментарии аудитории и сняв собственный видеофильм под названием «*Спасение от синдрома потребления в горах*».

Мир наблюдает

В 1998 году мы продолжили наш проект «Синдром потребления», сосредоточившись на проблеме лечения болезни и назвав это направление «Прочь от Синдрома потребления». С тех пор обе телевизионные программы широко демонстрировались на территории Соединенных Штатов и за границей. Мы убедились, что эта проблема доставляет неприятности людям во всем мире. Мы получили отклик из таких стран, о которых мы и представить себе не могли, что там обеспокоены синдромом потребления, — например, Таиланд, Эстония, Россия, Нигерия, — но жители которых в самом деле хотели перенять положительные стороны американского стиля жизни, избежав вредных его сторон.

Мусульманский журнал о бизнесе, выходящий в Шри-Ланке, попросил нас предоставить им короткую статью о синдроме потребления. В сельских районах северной Бирмы активисты хотели перевести нашу телевизионную программу на местный диалект «качин». Шестнадцатилетняя израильянка добивалась разрешения транслировать нашу программу на стене одного из торговых центров Тель-Авива. Все эти люди говорили, что взгляд на проблему чрезмерного потребления как на болезнь помог им лучше понять ее и объяснить ее суть другим.

Мы надеялись, что словосочетание «синдром потребления» станет обиходным. Пока этого не произошло, но нет сомнения, что термин этот сейчас используется гораздо более широко, чем прежде. До появления нашей программы на канале РВС поиск по ключевому слову «affluenza» в интернете давал 200 случаев упоминания этого слова в Сети, причем все эти слова — на итальянском, где «affluenza» означает просто изобилие. Теперь же можно найти тысячи случаев использования этого слова, в подавляющем большинстве которых имеется в виду чрезмерное потребление.

Общественный недуг

Но используется оно зачастую с различными акцентами. Некоторые употребляли этот термин только по отношению к испорченным детям очень богатых родителей. Другие — по отношению к тем, кто пережил так называемый «синдром внезапного обогащения». В таком употреблении термин теряет социальную/политическую нагрузку, которой мы его наделяем, и становится вопросом чисто индивидуального поведения. Как бы то ни было, на наш взгляд, сфера влияния вируса не ограничивается высшими классами, он насквозь пронизывает все наше общество. Его симптомы поражают как богатых, так и бедных людей, и наша двухполюсная система (где богатые становятся все богаче, а бедные все беднее) наказывает бедных людей вдвойне. Их научают желать материальных благ, но дают мизерную возможность добыть их. Мы все больны синдромом потребительства, хотя и по-разному.

Синдром потребительства: о книге

После выхода телевизионной передачи звонки от трех разных людей убедили меня в необходимости написать книгу на соответствующую тему. Экономист Томас Нэйлор и ученый-эколог Дэвид Ванн предложили себя в качестве соавторов, тогда как Тодд Кейтли, нью-йоркский книжный агент, выразил мнение, что подобная книга будет с энтузиазмом воспринята читательской аудиторией. Я был очень удовлетворен реакцией на телевизионную версию «*Синдрома потребительства*». Но телевидение, будучи очень информативным, все же остается поверхностным средством массовой информации: просто невозможно втиснуть в один час по-настоящему серьезный объем материала. Это и есть причина написания настоящей книги: более глубоко объяснить понятие «синдрома потребительства», дать боль-

ше примеров, перечислить больше симптомов, придать явлению большую очевидность, более основательно его рассмотреть. Если вы знакомы с видеовариантом нашего проекта, вы узнаете некоторых героев и некоторые сюжеты. Но эта книга представляет результаты еще трех лет исследования, обновленные данные и дополнительные сюжеты.

На жаргоне потребительского общества это «новый и усовершенствованный!» продукт.

Парочка кратких предупреждений

Мы приносим свои извинения всем остальным жителям Северной и Южной Америки, поскольку часто используем слова «Америка» и «американцы», имея в виду Соединенные Штаты и их жителей. Мы не хотим этим выразить никакого неуважения к другим американцам, а просто следуем общепринятому разговорному употреблению, которое распространено во всем мире. Далее: в этой книге мы не намереваемся выразить общее неодобрение в адрес состоятельных американцев или денег как таковых. Будучи употребленными должным образом, для общего блага (как, например, это делается членами общества «Ответственная состоятельность» — см. главу 26), деньги могут способствовать оздоровлению нашей нации вместо того, чтобы подпитывать синдром потребительства. В самом деле, эта книга не была бы написана без финансовой поддержки состоятельных спонсоров.

Приятного вам чтения!

Джон де Грааф, Сиэтл, штат Вашингтон

Введение

Что такое синдром потребительства

10 декабря 2000 года.

Представьте, если угодно, следующую картину:

Некий врач, принимая привлекательную, богато одетую пациентку, ставит ей диагноз.

— С точки зрения физиологии, — говорит он, — вы абсолютно здоровы.

Пациентка не верит.

— Но тогда почему же я так ужасно себя чувствую? — спрашивает она. — Откуда это пресыщение и вялость? Ведь у меня новый большой дом, новенькая машина, я недавно сменила свой гардероб, и меня только что повысили в должности. Почему же я так несчастна, доктор? Может быть, есть какие-нибудь таблетки от этого?

Доктор качает головой.

— Боюсь, что нет, — отвечает он. Таблеток от вашей болезни не существует.

— Но что же это за болезнь? — спрашивает обеспокоенная пациентка.

— Синдром потребительства, — мрачно отвечает доктор. — Это новая болезнь. Очень заразная. Ее можно вылечить, но это нелегко.

Конечно, сцена вымышлена, но такая болезнь действительно существует. В разгар процветания, в период экономического взлета, которым ознаменовался рассвет нового тысячелетия, мощный вирус поразил американское общество, угрожая нашим кошелькам, нашим дружеским отношениям между собой, нашим семьям, нашему окружению и нашей природе.

Цена и последствия синдрома потреблячества огромны, хотя о них часто умалчивают. При отсутствии лечения болезнь вызывает состояние постоянной неудовлетворенности. В Английском Оксфордском словаре определение этой болезни выглядело бы примерно следующим образом:

синдром потреблячества — болезненное, заразное, передающееся внутри общества состояние пресыщения, обремененности долгами, тревоги и опустошенности, которое является результатом упрямой погони за новыми и новыми приобретениями.

Основную часть времени на протяжении всей нашей истории мы, американцы, стремились к чему-то большему, в особенности — к большему количеству вещей. В ущерб подавляющему числу других ценностей мы делали это начиная с 1980-х годов и, подобно голодным детям, оказавшимся у шведского стола, последние несколько лет непрерывного экономического роста.

Земной шар в равновесии

Незаметно, подобно некоему невидимому похитителю разума, вирус полностью завладел американским политическим диалогом. Вспомним, к примеру, Альберта Гора. В 1992 году, будучи еще сенатором, он написал популярную книгу под названием *«Земной шар в равновесии»*. Америка, — писал Гор, — «все крепче держится за свою привычку потреблять каждый год постоянно нарастающие количества каменного угля, нефти, свежего воздуха и воды, древесины, чернозема и тысячи других видов природных ресурсов, которые мы отторгаем от земной коры и превращаем не только в необходимые нам пищу и крышу над головой, но в гораздо большей степени используем для изготовления ненужных нам вещей... Количество материальных благ в настоящее время выше, чем когда-либо прежде, но таково же и количество людей, ощущающих пустоту своей жизни».