

ТИМ КАССЕР

БЫТЬ ИЛИ ИМЕТЬ?



ПСИХОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

Купите книгу на сайте [>>>](http://www.consumption.ua)

Предисловие	9
глава 1 Противоречивые месседжи.....	15
глава 2 Личное благополучие человека.....	23
глава 3 Психологические потребности	49
глава 4 Незащищенность.....	59
глава 5 Это хрупкое самоуважение	81
глава 6 Взаимоотношения с окружающими	107
глава 7 Цепочки материализма	125
глава 8 Семья, сообщество и Земля.....	145
глава 9 Как изменить ситуацию	159
Эпилог	189
Примечания	191
Библиография.....	203
От автора	221

Предисловие

В настоящий период истории человечества у людей достаточно материальных ресурсов, чтобы прокормить, одеть, выучить и обеспечить жильем каждого жителя планеты. Более того, мы обладаем поистине огромным потенциалом для повышения уровня медицинского обслуживания, эффективной борьбы с серьезными заболеваниями и значительного улучшения экологической ситуации на планете. И все эти ресурсы — не какая-то утопическая фантазия, а реальность, которая сегодня, по сути, даже не обсуждается.

Тем не менее даже беглого взгляда на практически любую часть нашего постепенно нагревающегося «шарика» достаточно, чтобы понять, как бесконечно далеки мы от достижения любой из этих важных целей. Если отнести к вопросу с максимальным вниманием, непременно увидишь, что человечество существует в двух совершенно разных мирах: первый наполнен изобилием, роскошью и избытком материальных благ; для второго характерны лишения, нищета и бесконечная борьба за выживание. В прошлом эти миры разделяли в основном государственные границы, но в последнее время все чаще и во все большем числе стран можно найти относительно изолированные островки благополучия, окруженные неуклонно расширяющимися зонами тотального обнищания. Львиная доля населения планеты в настоящее время проживает в условиях экономик, базирующихся на ментальности типа «победитель получает все», где главная цель — иметь как можно больше благ; так сказать, каждому по его жадности. И нет ничего удивительного в том, что на таком экономическом фоне

эгоизм и откровенно материалистическое отношение к жизни больше не считаются моральными проблемами и все чаще становятся смыслом человеческого существования.

[10]

Между тем причина столь неутешительной глобальной реальности одна: нас, людей — а я действительно имею в виду каждого из нас, — можно без особого труда обратить в веру потребительства и материализма. Собственно говоря, массовый переход в эту веру уже свершился. Очень многие наши современники глубоко убеждены, что чем больше у человека денег и прочих материальных благ, тем лучше и счастливее его жизнь. Мы с удивительной готовностью проглотили утверждение о том, что счастливая жизнь — это непременно богатая жизнь. Мы сознательно или неосознанно приучились оценивать свое субъективное благополучие и жизненные достижения не по состоянию души и своему мироощущению, а глядя как бы снаружи, то есть сквозь призму того, что у нас есть и что еще мы можем себе позволить. А еще мы приняли мировоззрение, согласно которому достоинства и успехи людей оцениваются не с точки зрения их мудрости, доброты или вклада в жизнь и развитие общества и мира в целом, а исходя из того, носят ли они «правильную» одежду, водят ли «правильный» автомобиль и вообще владеют ли «правильными» вещами.

Возможно, самое ужасное в этом современном мериле человеческой ценности заключается в том, что теперь люди стремятся иметь не просто *достаточно*, а *больше* других. Иными словами, наша самооценка зависит от того, как наши кошельки и собственность выглядят по сравнению с кошельками и собственностью других людей — как тех, кто окружает нас в реальной жизни, так и тех, кого мы видим только в псевдореальной среде телесериалов и кинофильмов. А в подобном контексте никто и никогда не сможет иметь достаточно, потому что всегда найдутся те, у кого есть больше разных благ. Исключение составляет, пожалуй, только Билл Гейтс. Иначе говоря, при любом богатстве и достатке некоторые люди жаждут иметь еще более дорогие игрушки, дополнительные символы статуса и имиджа и буквально одержимы жаждой дальнейшего обогащения. Руководители рекламных агентств вот уже несколько десятилетий подряд строят свой бизнес на положении, что человек

становится хорошим потребителем в случае, если он принимает простое «желание» за насущную «потребность», а его концепция «жизненных потребностей» размыта и непомерно раздута. Очевидно, что, судя по этим критериям, большинство из нас сегодня можно считать очень хорошими потребителями.

