

От редакции
**ВЫБИРАЕМ ПРИОРИТЕТЫ:
 ВОСПИТЫВАТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ
 ИЛИ СОЗИДАТЕЛЯ?**

АНДРЕЙ ОСТАПЕНКО, ЕЛЕНА ШИШМАКОВА

Необходимо полностью реформировать систему образования. Мы должны готовить общество потребителей, людей, которые могли бы пользоваться плодами чужого труда.
А. Фурсенко, министр образования и науки (РТР Вести, 23.07.2007)

Всем, кто интересуется судьбой образования, известно высказывание А. Фурсенко о том, что сегодня необходимо больше внимания уделять подготовке потребителей. «В частности, до последнего времени, логика системы образования, по его словам, была основана на подготовке человека-творца и развитии созидательных способностей к созданию чего-то нового. Однако, по мнению министра, требования к образованию сейчас существенно меняются и не меньшее внимание необходимо уделять подготовке потребителей, которые будут способны правильно использовать все те достижения и технологии, которые наработаны другими»¹.

У известного психолога А.Г. Асмолова читаем: «Пройдёт ли наше общество по пути культуры полезности, где выживают, а не живут, считают и оценивают, а не понимают и прощают, или же по пути культуры достоинства, зависит во многом от того, каким станет образование в России»².

Что такое культура достоинства? За что мы себя уважаем? И почему мы отказываемся от труда, выбирая эту культуру? Почему сегодня дети всё чаще выбирают ценности потребления? Это и есть свобода выбора как отличительная черта культуры достоинства?

Мы должны задавать себе вопросы!

«Бери от жизни всё!» и... умри молодым. Именно так хочется продолжить этот странный и пошлый слоган фирмы

¹ <http://edu.rsp.ru/site.xp/054054124056054054.html>

² Асмолов А.Г. Наперекор оппозиции души. М., 1994.



5

Методология

воспитания

[13 - 18]





ОТ РЕДАКЦИИ

³ Хагуров Т.А.
Дисфункции
процессов
социализации и
социального
контроля в
условиях
экспансии
массовой
потребительской
культуры
(проблемы
девиантологическо
го анализа):
Автореферат ...
доктора социол.
наук. М., 2006.

«Пепси-Кола», который всё уверенней становится уродливой «нормой» современной жизни, основывающейся на таких официально провозглашённых суррогатах ценностей, как потребительство и материальный достаток, и на таких суррогатах общественных отношений, как толерантность, лояльность, партнёрство (в том числе и половое взамен супружества). Под флагом абстрактного гуманизма и безбожия эти нелепые принципы «гражданского общества» становятся повсеместными принципами построения педагогической реальности, целью которой стало «создание условий для самореализации конкурентноспособной индивидуальности», а в результате мы все имеем второе поколение инфантильной молодёжи, которая «берёт от жизни всё», кроме... ответственности. А в качестве новой ценности образования предлагается воспитание потребителя. Да и сама сфера образования из государственно значимой отрасли превращена в область образовательных услуг, а учитель стал таким официантом, предоставляющим эту самую услугу. Соответственно и отношение к учителю как к официанту, а не как государственному человеку, от которого зависит будущее. **Образование как услуга и объект потребления не может воспитать никого, кроме потребителя.** Вот круг и замкнулся. А чем это чревато, попробуем разобраться.

О культе и культуре потребления

«Личность, обладающая культурой потребления», сегодня звучит более модно, чем «личность-творец, созидатель, человек, способный к труду, увлечённый производственной деятельностью». От последних слов шарахаются, они вызывают кислую мину у слушателей и страх, что «это может вернуться».

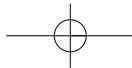
Культура потребления должна войти в систему жизненных навыков, чтобы обеспечить свободу созидания личности. Но сегодня мы сталкиваемся с тем, что потребление стало культом, а культура потребления возведена в абсолют.

Культурное потребление образов, знаний, технологий, услуг и т.п. — это лишь потребление — удовлетворение потребностей. И должно ли оно быть первично в системе личностного становления?

Достоин ли человек, созданный по образу и подобию Бога, обладающий даром творчества, довольствоваться примитивной ролью «культурного потребителя»?

