

УДК 316.334.2:316.7

## ЕТОС СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

**Н. В. Домбровська**

*Національний університет “Львівська політехніка”,  
вул. Квітнева, 6, м. Львів, Україна, 79044,  
donaun@gmail.com*

Статтю присвячено дослідженню поняття “етос” крізь призму різних наукових підходів та концепцій. Проаналізовано актуальність використання терміна в рамках соціології споживання. Подається авторське розуміння поняття “етос споживчої поведінки” із окресленням проблемних аспектів теоретико-методологічного аналізу явища.

*Ключові слова:* етос, етос споживча поведінка, соціальний інститут, модель споживчої поведінки.

Проблема аналізу соціальної поведінки є ключовою в соціологічних дослідженнях, адже соціальна дія формує соціальну реальність, виступає основою і наслідком впливу елементів функціонування суспільства. Будь-яку із сфер соціального життя неможливо зрозуміти, використовуючи термінологію, яка пояснює способи і методи поведінки суб'єктів виключно в її межах, як автономний феномен. Споживча поведінка не виключення, адже вона, реалізуючись в певній сфері соціального життя, інституціоналізована на основі суспільних норм та очікувань, які характеризують конкретне соціокультурне середовище. Дослідження соціального феномену без врахування культуральних особливостей неминуче спрощують інтерпретацію, що призводить до накопичення часткових, неповних соціологічних знань. Крім того, однією із провідних характеристик сучасності є проблема формування ідентичності особистості, як наслідку посилення ролі культури в сучасних процесах соціальних змін.

Сутність наукової проблеми полягає у тому, що у вітчизняній соціологічній думці досі не було представлено аналізу моделей споживчої поведінки, у яких би значна увага приділялась саме культуральним, ціннісним, соціально-досвідним чинникам. У зв'язку із цим постає необхідність пошуку адекватного методу, який би дозволив провести глибинний аналіз феномену споживання в контексті конкретних соціокультурних умов. З цією метою пропонуємо використати поняття “етос”, яке до цього часу не застосовувалось в рамках соціології споживання, проте вже використовувалось для аналізу економічної, політичної, наукової, професійної та ін. поведінки, що підтверджує наукову цінність даного концепту.

**Аналіз публікацій та досліджень свідчить**, що проблема етосу перебувала в полі зору ще античних філософів (Емпедокл, Демокріт, Геракліт, Критій, Аристотель, Пітагор). Нею цікавились такі класики як: І. Кант, Ф. Гегель, М. Шелер, М. Гартман,

М. Хайдеггер, Р. Мертон, М. Вебер, В. Зомбарта, Н. Луман та ін. Серед вчених вихідців з радянського та пострадянського простору цією проблематикою займались М. Оссовська, Е. Анчел, С. Батигіна, В. Бакштановський, Ю. Согомонов, В. Смакота, В. Богданова, В. Рязанов та ін. Однак поняття “етос” досі має неоднозначний термінологічний характер і потребує вироблення стійкої дефініції.

У зв'язку з цим, **метою** цієї роботи є проведення соціально-філософського аналізу феномену “етосу” та визначення категорії “етос споживчої поведінки” із окреслення наукового потенціалу та проблемних аспектів явища.

Слово “етос” має давньогрецьке походження і першочергово його використовували для позначення первинного місця сумісного проживання (дому, людського помешкання). Так, на думку М. Хайдеггера, афоризм Геракліта: “Ethos antropoi daimon” варто перекладати як: “Місце перебування людини є для неї простором присутності Бога” [1]. Однак більшість античних філософів розуміли етос уже в соціально-психологічному контексті і використовували його для опису сукупності стійких рис індивідуального характеру (зокрема в “Іліаді” Гомера згадується поняття героїчного етосу, що протиставляється міщанській моралі [2, с. 310–316]). Людська поведінка, на їхню думку, обумовлювалась, з одного боку, незмінною природою людини – “фізисом”, а з іншого боку – мінливим людським характером – “етосом”, який формується під дією традицій, звичаїв та обрядів [3, с. 36].

Власну інтерпретацію терміна запропонував Аристотель, який використовував етос для зображення характеру людини через стиль її мови і цілеспрямованість, як основну ознаку людської діяльності. Пітагор, Геракліт та Демокріт цим поняттям позначали стійкий моральний характер людини [4, с. 8].

З часом поняття “етос”, вийшовши за межі суто філософських рефлексій, екстраполюється на груповий та суспільний рівень аналізу, стає об'єктом дослідження представників різних соціогуманітарних наук, які пропонують свої способи використання та тлумачення поняття. Одним із найпоширеніших інтерпретацій, особливо в етиці, є співвіднесення чи навіть отождолення етосу із мораллю. Однак, як зазначала М. Оссовська, етос – це стиль життя певної суспільної групи, “важливою, але не єдиною частиною якої є мораль... Ми займаємось етосом, коли констатуємо, наприклад, що її членам властива схильність вирішувати конфлікти мирним шляхом чи навпаки постійно стверджувати своє домінування із зброєю в руках... Термін “етос” застосовується до груп, а не до індивідів. Його обсяг виходить за рамки цінностей, якими займається етика” [5, с. 26].

