

УДК 316.2

ОДНОРАЗОВІСТЬ ЯК ДОМІНАНТНА ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО СТИЛЮ ЖИТТЯ

Куц Мирослава Юріївна – студентка III курсу соціологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Стаття присвячена розгляду феномену одноразовості як базової характеристики сучасного стилю життя. Акцентовано увагу на експлікації одноразовості як детермінанти специфічного типу мислення, коли індивід вважає, що зручними та комфортними можуть бути не лише одноразові товари чи послуги, але й людські стосунки. Аргументується, що одноразовість, пропагуючи специфічний стиль життя, однаково доступний для всіх бажаючих, руйнує дистанції між соціальними верствами. Зроблено висновок, що одноразовість, сприяючи появі розмаїття, кидає виклик одноманітності, ущільнює час, нівелюючи цінність вічного та стабільного.

Ключові слова: одноразовість, час, одночасність, спрощення, одноманітність, багатоманітність.

Статья посвящена рассмотрению феномена одноразовости как базовой характеристики современного стиля жизни. Акцентировано внимание на экспликации одноразовости как детерминанты специфического типа мышления, когда индивид считает, что удобными и комфортными могут быть не только одноразовые товары и услуги, но и человеческие отношения. Аргументируется, что одноразовость, пропагандируя специфический стиль жизни, одинаково доступный всем желающим, разрушает дистанции между социальными слоями. Сделан вывод, что одноразовость, способствуя появлению разнообразия, бросает вызов однообразию, уплотняет время, нивелируя ценность вечного и стабильного.

Ключевые слова: одноразовость, время, одновременность, упрощение, однообразие, многообразие.

The article considers the phenomenon of expendability as the basic characteristic of modern lifestyles. The attention is focused upon the explication of expendability as the determinant of the specific type of thinking, under which an individual believes that expendable human relations could be as comfortable as single-use products and services. It is important to say that advocating a particular lifestyle that is equally available to everybody, expendability destroys the gap between social groups. Contributing to the emergence of diversity, expendability challenges monotony, condenses the time, leveling the value of the eternal and stable.

Keywords: expendability, time, simultaneity, simplification, monotony, variety.

Актуальність тематики обумовлюється насамперед оригінальністю обраного об'єкту дослідження – феномену одноразовості, який не піддавався науковому аналізу у вітчизняній соціологічній науці. Проблематику одноразовості актуалізує фокусування суспільного інтересу на динаміці суспільного буття, що сприяє формуванню групи активних, мобільних індивідів здатних адаптуватися до швидко змінюваних умов сучасного світу. Проблема миттєвого, випадкового та непостійного виходить сьогодні на передній план у різних суспільних сферах, що особливо актуалізує проблематику одноразовості. У розумінні одноразовості, яка стала маркером сучасного стилю життя, важливої ролі набуває проблематика темпоральності. Домінуюче у соціумі сприйняття часу завжди здійснювало вплив на різноманітні форми буття індивіда (А. Бергсон, І. Кант, Г. Тард та ін.). У багатьох сучасних концепціях часу спостерігається орієнтація на проблему "скорочення часових інтервалів" або "скорочення теперішнього", що зумовлено динамічністю суспільних змін (З. Бауман, Г. Люббе, Т. Еріксен, П. Штомпка та ін.).

Метою статті став аналіз феномену одноразовості як домінанти сучасного стилю життя. *Завдання* статті полягає у виявленні основних параметрів одноразовості, темпоральному аналізу одноразовості.

Одноразовість – базова характеристика сучасного стилю життя. Сьогодні промисловість все частіше орієнтується на випуск одноразових товарів (на кшталт одноразових пакетиків з чаєм, кавою чи шампунем, одноразового посуду, серветок, підгузників тощо). Одноразовість здатна бути маркером різноманітних суспільних сфер: одноразові товари та послуги, одноразові акції (флешмоби), одноразові імена (ніки в Інтернеті), одноразові друзі (в соціальних мережах), одноразові шлюбні (що часто прикриваються поняттям

"громадянський шлюб"), одноразові новини (про які миттєво забувають на другий день), одноразові політичні проекти, що створюються лише під вибори ("Озимо покоління" у 2002 р. чи "Віче" у 2006 р.) і т.д. Одноразовими можуть бути специфічні враження, які також можна продавати. Так, сьогодні стрімко розвивається індустрія одноразових вражень (польоти на повітряній кулі чи дельтаплані, привітання з днем народження за допомогою рекламних бігбордів чи банерів, прикріплених до літака).