Поистине тревогу у тех, кто стоит у управления образованием, должны вызвать исследования и тенденции последнего времени, которые подчёркивают тот факт, что «одна из главных причин роста масштабов девиаций в современных обществах с развитой потребительской экономикой заключается в том, что идеалы и ценности, транслируемые культурой, утрачивают нравственное измерение и всё более «консюмеризируются» (от англ. consumer — потребитель). В результате распространение массовой потребительской культуры сопровождается масштабной *релятивизацией морально-нравственных устоев*. Современное общество *лишается критериев нормальности*, распространение получает терпимость ко всякого рода отклонениям. Более того, само определение отклонений становится проблематичным»³.

Указанные тенденции обуславливают устойчивые дисфункции процессов социализации как процесса *воспитания, формирования определённой нормы, образца (поведения, сознания)*. Человек, формируемый культурой потребления,



А. ОСТАПЕНКО, Е. ШИШМАКОВА
 ВЫБИРАЕМ ПРИОРИТЕТЫ:
 ВОСПИТЫВАТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ ИЛИ СОЗИДАТЕЛЯ?



несёт в себе новое понимание морали, права, нормы и отклонения, опирающееся на ценности индивидуализированного гедонизма. Императивом этой культуры и индивидуальным кредо её носителей становится потакание своим желаниям, стремление к максимизации удовольствия и потребления⁴.

На грустные размышления наводят следующие показатели⁵. Изучение жизненных планов современных 8–10-летних детей показало, что главная и всепоглощающая ценность для большинства детей — быть богатым, иметь полезные связи. Удовлетворение таких желаний автоматически влечёт возможность пользоваться всем остальным. Едва выйдя из младенческого возраста, дети начала XXI века это уже понимают. Унылый прагматизм, потребительство, скучная деловитость и серьёзность пришли к ним рано. Этакая «взрослость» при полной инфантильности и атрофии ответственности. Да и признаки (метки) взросления стали иными. Важнее иметь, чем быть. Глагол to have стал главнее глагола to be.

Интересны и причины выбора той или иной профессии. На вопрос интервьюера «почему вы хотите стать, например балериной, футболистом» дети отвечали: «балеринам все аплодируют и платят большие деньги», «футболистов все знают и у них очень много денег». Родители довольны детьми — их сын (дочь) мыслит в правильном направлении. В.А. Поляков в своей работе «Технология карьеры»⁶ (да и не он один, сегодня таких бестселлеров много) выделяет две главные цели при построении «успешной» карьеры: первое — «добиться высокого положения в обществе» и второе — «добиться высокого дохода». Вот на это и ориентируемся. Очевидно, что складывается социотип растущего человека, с определённой системой ценностей и установок. Общество и школа сделали своё дело, хотим мы того или нет. Сегодня в первый класс приходят дети 30-летних родителей, а это поколение, выбиравшее в своё время «Пепси».

Большинство взрослых сегодня заморожено стремлением к элитарности как смыслу жизни. Как-то в кулуарах на одной из педагогических конференций состоялся разговор с директором одной из московских школ. Речь зашла о названии журнала «Народное образование». Мой собеседник мне говорит: подписка журнала будет падать, ибо название не вписывается в современный социальный контекст — мы сегодня нацелены на воспитание элиты, элитное образование, элитная школа является целью самоорганизации современных школ и образования, а вы представляетесь народным образованием. Это не вписывается в рынок — не «продавабельно».

Главное, разобраться — где элита, а где — псевдоэлита. Где подлинные ценности, а где мнимые, где чувство собственного достоинства, а где изощрённая самовлюблённость и эгоизм.

Культура потребления или культура созидания?

На первый взгляд, одно другому не мешает и не должно мешать. Но разберёмся в понятиях, стратегиях и приоритетах.

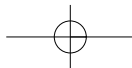
Преобладающая роль потребления в социальных отношениях приводит к изменению этих отношений в контексте ценностей потребления, «что приводит к распространению в глобальном масштабе пассивно-рекреационных жизненных практик (как на Западе, так и в России), вытесняющих производительно-продуктивные»⁷.

⁴ Орнатская Л.А. Массовая культура и «дух эпохи»/ Российская массовая культура конца XX века: Материалы круглого стола. 4 декабря 2001 г. Санкт-Петербург. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество. 2001.

⁵ См.: Лернер П.С. Поведенческая мода как предмет педагогической антропологии и смысловой центр инноваций в образовании. // Школьные технологии. №3, 2008.