Е. Анчел використовує поняття “етос” як “своєрідного культурного коду, який спрацьовує в ситуації розмивання традицій соціальної спільноти, заснованої на моральній солідарності” [6, с. 4]. В. Бакштановський, Ю. Согомонов визначають етос як феномен, що “захоплює” особливості проміжного рівня між характеристиками/вдачами і мораллю. Вчені вважають, що етос належить до верхньої межі донормативного рівня моралі (для аналізу моралі вони застосували трьох рівневу модель, яка включає: донормативний, нормативно-ціннісний та наднормативний рівні), де звичай виконує імперативну роль за принципом “дій як всі”, габітус займає проміжне становище між об'єктивними соціальними структурами і суб'єктивними рішеннями акторів, а

етос виражає потенціал “добровільного підкорення професійно-моральним вимогам поведінки, що прийняті в певних соціокультурних практиках” [3, с. 36]. Відтак, не дивлячись на семантичну близькість поняття “етос” та “мораль” різні, вони виражають різні механізми та форми конструювання соціальної дії. Мораль напряду пов’язана із соціальним контролем та стосується сфери усвідомленої людської діяльності, натомість етос – це скоріше структурований соціальний досвід, який сприймається як данність і часто впливає на незалежні від морального контексту явища.

Зосереджуючись на соціологічному баченні феномену етосу, очевидною є відмінність в предметному та ситуативному полі використання поняття. М. Вебер трактує етос як особливе відношення до діяльності, що формується під впливом релігійного віровчення. Під “духом” капіталізму вчений розуміє два елемента, які обумовили “вивільнення” капіталістичного етосу: особливий спосіб мислення, “для якого характерний систематичний і раціональний потяг до законного прибутку в рамках своєї професії”, і капіталістичну форму підприємництва [7, с. 85]. Погляди М. Вебера лягли в основу подальших досліджень політичного, економічного, лікарського та ін. етосів.

М. Шелер позначає поняттям “етос” систему ціннісних вподобань, яка склалась на основі надання переваг одним цінностям над іншими. В етосі втілюється якісна своєрідність цінностей та спосіб їх формування. Вчений виокремлює фактичний і домінуючий етоси. Фактичний етос формує структуру і зміст світогляду людини, розуміння ним світу, потяг до володіння речами. Певний етос стає домінуючим завдяки тому, що він “більшою мірою, ніж інші етоси, відповідає “особистісному зразку”, який на певному історичному етапі виробляє соціальна спільнота (група, клас, суспільство, епоха)”. М. Шелер підкреслює, що “як правило “особистісні зразки” інтуїтивно схоплюють, представляють і розвивають харизматичні “вожді”, лідери груп. Більша частина громадян, “маса”, переймає їх у “вождів” шляхом мимовільного і усвідомленого наслідування” [8, с. 42].

Часто поняття “етос”, підтримуючи погляди Р. Мертона, застосовують виключно до сфери науки. За Р. Мертоном, етос – комплекс цінностей і норм, які підтримуються вченими. Науковий етос стає орієнтиром для науковців у випадку, коли цілі їхньої наукової діяльності співпадають з інституційною ціллю науки. Професійно-моральні орієнтири відношення суб’єктів професійної діяльності до об’єктів і результатів діяльності “скріплюють” професійну спільноту для адекватної реалізації специфічної соціальної практики, за допомогою якої дана інституція реалізує своє призначення в суспільстві [9].

З огляду на різноманіття інтерпретацій феномену, закономірно виникає запитання про можливість існування соціології етосу. Опираючись на визначення, запропоноване Р. Бенедикт, яка під етосом розуміє “унікальну конфігурацію внутрішніх культурних елементів, які об’єднуються однією культурною темою, що визначає не тільки як елементи культури співвідносяться один з одним, а також їхній зміст... що проявляється у всіх можливих сферах людського життя: в системі розподілу власності, в структурах соціальної ієрархії, в матеріальних речах і технологіях їх виробництва, у всіх різновидах статевих відносин, в формуванні союзів та кланів в середині суспільства, в способах економічного обміну тощо” [10, с. 54], в соціологічному дискурсі поняття “етос”

визначальною повинна стати “скріплююча” та “підтримуюча” функції культури, які визначають особливий характер систематизованих соціальних практик та поведінкових схем. Відтак, етос – це об’єкт аналізу інституційного рівня, його вплив проявляється в стандартизованих, історично сформованих взірцях поведінки, особливий характер яких можна виявити лише викристалізовуючи загальні, домінуючі поведінкові ознаки та світоглядні установки.