Звичайно, орієнтація на одноразовість зумовлюється насамперед зручністю для споживача. Разом з тим, одноразовість детермінує специфічний – одноразовий – тип мислення, коли індивід починає вважати, що зручними та комфортними можуть бути не лише одноразові товари чи послуги. Одноразовість стає характеристикою стосунків між людьми (особливо в соціальних мережах). Тобто в розумінні одноразовості відбувається перенос характеристик комфортності зі сфери товарів та послуг на сферу людських взаємодій у соціумі.

Саме у сфері людських взаємодій спостерігаються цікаві ефекти, зумовлені превалюванням одноразовості як стилю мислення. Пропагуючи специфічний нетривкий стиль життя, що однаково доступний для всіх бажаних, одноразовість руйнує дистанції між соціальними верствами: одноразовість урівнює. Оскільки рівність, згідно з Г. Тардом – перехід від однієї ієрархії до іншої [12, с. 74], то одноразовість спричиняє розмивання меж ієрархій.

Крім того, одноразовість урізноманітнює буття людини, пропонуючи у короткі відрізки часу нові речі, враження, знайомства. Таким чином, одноразовість, сприяючи появі розмаїття, кидає виклик одноманітності. У кінці XIX століття, на думку Г. Тарда, успіхи цивілізаційного поступу сприяли заміні "багатоманітності в просторі – багатоманітністю в часі та одноманітності в часі – одноманітністю в просторі" [12, с. 314]. Характерною рисою попередніх епох була багатоманітність у просторі (одночасне співіснування різних культурних форм). Означена багатоманітність у просторі була, на нашу думку, певним чином зумовлена відсутністю засобів масової комунікації. Крім того, спостерігалася одноманітність у часі, коли уклад життя був незмінним протягом тривалого періоду. Причиною одноманітності у часі швидше за все була уповільненість ритму життя, коли десятиліттями не відбувалося кардинальних змін у звичних формах культури.

З появою глобалізації багатоманітність у просторі, поступається місцем одноманітності. З'являються товари та послуги, які вплелися в структуру життя майже всіх сучасних суспільств (фаст-фуди, джинси, кока-кола тощо). Зникає своєрідність культур, відбувається їхня уніфікація. З іншого боку, втрата багатоманітності в просторі компенсується виникненням багатоманітності в часі, коли в короткі відрізки часу відбуваються різкі зміни окремих артефактів культури, сприяючи появі одноразових речей чи вражень.

Відповідно, одноразовість ущільнює час. Під ущільненням часу ми матимемо на увазі поняття "скорочення теперішнього" у сучасному соціумі (термін Г. Люббе). Мова йде про "процес скорочення протяжності часових інтервалів, в яких ми можемо розраховувати на певну постійність наших життєвих відносин" [8, с. 95]. Сьогодні індивід змушений кардинально змінювати власне сприйняття часу. Адже, як зазначав ще І. Кант, "час є дійсним не як об'єкт, а як спосіб розглядати мене самого як об'єкт" [7, с. 66].

Скорочення часових інтервалів, з одного боку, робить комфортним життя людини, наповнюючи його сенсом шляхом постійного продукування нових вражень. Але, з іншого боку, скорочення часових інтервалів посилює страждання людини через постійний надлишок впливів на неї. Чим вищою буде частотність різноманітних впливів на індивіда (соціокультурного, релігійного, політичного характеру), тим слабшою буде інтенсивність кожного із них [12, с. 84]. Тобто задіяність у різних соціальних ролях сприятиме поверхневому реагуванню індивідом на всі форми впливів на нього. Врешті, на нашу думку, це призводитиме до використання людиною чужих шаблонів поведінки чи стереотипів мислення (найчастіше тих, що набули популярності у громадській думці). Проблема наразі полягає в тому, що індивід, будучи втягнутим в різноманітні соціальні зв'язки, вимушений послуговатися певними кліше, створюваними громадською думкою, що звільняє його від необхідності інтелектуальних зусиль та відмови від власного аналізу подій оточуючого світу.