⁶ Поляков В.А. Технология карьеры. М., 1995.

⁷ Хагуров Т.А. Дисфункции процессов социализации и социального контроля в условиях экспансии массовой потребительской культуры (проблемы девиантологического анализа): Автореферат... доктора социол. наук. М., 2006.





ОТ РЕДАКЦИИ

⁸ Л. Н. Банникова. Потребление как общесоциологическая категория: предметное поле и основные аспекты анализа. // Известия уральского государственного университета. № 51(2007). Общественные науки. Выпуск 3. <http://proceedings.usu.ru/>

⁹ Бодрийяр Ж. Общество потребления. С.95–96.

¹⁰ Хагуров Т.А. Дисфункции процессов социализации и социального контроля в условиях экспансии массовой потребительской культуры (проблемы девиантологического анализа): Автореферат... доктора социол. наук. М., 2006.

Так, в одной из статей-исследований этого вопроса мы читаем: «Общепризнанно, что современное общество — общество потребления, а не труда⁸. Автор совершенно справедливо расставляет акценты-смыслы (открывает глаза), так нужные современному образованию. «Возросшая роль потребления зачастую сводится к росту его масштабов, выступает как количественный стиль, поверхностное потребление». Часто именно такому потреблению мы учим наших детей. «Потребление как обладание, а не усвоение, как проявление скорее пассивного, чем активного, бытия». Можно иметь компьютер, владеть им, но быть не в состоянии его освоить.

Возросшую роль потребления сегодня сводят зачастую к росту его масштабов, считая, что проблемы потребления актуализируются с ростом изобилия, производства, созидания. Эту установку убедительно опровергает Ж. Бодрийяр в «Обществе потребления»⁹. Вместо изобилия мы имеем «потребление», форсируемое до бесконечности, — родную сестру бедности. Потребление не связано сегодня с созиданием, оно самоценно.

В целом негативные оценки учёными содержания и последствий влияния массовой культуры на процессы социализации личности связаны с такими аспектами, как:

- ◆ упрощение и примитивизация ценностно-смысловой сферы личности;
- ◆ распространение идеологии пассивности, вседозволенности, пошлости, китча;
- ◆ распространение в массовых масштабах установок безвольности, пассивного гедонизма, пассивно-рекреационных жизненных практик.

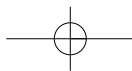
Распространяясь на такие сферы жизни, как *семья, образование, мораль*, потребительские установки массовой культуры вызывают глубокую деформацию этих социальных институтов¹⁰.

Образование, воспитание в логике потребления?

При организации воспитательной работы достаточно часто используют методы в логике стимулов и подкрепления, особенно в семье. Иметь оценку по нужному предмету, иметь велосипед как результат хорошей учёбы по выбранному родителям сценарию. Иметь компьютер или телефон, не хуже чем у сверстников. Главное, соответствовать. А даже не потому, что это действительно необходимо. Такими методами пользовались всегда. Только сегодня они совпадают с массовой культурой и действуют прицельно и наиболее масштабно, вызывая устойчивые массовые деформации как в содержании и логике воспитания как социального института с его целями и задачами, так и личностные деформации.

Вы когда-нибудь испытывали горечь за своего ребёнка, если с ним не хотят дружить, ибо у него вещи не те? Или сцена в детском саду: ваш ребёнок вместе с вами на субботнике убирает, а другой — специально мусорит там, где убирает другой ребёнок. На вопрос «зачем мусоришь? — лучше помоги» — ответ: «Мне мама сказала, что я ничего делать не буду, только играть, и тогда я согласился пойти». И этим детям по 4 года.

Или. Основная цель создания программ организации детей и молодёжи летом исходя из запросов современных потребителей — родителей и детей (главная идея различных форумов посвящённых этой проблеме) — эффективный отдых и развлечение, а основной критерий эффективности программ — «продаваемость» путёвок. В этом поиске программ развития для детей мы



А . О С Т А П Е Н К О , Е . Ш И Ш М А К О В А
В Ы Б И Р А Е М П Р И О Р И Т Е Т Ы :
В О С П И Т Ы В А Т Ь П О Т Р Е Б И Т Е Л Я И Л И С О З И Д А Т Е Л Я ?