Крім того, етос як ресурс підтримання ідентичності інституції, передбачає аналіз механізмів регуляції, які діють “тут і тепер”. Тому основним об’єктом дослідження повинні стати ті елементи об’єктивної, надіндивідуальної культури, які, перейшовши на індивідуальний, суб’єктивний рівень, визначають фактичну поведінку акторів і є її активними, безпосередніми орієнтирами. Ці орієнтири мають міжпоколінний характер, що суттєво підвищує складність вивчення феномену в умовах транзитного суспільства, адже досліднику необхідно виявити не лише трансформовані поведінкові програми, але і виділити актуальні та активні культурні компоненти, що породжували їх в конкретний момент часу. Окрім релігії (значення якої у процесі формування етосу економічної поведінки дослідив М. Вебер [11]), вагому роль у формуванні етосу можуть відігравати ідеології, національні та етнічні архетипи, суспільні рухи та процеси, а також і інші інституції та відповідні організаційні структури тощо. Роль останніх двох елементів в певний відрізок часу є настільки сильною, що ще Парсонс характеризував певні типи суспільств відповідно до тих інституцій, які в них домінували: родове із інституцією сім’ї, капіталістичне з ринком і власністю, тоталітарне, соціалістичне із диктатом держави [12, с. 19]. На рівні формування етосу цей вплив можна пояснити залежністю, яка існує, наприклад, між етосом репродуктивної поведінки та особливостями інституту сім’ї, або етосом споживчої поведінки і специфікою економічної ситуації та етосом економічної поведінки тощо.

Варто зазначити, що в умовах глобалізації та інформатизації, де провідним агентом соціалізації стають ЗМК, роль національного, етнічного досвіду відходить на другий план, поступаючись зразкам масової культури та індивідуалізації. З одного боку, це веде до поступової уніфікації етосів різних соціальних спільнот, а з іншого – загострює суперечності, які породжують подвійні стандарти, неузгодження нормативних та ціннісних моделей. Як приклад цих процесів можна вважати трансформацію етосу економічної поведінки пострадянських країн під час переходу до ринкової економіки. Загострення проблеми хабарництва, корупції є одним із наслідків неузгодження економічного етосу соціалістичної держави із цінностями, моделями, формами взаємовідносин, які пропонує вільний ринок.

Як культурно-сміслова модель, етос – феномен, що проявляє себе на рівні повсякденності і характеризується *апріорністю* (загальноприйняті практики сприймаються як природні і цілком раціональні), *інтерсуб’єктивністю* (існує єдність між попереднім, теперішнім і майбутнім, на основі якої формується загальне розуміння реальності), *стабільністю* (зміни в культурно-смісловому сприйнятті відбуваються поступово та протягом тривалого часу), *стереотипізованістю* (світоглядні установки часто діють як стереотипи), *хронотопізмом* (поєднання факторів “тут і тепер”), *сегментарністю* та *зонованістю* (етос характеризує певну соціальну спільноту у ме-

жах конкретних соціальних інституцій) [13, с. 37]. Етос підтримують і виражають знакові системи, тому його прояви можна виявити в продуктах діяльності, в народній та професійній творчості (у жартах, міфах, фольклорі, документах, рекламі і т.д.), що робить феномен гнучким з позиції вибору методів дослідження.

Таким чином, звертаючись до соціології етосу, досліднику необхідно провести аналіз ситуації в соціальній поведінці і/або інституції шляхом конструювання спеціалізованого дискурсу, що описує актуальні ціннісно-нормативні елементи, які формують/підтримують/змінюють ідентичність досліджуваної соціальної поведінки і/або інституції в конкретний момент часу. Цей підхід є дійсним і для аналізу інституту споживання, який характеризується власною програмою дій – способом використання членами суспільства споживчих благ, що набувають особливих характеристик в межах конкретного соціокультурного середовища. Зосереджуючись на дослідженні *етосу споживчої поведінки*, об'єктом пропонуємо розглядати *функціональну панівну програму – соціально наслідуваний культурний код споживання, який визначає і охарактеризовує споживчу поведінку спільноти*.