Час став вужчим, він стиснувся до таких розмірів, що його фактично неможливо впіймати, наступний момент настає настільки швидко, що новому продукту, який ще не з'явився на полицях магазинів, загрожує миттєве забуття. З. Бауман зазначав: "Коли необхідний для встановлення контакту час стискається й скорочується до незначної величини завдовжки в секунду, роль простору і просторових показників сходять нанівець, принаймні для тих, хто встигає діяти зі швидкістю передачі листа електронною поштою" [1, с. 15].

Сьогодні в Інтернет-просторі людина може конструювати і власний простір, і власний час, отримуючи владу над ними. Індивіда, адаптованого до життя в динамічному соціумі, де пріоритетними є мобільність та швидке реагування на нові ситуації, Гі Сорман характеризував висловом "людина від літака до телефону" [10, с. 9]. Як бачимо, у цьому вислові є чітке поєднання просторово-часових характеристик.

Для таких індивідів, на нашу думку, одноразовість є базовою установкою життя. Відповідно, одноразовість має властивість розмивати просторово-часові межі.

Одноразовість, ущільнюючи час, нівелює цінність вічного та стабільного. Сьогодні, в епоху розвинених інформаційних технологій, зазначає Т. Еріксен, важко фіксувати теперішнє, те, що відбувається з нами тут-і-зараз. Час моментально скорочується, вічність відступає. Врешті, "ми живемо, твердо сконцентрувавши погляд на точці, яка секунди на дві забігла в майбутнє. Наслідки цього крайнього поспіху – величезні; минуле і майбутнє як ментальні категорії перебувають під загрозою тиранії моменту" [5, с. 13].

Культура завжди намагалася поєднати людське життя з вічністю, але в сучасному світі, на думку З. Баумана, виникла нова культура. "Це культура, яка скорочує спілкування з вічністю до моменту екстатичного переживання, а все, що не вдається скоротити, виводить із поля зору і думки... Яка сміється над "далекими" цілями, рекомендує остерігатись усього постійного і забороняє піклуватися про продовження теперішнього. Яка відмовляється від факелу палаючої пристрасті заради тліючої кучки сміття. Яка сприяє тому, щоб брати, не задумуючись, і покидати, не засмучуючись. Яка оцінює інтелект не здатністю довго пам'ятати, а умінням швидко забувати; віддає перевагу не накопиченню, а потоку знань; не набуттю навичок, звичок, прив'язаностей та переконань, а найшвидшому позбавленню від них. У такій культурі немає місця "вічним цінностям" або "цінності того, що є вічним". Всі інші культури не могли обійтися без цих цінностей" [3]. Така культура руйнує традиції поколінь, диктує свої правила, які проголошують тотальну самостійність, відрив від минулого та виводить інстинкт самозбереження на передній план. Єдиним позитивом у глобалізації культури є те, що вона стала доступнішою завдяки засобам масової інформації. Наприклад, завдяки Інтернету ми можемо побачити новий фільм чи прочитати нову книгу, сидячи у себе вдома.

Ми живемо у "дедалі щільнішому світі", де події у будь-якій його частині – чи то в кращий, чи то в гірший бік, – суттєво впливають на життя людей, які живуть в іншому місці, часом з надзвичайною швидкістю [9, с. 1052]. Прикладом може бути катастрофа в Чорнобилі 1986 р., коли через радіоактивну хмару на сполох забила вся Європа. З. Бауман дуже чітко висловився з цього приводу: "Деякі речі, такі, як, наприклад, тероризм, капітал, наркотики – вже глобальні. Проте закон, політика і юрисдикція – не глобальні. Це погано. Ви знаєте, що сума грошей, витрачена на зброю в 2005 році в усьому світі в цілому, в 15 раз більша, ніж сума, витрачена на гуманітарну допомогу? Ось в чому проблема глобалізації – фрагментаризація світу, в якому тероризм є глобальним, а захист від нього – ні" [2].