ориентируемся на потребление и потребителей. Мы должны понимать, что любая программа — это конкретизация основных целей и средств воспитания, а воспитание, как известно, — это целенаправленное влияние на развитие личности школьника (Х.Й. Лийметс). Что мы развиваем — правильную способность отдыхать, потреблять элитный отдых и по-разному развлекаться?

Итак, воспитать удобного и даже культурного потребителя легко, тем более что вся система «за». А нужен ли нам созидатель? «Человек — это творец своей судьбы», — писал К. Маркс. Признавая за человеком только способность к потреблению технологий и других достижений цивилизации, мы подписываемся в фатальности человеческой жизни. А выбор логики воспитания — есть наш выбор!

Созидательная деятельность в воспитании

Решить вопрос преодоления потребительской логики в воспитании могла бы трудовая деятельность, труд (а особенно производственная деятельность), но он в своём подлинном назначении исчез из условий воспитания личности. Труд — это трудно! Труд в школе часто связывают с насилием, наказанием, чем-то низким, недостойным. Пусть ребёнок учится, зачем ему трудиться. Труд остался в проявлениях обслуживания себя, трудотерапии и т.п. Но это другое. Это тот труд, после которого трудиться не хочется, да и человеком ты себя не почувствуешь. Очень важно понять, особенно педагогам: чем больше мы изучаем субъект труда в его проявлениях и ограничиваем эти проявления, тем в большей степени мы лишаем его этой его субъектности, то есть превращаем его в легко предсказуемого в своих действиях исполнителя, за которого все решают, им управляют... Именно об этом мы читаем у Н.С. Пряжникова.

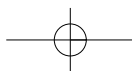
А ведь наши педагоги порой всерьёз говорят: наши дети свободны, они не должны трудиться, мы, слава богу, отошли от этого. А если обратиться к Борису Герасимовичу Ананьеву, то мы узнаем очень важные закономерности развития личности ребёнка: «причиной дезинтеграции личности является не только само прекращение систематического труда, но и постепенное разрушение в самом внутреннем мире человека главной ценности — переживания труда как блага...»¹¹. Здесь же он отмечает, что при вхождении ребёнка в трудовую деятельность развивается такое важное свойство личности, как общая трудоспособность — одна из постоянных характеристик человека как субъекта и личности¹². И далее он приводит очень важное замечание: трудовая деятельность является одной из основных для развития индивидуальности, начиная с рождения, и ошибочно мнение, что трудовая деятельность как фактор развития должна начинать сопровождать индивида с наступлением зрелости после смены игры, затем учения. **Должна!!!**

Выбирая потребление или созидание — выбираем личность

Жизненные цели. С одной стороны, можно стать профессионалом, для того чтобы больше зарабатывать. В данном случае мы говорим о культуре потребления — *потребительстве и особом социальном типе личности-потребителя*. Рост самоуважения такой личности зависит от количества и качества вещей, которые её окружают. Подлинные ценности заменяются материальными **знаками** дружбы, семей-

¹¹ Ананьев Б.Г. Психология и проблемы человеческого знания. М.: Издательство «Институт практической психологии», Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. С. 184

¹² Там же. С. 194.





ОТ РЕДАКЦИИ

¹³ Хагуров Т.А. Дисфункции процессов социализации и социального контроля в условиях экспансии массовой потребительской культуры (проблемы девиантологического анализа): Автореферат... доктора социол. наук. М., 2006.

ного согласия, внимания. Потребление может быть средством, инструментом идентификации, различия, но может стать и целью. В последнем случае мы говорим о потребительстве. Потребительство — это изменение отношений к ценностям.

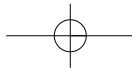
Т.А. Хагуров на основе ряда исследований составил достаточно ёмкое описание основных антропологических характеристик «человека-потребителя»:

1. Мышление не критичное и несамостоятельное, «информатизированное» (влияние масс-медиа), с ориентацией на подсказку. Прагматизированный и утилитарный характер восприятия и осмысления окружающей действительности. Психика незрелая (инфантильная), как следствие — подавление волевого начала в пользу эмоционального, ослабление способности к самоограничению и самоконтролю.
2. Мирозрение фрагментировано, отсутствуют стойкие убеждения неутилитарного характера. Ориентация на себя и эгоистические интересы. Моральные нормы и ограничения — размыты, выражено императивное стремление к комфорту и наслаждениям.
3. Социальные связи и взаимоотношения с окружающими: обеднённые, преимущественно обменные, при этом наблюдается тенденция к трансформации имеющихся «первичных связей» в связи обменного типа; прагматизация и эмоциональная обеднённость межличностных взаимодействий
4. Характер поведения и образ жизни безответственный, по принципу «после нас хоть потоп». Основу образа жизни составляет потребление, выступающее в роли базовой поведенческой установки к любым взаимодействиям с социальным и материальным окружением¹³.