Хорошо бы обещания потребительского общества были реалистичными и выполнимыми, но это совсем не так. Этой теме и посвящена небольшая, но чрезвычайно полезная книга Тима Кассера. В ней автор кратко описывает поистине угрожающее число научных исследований, неопровергимо подтверждающих весьма нелогичный, с точки зрения многих современников, факт: наличие солидной суммы денег и массы дорогих вещей не приносит человеку удовлетворения жизнью и не укрепляет его психологическое здоровье. Иными словами, после того как доход человека достигает уровня, превышающего черту бедности, дальнейший рост богатства практически не оказывает позитивного эффекта на его самоощущение и субъективное благополучие. Но основная мысль Кассера, благодаря которой его выводы воспринимаются как нечто действительно новое и необычное, заключается в том, что наше безудержное *стремление* к богатству, судя по всему, делает нас менее счастливыми. Автор подтверждает научными фактами, что люди, излишне ориентированные на материальные ценности и цели, нередко жалуются на нервозность, больше подвержены депрессии и даже чаще болеют, в отличие от тех, кто менее озабочен проблемами финансового характера. А еще «материалисты» любят смотреть телевизор, чаще употребляют алкоголь и наркотики и, как правило, не могут похвастаться хорошими взаимоотношениями с окружающими. Даже во сне им нет покоя: их мучают кошмары и не покидает тревога. Таким образом, как только человек загорается «американской мечтой» как можно больше набить карманы, в его душе и самоощущении возникает некая пустота; и чем дальше, тем хуже ему становится.

Не менее важно и то, что в своей книге Кассер предлагает одно из самых полных и убедительных сегодня объяснений, почему лживые обещания потребительского общества столь легко и основательно завладевают нашим сознанием. Особенно примечательно, что его объяснение базируется не на общем

[12]

действии макроэкономических сил современного рыночного консьюмеризма, а на представленных гораздо более крупным планом факторах, заставляющих современных людей упорно стараться психологически подпитывать себя материальными благами и символами статуса даже несмотря на то, что это их совершенно не насыщает.

Кассер акцентирует внимание на двух причинах, по которым материалистическое отношение к жизни уменьшает наше ощущение счастья. Первая связана с тяжким бременем, налагаемым материализмом на человеческую душу. Желание иметь больше материальных благ ускоряет темп жизни. Мы не только вынуждены больше и тяжелее трудиться, но и, становясь владельцами многочисленных вещей, должны поддерживать их в надлежащем состоянии, модернизировать, заменять, страховать и делать что-то подобное — в общем, постоянно ими управлять. В итоге бремя, лежащее на плечах убежденного «материалиста», растет и тяжелеет, и человеку, вместо того чтобы посвящать время и энергию любви, приобретению новых знаний и позитивного опыта (тем важным поступкам и событиям, которые могут принести ему истинное удовлетворение), приходится расходовать их на удовлетворение своих материальных потребностей. Таким образом, материализм хоть и обещает нам счастье, на самом деле ведет лишь к проблемам и стрессам.

Материализм влечет за собой несчастье, а несчастье зачастую становится причиной перехода «поезда» человека на рельсы безудержной наживы. В своей книге Тим Кассер наглядно показывает, каким образом чрезмерное желание, или, с позволения сказать, «потребность» обогащения тесными и динамичными узами связано с ощущением личной незащищенности. Оказывается, материалистический настрой быстрее всего «вызревает» в людях, испытывающих неуверенность в таких вопросах, как любовь, самоуважение, компетентность или контроль. Очень многим нашим современникам кажется, что избавиться от неуверенности и тревоги им помогут богатство и статус. Потребительская культура настойчиво пытается убедить нас в том, что мы можем успешно противостоять этим негативным эмоциям, купив себе доступ к высокой самооценке и заплатив за то, чтобы

стать достойным любви. Вездесущий месседж, распространяется современными популярными СМИ, рекламой и звездами, четок и неизменен. Его суть сводится к тому, что самооценка неизменно повысится, если окружить себя внешними символами значимости: гаджетами, которыми будут восхищаться окружающие; одеждой и украшениями, которые сделают нас более привлекательными; имиджевыми продуктами, якобы доказывающими наше умение жить. Кассер считает, что психологическая незащищенность человека в значительной мере есть результат этого ложного обещания и объясняется тем, что общество весьма усердно подбрасывает дровишки в костер потребления.