Глобалізуються майже всі сфери життя. В першу чергу – це політика та економіка. Кордони держав стають умовними, адже поняття відстані стає соціальним продуктом, величина якого залежить від швидкості, з якою ми його долаємо [1, с. 14-15]. Глобалізація сприяє зміні та скороченню суверенітету держави через вільну міграцію людей та вільне переміщення капіталів за кордон, влада держави зменшується по відношенню до своїх громадян. Глобальними стають наука та культура.

Отже, цінність вічності, з нашої точки зору, відійшла на задній план. Сьогодні цінністю стає миттєве, випадкове та нестабільне, що й зумовлює пріоритетність одноразового стилю життя. Багатоманітність в часі призвела до ущільнення часу, результатом чого стала орієнтація суспільного мислення на одноразовість. Тобто одноразовість – це ностальгія за різноманітністю, яка вже майже відсутня у просторі. Місце їй залишилось лише в часі.

Експансії одноразовості певним чином сприяла глобалізація культури, оскільки культура, стаючи інтернаціональною, втрачає свою унікальність і стає схожою на інші. Цьому передували процеси спрощення, які спостерігаються в різних суспільних сферах. На думку А. Тойнбі, закон поступового спрощення керує прогресом цивілізацій. Під спрощенням слід розуміти "посилення практичної ефективності, або естетичного впливу, або інтелектуальної глибини" [13, с. 202-203], але в жодному разі не зменшення чи погіршення чого-небудь. Мається на увазі спрощення граматики у різних мовах, спрощення астрономічних обчислень, спрощення деталей одягу, спрощення в манерах, коли, приміром, "почесні титули (*seigneur* перетворився в *sieur*), вітання (феодалське колінопреклоніння, що замінилося легким нахиленням голови), компліменти, манери все більше й більше скорочуються, послаблюються, спрощуються в міру поширення" [12, с. 216].

Спрощення сприяло тому, що "вічні" речі стали непотрібними, "вічність" перестала цінуватися, поступившись місцем одноразовості. Такі тенденції, наприклад, можна відстежити у сфері автомобілебудування на початку ХХ століття, коли Форд вимушений був розпочати масовий випуск автомобілів через те, що добротні "вічні" моделі, будучи надто дорогими, не користувалися попитом. Такі моделі важко було обслуговувати, оскільки, будучи орієнтованими на одиничних покупців, вони були надто дорогими. Тому Форд обрав стратегію спрощення моделі автомобіля, перетворивши його в масовий автомобіль, який легко обслуговувати [6, с. 3].

Сьогодні процеси спрощення активізувалися в просторі Інтернету. Так, окремі мовні скорочення вже стали загальноприйнятими при спілкуванні в Інтернеті. Це стосується таких виразів як OMG! (Oh My God – О мій Бог!), ІМНО (in my humble opinion – на мою скромну думку), LOL (laughing out loud – вмираю від сміху), BFF (best friends forever – назавжди кращі друзі) тощо. Більше того, ці скорочення вже включені до Оксфордського словника англійської мови [4].

Отже, одноразовість детермінована ущільненням часу, з однієї сторони, та орієнтованістю культури на спрощення – з іншої. Адже без орієнтованості на спрощення одноразовість мало ймовірна.

Магічна сила одноразовості полягає також в тому, що вона притягує можливість співпричетності до певної спільної діяльності, що обумовлюється одночасністю людських дій чи співпереживань. Тобто одночасність інспірує одноразовість.

Так, аналізуючи феномен публіки, Г. Тард мав на увазі не певне зібрання людей, бо, на його думку, це просто натовп, а не публіка. Людей, яких можна означити поняттям "публіка", пов'язує одночасність. "Цей зв'язок складається з одночасності їх переконань чи захоплень, у свідомості, що проникає до кожного, і ця ідея або це бажання поділяється в даний момент величезною кількістю людей" [11]. Тобто людині просто достатньо знати, що думка, яка надихає її під час читання тої чи іншої газети, переповнює не лише її свідомість, але й свідомість інших багатьох людей. І цього цілком достатньо для впливу на індивіда не тільки журналіста, але й великої маси інших читачів. Можна тільки уявити собі як сильно зростає інтерес читача, якщо він розуміє, що його думку розділяє величезна кількість людей. У першу чергу це відображається на його особистому судженні, що все більше і більше пристосовується до судження публіки в цілому. Г. Тард наводить такий приклад: "Я розгортаю газету, яку я вважаю сьогоднішньою, жадібно читаю в ній новини; аж раптом помічаю, що вона датована числом минулого місяця або навіть вчорашнім, і в той же момент вона перестає мене цікавити. Звідки така прохолода до фактів? Хіба від цього вони стали менш цікавими самі по собі? Ні, просто я усвідомив, що я один читаю цю газету і цього достатньо" [11]. Це доводить той факт, що інтерес до читання тої чи іншої статті підтримувався в нас лише ілюзією спільності наших відчуттів з почуттями інших. Тобто одночасність дає ілюзію співпричетності.