С другой стороны, можно выбрать профессию по душе и работать, чтобы стать для страны и мира источником созидания и продуктивного развития. Труд может оцениваться субъектом как инструментальная ценность, средство для жизни или цель. Это *тип личности-созидателя*. И *самоуважение такой личности измеряется мерой тех благ, которые она создаёт, и мерой самого созидания как источника личностного роста и чувства собственного достоинства*.

Н.С. Пряжников в своей книге «Психология труда и человеческого достоинства» совершенно справедливо заметил, что целью и смыслом любого труда является чувство собственного достоинства, и связал эти две жизненно-важные человеческие категории воедино. Автор вводит понятие «этический парадокс предмета психологии труда». Предмет психологии труда — это субъект труда, то есть человек, осуществляющий трудовую деятельность, способный к спонтанности и рефлексии своей спонтанности в условиях производственной деятельности.

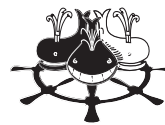
Развитие представлений о труде во многом соотносится с уровнями развития человечества. Труд как необходимость выживания, труд как обязанность и долг, труд как принуждение, труд как производственная и технологическая необходимость, труд как социально-экономическая потребность, труд как цель. Каждый этап связывается с чувством собственного достоинства. В первом случае — чувство собственного достоинства индивида соразмерялось его эффективным участием в общих делах. Во втором — мерой полезности людям, при выполнении трудового долга и обязанностей. В третьем — определённой идеологией (быть рабами полезно и справедливо, труд искупает все грехи). В четвёртом — чувство сопричастности производству и производимому благу является основой чувства собственного достоинства. И последнее представление о труде рассматривается как условие статуса человека в обществе. Но и здесь



А . О С Т А П Е Н К О , Е . Ш И Ш М А К О В А

В Ы Б И Р А Е М П Р И О Р И Т Е Т Ы :

В О С П И Т Ы В А Т Ь П О Т Р Е Б И Т Е Л Я И Л И С О З И Д А Т Е Л Я ?



есть «ложка дёгтя». «Рынок» стал во многом определять и представления о «полезности», востребованности того или иного вида труда. А соответственно и возможностями потребления тех благ, которые предлагает общество. Полезность и нужность становятся смыслом личного выбора. Возникает «отчуждение труда от личности работника» (по Э. Фромму). «Отчуждённый характер», когда человек отделяется от *своего дела, своей деятельности, когда деятельность перестает для него быть лично-значимой, т.е. человек теряет смысл своего труда*. Человек продаёт себя на «рынке личностей». «Отчуждённый характер» — это «рыночная личность», утратившая истинный смысл, смысл находится как бы вне труда, например, в зарабатывании денег.

Есть и другое представление — труд как личностная потребность и условие развития человека и человечества. Даже в рамках «рыночного» представления о ценности труда у некоторых людей возникает внутренний протест против того, чтобы оценивать свой вклад в производимые блага через полезность и нужность большинству (рынку). И тогда важнейшим условием сохранения и развития чувства собственного достоинства становится труд, выполняемый в соответствии с личными представлениями человека об общественной пользе (а это может существенно расходиться с представлениями на уровне массового сознания).

Правда, остаётся проблема вознаграждения, которое не всегда определяется человеком, а чаще обществом. И если человек не получает ожидаемых благ и признания, то возникают ситуации, связанные с его переоценкой отношения к труду. И только лишь сильные и уважающие себя личности с развитым чувством собственного достоинства способны сохранить своё представление о труде как личностной потребности и условии своего духовного развития.

Дж. Ролз в своей книге «Теория справедливости»¹⁴ выделяет «первичное благо» — чувство собственного достоинства, как тот самый смысл любого выбора, который лежит в основе всех стремлений и человеческих действий. Само чувство собственного достоинства по Дж. Ролзу включает два основных аспекта. Во-первых, ощущение человеком своей собственной значимости, его твёрдое убеждение в том, что его концепция собственного блага, жизненного плана заслуживает реализации. Во-вторых, уверенность в собственных способностях, поскольку во власти человека выполнить собственные намерения.