Примечательно, что, способствуя созданию и поддержанию условий, усиливающих психологическую незащищенность, экономики, ориентированные на потребление, тем самым подпитывают себя. Детей воспитывают родители, жаждущие все новых и новых материальных благ и финансового успеха. Современные люди чаще, чем раньше, работают вдали от дома; причем многие делают это не ради добычи средств к существованию, а чтобы улучшить свою покупательную способность и иметь возможность приобретать все больше и больше продуктов, которые, как их убеждают, просто «необходимы» им и их детям. А общение с детьми, вечера и ночи, проведенные с супругами, хорошие взаимоотношения с родственниками и друзьями и прочие приносящие истинное удовлетворение вещи, которые нельзя приобрести за деньги, все чаще отходят на второй план. Люди тратят столько энергии на работу и покупку всякой всячины, что у них фактически не остается времени на саму жизнь. И даже эти жалкие остатки досуга дети и взрослые занимают себя «общением» со средствами массовой информации, подвергаясь массированному воздействию рекламы, призывающей их покупать и обещающей взамен на это крепкое психологическое здоровье. Иными словами, культурный климат потребительского общества создает среду, где любовь, контроль и самоуважение становятся практически атавизмами и неизменно присутствует и всячески стимулируется тенденция сравнивать себя с другими. В таком климате почти каждый из нас подвергается опасности подцепить вещеманию — инфекционную болезнь, главным

симптомом которой служит неуемное стремление приобретать вещи и владеть ими.

[14] Такова, увы, трагическая реальность современности — мы, словно змеи, поедаем собственные хвосты. Однако, рассказывая эту печальную историю, Кассер не только многочисленными научными фактами подтверждает то, о чём всегда гласила народная мудрость: счастье и благополучие не купишь ни за какие деньги, — но и анализирует, почему мы так легко попались на удочку, уверовав в обратное. Автор весьма убедительно, хоть и лаконично, рассуждает о психологии материализма и о том, почему эта жизненная философия мешает удовлетворению базовых потребностей человека и каковы ее негативные последствия для каждого из нас.

Вот почему эта книга не просто чрезвычайно интересна, но и на редкость своевременна. Ведь если мы когда-нибудь наконец поймем, что пришла пора обуздить свою неуемную страсть к приобретательству, начинать, конечно же, придется с осознания того, что для нас наиболее ценно в жизни, и стремиться в своем земном существовании именно к этому. Исследование Кассера поднимает серьезнейшие вопросы о пользе и значении финансового успеха как для отдельных людей, так и для общества в целом; он указывает на «темную сторону» великой американской мечты, причем так, чтобы любой читатель мог применить его идеи к собственной жизни. Конечно, книг, гневно обличающих материалистическое отношение к жизни, написано немало, но Кассер сделал свое обсуждение особенно убедительным, сосредоточившись на неопровергимых научных доказательствах и напрямую связывая их с повседневным опытом жизни. Он использует проведенные к настоящему моменту научные исследования, чтобы обеспечить нас необходимой информацией и указать на все доступные альтернативные варианты, а затем подтолкнуть нас к наиболее разумному и обоснованному выбору. В условиях поистине эпидемии вещемании книга Кассера весьма эффективно способствует осознанию той прискорбной ситуации, в какой мы сегодня оказались, и, возможно, это самая действенная вакцина из всех ныне существующих.

Ричард Райан

ГЛАВА

1

Противоречивые месседжи

Стремясь к богатству, чинам и почестям,
Ты сам навлекаешь на себя беду.
Истинное достижение — это освободиться
От того, что обычно свойственно человеку.

ИМЕННО ТАКОВ ПУТЬ НЕБА [1]

Эти строки, написанные великим древнекитайским философом Лао-цзы двадцать пять веков назад, предупреждают людей о серьезной опасности, которую таят в себе ложные материалистические ценности. Впрочем, мудрецы практически любых религиозно-философских направлений всегда настаивали на том, что безудержная погоня за материальными благами и высоким общественным положением отвлекает человека от понимания истинного смысла жизни [2]. Мы, как правило, с готовностью киваем в знак согласия с древней мудростью, но полезные советы преимущественно теряются в мириадах месседжей современного потребительского общества, провозглашающих, что стремление к богатству, страсть к накопительству и «правильный» имидж имеют реальную ценность, приносят глубокое удовлетворение и составляют подлинный смысл человеческого существования. Заголовки газет наперебой превозносят победителя местной лотереи. Книги о способах быстрого обогащения уверенно занимают первые строки списков бестселлеров. Веб-страницы пестрят яркой рекламой самых разных продуктов. На телеэкране знаменитости навязчиво рекламируют все подряд, от спортивных автомобилей до туши для ресниц. Хотя все эти месседжи отличаются по форме, суть их практически не меняется: они доносят до нас одну и ту же идею: «Счастье можно купить в торговом центре, в интернете или по каталогу».