Сьогодні ті ж самі газети замінив Інтернет, а журналіста – творець сайту. Так само як на читача впливає маса інших читачів одного ресурсу, так і на нас впливають інші відвідувачі одного і того ж блогу. За день ми можемо відвідати сотні Інтернет-сторінок, знаходячись улюбленій точці світу і влюбленій час. Звісно, технологія впливає на наше життя. Приклад цього наводить Т. Еріксен, стверджуючи, що "сьогодні автори працюють асоціативно, безсистемно, слідуючи примхам і спонтанним ідеям, і структура тексту змінюється в ході його написання; корабель перебудовується вже в морі. Обробка текстів на комп'ютері вплинула, очевидно, на процеси мислення і писання більше, ніж ми усвідомлюємо" [5, с. 12]. Далі він пише, що це вплинуло на наш спосіб давати собі раду з інформацією. Маючи змогу виправити текст, ми втрачаємо глибоку його думку та зв'язність. Т. Еріксен стверджує, що час написання романів уже пройшов, настав час есе, тобто творів одноразового використання.

З розвитком інформаційного суспільства людство все більше підпадає під вплив одноразовості. Ми можемо за декілька годин перелетіти з одного материка на інший, зв'язатися з будь-ким за допомогою мобільного зв'язку за лічені секунди, переписуватися по Інтернету, отримуючи відповідь миттєво. Втім, незважаючи на все це, у нас ще ніколи не було так мало вільного часу, як тепер, у добу інформації. Йдучи по вулиці, ми робимо все для того, щоб не залишитися на самоті зі своїми думками: слухаємо музику, розмовляємо по мобільному телефону, читаємо газети. Складається враження, що все це створено задля того, щоб до нас в голову не проникла жодна глибока думка, і щоб ми ні в якому разі не заразили нею оточуючих. Вважається, що більше не модно думати, думки схвалюються лише тоді, коли вони прості та поверхові. Світ влаштований так, що кожної вільної секунди ми пізнаємо якусь інформацію. Наприклад, реклама в метро. Майже немає людей, які б її хоч раз не читали, вбиваючи таким чином час. Виникає також інше питання: чи потрібна нам ця вся оточуюча інформація, чи потрібно кожному із нас знати ціну на будівельні матеріали чи який відсоток знижки в певному магазині на жіночі пальта? Ні, тож треба ретельно добирати саме ту інформацію, яка нам дійсно буде корисною, і лише на ній концентрувати свою увагу. Адже випадкова інформація (за умови, що вона не є корисною) шкодить людині, блокує її думки, направляючи їх у вигідне собі русло.

В час, коли глобалізація та інформаційне суспільство стали одним цілим, коли з'явилося так багато нових можливостей для людей в цілому, індивід відчуває себе покинутим та самотнім. Навколо нас так багато інформації, що ми не можемо зосередитися на чомусь конкретному, навіть на собі. Індивіда не хвилюватиме внутрішній баланс, доки це не заважає його роботі, не турбує культурний рівень, доки цього не вимагають певні рамки. І ми навіть цього не помічаємо, живучи своїм надшвидким життям у світі, що швидко змінюється. Індивід в епоху глобалізації попадає постійно під своєрідний "інформаційний пресинг".

Втім, незважаючи на безперервний потік інформації, яку людина споживає, вона відчуває себе самотньою через неможливість заглиблення в цю інформацію. Не варто глобалізацію чи інформаційне суспільство сприймати в суто негативному контексті, адже тоді негативне сприйняття поширює свій вплив і на динамічне теперішнє та ще більш динамічне майбутнє. В такому світі на передній план має виходити не штучний інтелект, а людський розум з його почуттями та емоціями. Нам потрібно навчитися виживати в такому часі, ми маємо прийняти їх та знайти в них своє місце.