Реализация собственного жизненного плана, естественно, происходит в деятельности. Самореализация в трудовой деятельности есть стремление утвердить своё достоинство, через служение идеалам добра, красоты, служение другим людям и обществу. В трудовой деятельности, вступая в реальные отношения созидания социально-значимого продукта, чувство собственного достоинства личности проходит настоящую проверку — проверку значимости цели и смысла, ради которых человек живёт и может считать или не считать себя достойной личностью.

Самореализация в процессе потребления есть стремление утвердить что? Получить что?.. Уважать себя за что? На вопросы нужно отвечать.

Мы должны задавать вопросы и искать ответы на них. Должны, если действительно думаем о детях и будущем России.

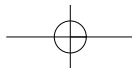
А пока что цитата. Мы просим прощения за трудность научного слога, но приводим её дословно, понимая, что тираж автореферата диссертации не превышает сотни экземпляров, поэтому вряд ли этот текст дойдёт до массового читателя (курсив наш).

¹⁴ Ролз Дж.
Теория
справедливости.
Новосибирск,
1995.

11

Методология
воспитания

[13 — 18]





ОТ РЕДАКЦИИ

¹⁵ Хагуров Т.А. Дисфункции процессов социализации и социального контроля в условиях экспансии массовой потребительской культуры (проблемы девиантологического анализа): Автореферат... доктора социол. наук. М., 2006. С. 11–12.

¹⁶ Хагуров Т.А. Человек потребляющий: проблемы девиантологического анализа. М.: Институт социологии РАН, 2006. С. 150.

«1. Актуальность девиантологического подхода к пониманию характера и содержания трансформаций социальных процессов современности обусловлена тем, что глобальное распространение массовой потребительской культуры при помощи современных технологий массовых коммуникаций вызывает масштабную релятивизацию ценностно-нормативных регуляторов социального поведения индивидов. *Это приводит к существенным деформациям процессов социализации и социального контроля, что в свою очередь ведёт к качественному и количественному росту разнообразных девиаций.*

2. Девиантогенность последствий влияния массовой потребительской культуры на процессы социализации и социального контроля во многом обусловлена влиянием *вульгаризированного* постмодернизма. Сложные и рафинированные интеллектуальные построения постмодернизма абсорбируются массовой культурой в упрощённом и примитивизированном варианте нигилистического гедонизма, эмансипирующего удовольствие от категорий запрета, ограничения и долга. Основными «проводниками» этого становятся массовая литература и кинематограф, отказывающиеся от воспитательной роли и сосредотачивающиеся на обращении к бессознательному реципиента методом «шокинга». *Результатом становится устойчивая денормативность массового и индивидуального сознания.*

3. *Распространение потребительских ценностей массовой культуры в условиях процессов глобализации вызывает ряд устойчивых дисфункций процессов социализации личности и социального контроля, ведущих к деформации институтов семьи, общественной морали и образования, которые утрачивают нормирующую и социализирующую функции.* Одним из главных последствий воздействия массовой потребительской культуры на механизмы социализации и социального контроля становится появление особого социально-антропологического типа — «человека-потребителя».

4. Теоретический и эмпирический анализ влияния *консьюмеризации* на важнейшие институты социализации и социального контроля и связанных с этим дисфункций позволяет объяснить базовые тенденции трансформаций паттернов мышления, поведения и психики людей под действием массовой потребительской культуры и описать «человека потребляющего» как:

- ◆ человека с некритичным и несамостоятельным мышлением, восприятие и осмысление окружающей действительности которых носит прагматизированный и утилитарный характер;
- ◆ человека с инфантильным складом личности, как следствие — эмоционально неустойчивого, с подавленным волевым началом, с ослабленными способностями к самоограничению и самоконтролю;
- ◆ человека, мировоззрение которого носит фрагментарный характер, у которого отсутствуют стойкие убеждения неутилитарного характера;
- ◆ человека с обеднёнными социальными связями преимущественно обменного типа»¹⁵.

А если коротко и ненаучно, то итогом эволюции «потребителя» становится «примитивность мышления и психики, радикальный гедонизм и эгоизм, узость и ограниченность (вплоть до отсутствия) духовных интересов», вплоть до «радикального аморализма»¹⁶.

Вы этого хотите?