Упомянутые выше два типа месседжей, касающихся материалистического отношения к жизни, вполне успешно сосуществуют в современном обществе, и нам зачастую очень трудно разобраться, чьему же совету следовать — мудрецов или звезд из рекламы? Кто из них прав? Действительно ли погоня за деньгами и прочими материальными благами способна сделать нас счастливее, или обещания потребительского общества ложны?

Создается впечатление, что, задавшись вопросом о значении материализма и его влиянии на нашу жизнь, непременно получишь противоречивые ответы. Например, можно обратиться с ним к государственным мужам. И хотя последние весьма обеспокоены тем, что общественные и семейные ценности все чаще подменяются ценностями потребительской поп-культуры, главную роль в решениях большинства выборных чиновников все же играют преимущественно соображения экономического характера. Мы могли бы задать свой вопрос религиозным лидерам, но хоть в Библии и говорится, что человеку, одержимому идеей обогащения, скорее всего, не попасть в царство небесное, телевангелисты с зубастыми улыбками вытягивают из своей паствы миллионные пожертвования. Резонно было бы спросить самых богатых людей планеты, но и тут все на редкость неоднозначно: если американский миллионер Джон Астор III жалуется, что «деньги не приносят ему ничего, кроме ощущения приглушенной тревоги», то другой отнюдь не бедный человек по имени Малcolm Форбс утверждает: «Деньги, конечно, в жизни еще не все, но только если у тебя их достаточно». Мы могли бы задать свой вопрос представителям мира поэзии, но и здесь сплошные противоречия: британский поэт Роберт Грейвс писал, что «в деньгах нет поэзии», а его американский коллега Уоллес Стивенс провозглашал, что «деньги — та же поэзия» [3].

Если мы решим получить ответ у психологов, картина окажется примерно столь же противоречивой [4]. С одной стороны, очень многое из обнаруженного эволюционными психологами и бихевиористами вполне согласуется с идеей несомненной важности стремления человека к богатству и высокому общественному статусу. Эволюционные теории (например, теория

[18]

Дэвида Басса) позволяют предположить, что желание прослыть богатым, привлекательным и иметь отличный имидж в обществе буквально «вмонтировано» в человеческие гены и что эти отличительные характеристики нашего биологического вида (так же как, положим, отставленные большие пальцы или крупный передний мозг) когда-то помогли выжить нашим пращурам [5]. А согласно бихевиористским теориям, скажем Фредерика Скиннера и Альберта Бандуры, получением вознаграждения обусловлены абсолютно все человеческие поступки, этот фактор критически важен для адаптации индивида в обществе [6]. В качестве подтверждения бихевиористской концепции, гласящей, что счастье и удовлетворенность жизнью приходят к человеку в результате богатства и материальных благ, приводится тот факт, что отец американского бихевиоризма Джон Уотсон весьма успешно применял основные психологические принципы обучения в рекламе на Мэдисон-авеню; эту модель с тех пор использовали тысячи психологов [7].

С другой стороны, несмотря на то что в прошлом веке в научной психологии США доминировали в основном бихевиористские и эволюционные теории, мыслители-гуманисты и экзистенциальные мыслители, в том числе Карл Роджерс, Абрахам Маслоу и Эрих Фромм, высказывали о материалистических устремлениях homo sapiens резко противоположное мнение. Эти ученые признавали, что для удовлетворения базовых физических потребностей человека необходим определенный уровень материального комфорта, но при этом утверждали, что явный акцент на материалистических ценностях крайне негативно оказывается на субъективном благополучии и счастье человека [8]. Представители школы экзистенциально-гуманистической психологии оценивают психологическое здоровье индивида прежде всего по таким качествам, как аутентичное самовыражение, хорошие взаимоотношения с окружающими и вклад в жизнь местного сообщества. С их точки зрения, погоня за материальным не только перекрывает человеку доступ к опыту и переживаниям, способствующим его психологическому росту и здоровью, но и сигнализирует о существенном отрыве от действительно значимого и важного в его жизни. Например, если супруги