Звісно, є позитивні наслідки інформаційного суспільства, і це не лише доступність інформації. Це, насамперед, підвищення інтелектуального рівня: людство піднімається вгору, на новий рівень. Людям важко жити в новому устрої, проте, якщо знайти спосіб, можливість пристосуватися та знайти своє місце у світі – можна жити набагато краще, ніж усі наші попередники. Це, зокрема, передбачає сприйняття одноразовості як одного із стилів сучасного життя.

Таким чином, одноразовість, будучи домінантою сучасного стилю життя, здійснює експансію зі сфери одноразових товарів чи послуг у сферу людських взаємодій. Одноразовість руйнує дистанції між соціальними верствами, пропонуючи специфічний стиль життя, що однаково доступний для всіх бажаючих. Крім того, одноразовість, скорочуючи час, кидає виклик одноманітності, чим сприяє появі багатоманітності. У темпоральному аспекті одноразовість ущільнює час, нівелюючи цінність вічного та стабільного.

Література:

1. Бауман З. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / Зигмунд Бауман ; [пер. з англ. І. Андрущенко / за наук. ред. М. Винницького]. — К. : Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2008. — 109 с.
2. Бауман З. Завтра буде стыдно за то, чем можно гордиться сегодня [Електронний ресурс] / Зигмунд Бауман. — Режим доступу : <http://www.radio.cz/ru/statja/86515>.
3. Бауман З. Пять прогнозов и множество оговорок [Електронний ресурс] / Зигмунд Бауман ; [пер. С. Макарецва] // Иностранная литература. — 2006. — № 8. — Режим доступу : <http://magazines.russ.ru/inostran/2006/8/ba14.html>.
4. Выражение ИМНО включено в Оксфордский словарь английского языка [Електронний ресурс] / internetua. — Режим доступу : <http://internetua.com/virajenie-IMNO-vkluacseno-v-oksfordskii-slovar-angliiskogo-yazika>.
5. Еріксен Т. Г. Тиранія моменту: швидкий і повільний час в інформаційну добу / Томас Гілланд Еріксен ; [пер. з англ. В. Дмитрука]. — Львів : Кальварія, 2004. — 196 с.
6. Земляной С. Фордизм Генри Форда / С. Земляной // Субботник НГ. — М., 2001. — № 9. — 12.03.2001.
7. Кант І. Критика чистого розуму / Іммануїл Кант ; [пер. з нім. та примітки І. Бурковського / передм. А. Лой]. — К. : "Юніверс", 2000. — 504 с.
8. Люббе Г. В ногу со временем. О сокращении нашего пребывания в настоящем / Г. Люббе ; [пер.] // Вопросы философии. — М., 1994. — № 4. — С. 94—107.
9. Платнер М. Ф. Глобалізація і самоврядування / Марк Ф. Платнер // Демократія : антологія ; [упоряд. О. Проценко]. — К. : Смолоскип, 2005. — XXVIII. — 1108 с. — (Політичні цінності ; вип. 1). — С. 1051—1063.
10. Сорман Г. Либеральное решение / Ги Сорман ; [пер. с франц. Н. Вихлиева, С. Максимова]. — М. : Новости, 1992. — 272 с.
11. Тард Г. де. Общественное мнение и толпа [Електронний ресурс] / Габриэль де Тард ; [пер. с фр.]. — Режим доступу : http://mirknig.com/knigi/nauka_ucheba/1181161465-obshhestvennoe-mnenie-i-tolpa.html // MirKnig.com.
12. Тард Ж. Законы подражания. (Les lois de l'imitation) / Ж. Тард ; [переводъ съ французскаго]. — С.-Петербургъ : Изданіе Ф.Павленкова, 1892. — 372 с.
13. Тойнбі А. Дослідження історії : В 2 т. / Арнольд Дж. Тойнбі ; [пер. з англ.]. — К. : Основи, 1995. — Т. 1 : [пер. з англ. В. Шовкуна]. — 614 с.