большую часть своего времени зарабатывают деньги, они пре-небрегают возможностью общаться друг с другом и сообща за-ниматься тем, что им действительно интересно. В результате какую бы престижную и дорогую одежду, автомобили или дра-гоценности они ни купили, каким бы огромным и роскошным, напичканным продвинутой электроникой, ни был их дом, упу-щенные возможности делать что-то, доставляющее настояще удовольствие, и наслаждаться общением друг с другом всегда будут работать против удовлетворения их потребностей и, со-ответственно, против их психологического здоровья.

Исходя из столь очевидных противоречий в идеях о мате-риалистическом отношении к жизни, высказываемых в рамках психологических теорий и доносимых месседжами потреби-тельского общества, многие читатели, скорее всего, решат, что современная наука активно и настойчиво изучает эту проблему. Однако, заинтересовавшись данным вопросом в начале 1990-х годов, я был весьма удивлен тем, как мало предпринимается по-пыток применить научные методы для исследования влияния материалистических ценностей на жизнь человека. Конечно, резкой социальной критики потребительского общества было предостаточно, как и неподтвержденных сведений о пробле-мах, которыми чревата неумная погоня за материальными благами. Но подавляющее большинство обнаруженных тогда мной исследований сводились к определению места материализма в жизни людей путем изучения влияния финансового благосо-стояния на их счастье и психологическую адаптацию. Главный вопрос, на который хотели ответить ученые, звучал следующим образом: можно ли купить счастье за деньги? Психологи Дэвид Майерс и Эд Динер ответили на него так:

За то время, пока их культуры становились все богаче, сами народы счастливее не стали. Несмотря на то что в пересчете на сегодняшний курс американцы зараба-тывают в долларах в два раза больше, чем в 1957 году, по результатам опроса Национального центра изучения общественного мнения, — доля людей, считающих себя «очень счастливыми», снизилась с 35 до 29 процентов.

[20]

Оказалось, даже самые богатые — а в число респондентов входили сто богатейших американцев по рейтингу журнала *Forbes* — чувствуют себя лишь чуть-чуть счастливее среднестатистического гражданина США. И те, чей доход за предыдущие десять лет вырос, были не счастливее тех, чей доход за это время остался на прежнем уровне. Действительно, в большинстве стран мира зависимость между доходом и удовлетворенностью населения своей жизнью на удивление несущественна — только в беднейших государствах, таких как Бангладеш и Индия, деньги считаются достоверным мерилом эмоционального благополучия нации. Так можем ли мы утверждать, что жители богатых стран по большому счету счастливее тех, кто живет в бедных странах? Очевидно, в целом это так, но грань тут может быть очень-очень тонкой... Кроме того, невозможно точно сказать, основывается ли счастье граждан процветающих государств на деньгах или оно является побочным продуктом каких-то других факторов [9].

Иными словами, оценив уровни счастья жителей материально благополучных и бедных стран, ученые четко определили, что количество и стоимость материальных благ, которыми мы обладаем, не слишком сильно влияют на наше субъективное благосостояние — при условии, конечно, что мы обеспечены пищей, жильем и одеждой в мере, достаточной для выживания. Бессспорно, это чрезвычайно важная информация, но, на мой взгляд, суть материализма и его роль в нашей жизни нуждаются в гораздо более глубоком и всестороннем исследовании. Чтобы полностью понять, как приверженность материалистическим ценностям оказывается на жизни людей, мы должны изучить зависимость между соответствующими устремлениями и субъективным благополучием человека. Поскольку общество без устали твердит, что деньги и вещи непременно сделают нас счастливыми и что именно к этим целям надо стремиться в первую очередь, мы очень часто строим свою жизнь на погоне за материальными благами. Но что происходит с нашим психологическим здоровьем, когда страсть к обогащению выходит

на первый план и начинает господствовать в нашей системе ценностной ориентации? Как трансформируются наш внутренний мир и межличностные отношения, если мы безраздельно верим месседжам культуры потребления? Как меняется качество нашей жизни, когда мы начинаем ставить материалистические ценности во главу угла?

[21]