Аналізуючи цей код, варто одразу розвести поняття “етосу споживчої поведінки” та “культури споживання”. Як зазначає А. Кребер, етос – це загальна якість, яка пронизує культуру... це її квінтесенція [14]. Досліджуючи культуру споживання, актуальними будуть всі артефакти, форми, способи, моделі, цілі, засоби, які існують в межах споживчої поведінки, що утворюють простір споживчих можливостей. Враховуючи їхнє різноманіття, в межах різних соціогуманітарних наук часто досліджують або культуру споживання окремих благ (культура споживання алкоголю, літератури, парфумів тощо), або культуру споживання певних соціальних груп (культура споживання молоді, людей похилого віку, середнього класу тощо) чи окремі способи/моделі споживання (раціональне, заощадне, демонстративне споживання тощо). Натомість етос споживчої поведінки – це загальна програма, панівна модель споживання, в основі якої лежить особлива ціннісно-нормативна спорідненість, що визначає унікальність феномену споживання в конкретних умовах. У зв'язку із цим, аналіз етосу робить можливим виведення специфічної національної, регіональної, групової моделі споживання, заснованої не скільки на подібності економічного, соціального, політичного чи фізичного капіталів, а на загальній культурній спрямованості, що формує генералізований образ середньостатистичного споживача певної соціальної спільноти.

Пошук елементів генералізації в споживчій поведінці дещо ускладнюється ситуацією переходу до інституту масового споживання. За останні десятиліття суттєві якісно-кількісні зміни, що проявились в економічному (пришвидшення циркуляції матеріальних благ) та соціальному (посилення соціально-комунікативних функцій споживання) вимірах, призвели до зміни “протестантської” чи “соціалістичної” споживчої системи на нову “масову”, “гедоністичну”. Однак консюмеризація (перехід до суспільства масового споживання) не лише не применшує актуальність, а навпаки загострює потребу дослідження етосу споживчої поведінки, дія якого, в силу появи широкого спектру споживчих можливостей, стає все більш відчутною під час вибору споживчих практик. Сучасний споживач, що конструює власну ідентичність через практики споживання, все більше покладається на власну смисложиттєву стратегію, в якій

індивідуальний соціальний досвід, смаки та ціннісно-нормативна система домінують над структурно-об'єктивістськими факторами.

Побудова дискурсу сучасного інституту споживання в контексті пострадянського соціуму, зокрема українського, має особливе наукове значення. В умовах “відмирання” радянської ментальності у зв'язку з відсутністю відповідних соціально-економічних умов та збереження окремих ціннісно-нормативних, ідеологічних елементів попередньої епохи, нова модель масового споживання ще не набрала всезагального характеру. Натомість український споживач, який досі не забув часи дефіцитів, індивідуальної уніфікації, стандартизації та колективізму, освоюючи нові правила споживчої “гри”, формує власний, специфічний дискурс споживання, з'ясувати особливість якого і є одним із призначень дослідження етосу споживчої поведінки.

Підсумовуючи, варто зазначити, що незважаючи на складність структури етосу і неоднозначності його змісту, він без сумніву є однією з основ формування та підтримання особливостей соціальної поведінки і/або інституції. Перебуваючи у взаємозалежному зв'язку із об'єктивними умовами, етос, з одного боку, дає можливість ідентифікувати їхній вплив на ціннісно-нормативну, етичну систему спільноти, а з іншого боку – дає відповідь на питання, чому ці об'єктивні умови стали можливими в контексті певного соціокультурного середовища, що робить цей концепт цінним і в науковому, і в прикладному дискурсі. Крім того, оскільки етос накладає свої рамки сприйняття реальності, він є цікавим об'єктом і для ретроспективних, і для прогностичних досліджень. Маючи здатність конструювати майбутнє, етос задає характер соціальним змінам, стримує чи стимулює їх, що суттєво актуалізує дослідження феномену в умовах суперечливого, плюралістичного сьогодення.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Хайдеггер М. Письмо о гуманизме / М. Хайдеггер // Проблема человека в западной философии. – М., 1988. – С. 348–350.
2. История этических учений : учебник / [А. А. Гусейнов, А. И. Кобзев, В. К. Шохин и др.] ; под ред. А. А. Гусейнова. – М. : Гардарика, 2003. – 911 с.
3. Бахитановский В. Этос среднего класса: Нормативная модель и отечественные реалии. Научно-публицистическая монография / В. И. Бахитановский, Ю. В. Согомонов; ред. Г. С. Батыгина, Н. Н. Карнаухова. – Тюмень : Центр прикладной этики; НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2000. – 272 с.
4. Маринович М. Поняття етосу / М. Маринович // “Veritas versus Voluntas”: Етос сучасної культури. Матеріали VI науково-практичної студентської конференції. – Інститут релігії та суспільства УКУ, 2004 – 112 с.
5. Оссовская М. Рыцарь и буржуа: Исследование по истории морали ; пер. с польск. / общ. ред. А. А. Гусейнова ; Вступ. ст. А. А. Гусейнова и К. А. Шварцман. – М. : Прогресс, 1987. – 528 с.
6. Анчел Е. Этос и история / Е. Анчел. – М. : Мысль, 1988. – 127 с.
7. Вебер М. Предварительные замечания / М. Вебер // Избранные произведения ; пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
8. Богданова М. Этос современного отечественного университета как возможнасцио-

- логия этоса): Научная монография / отв. ред. В. И. Бакштановский. – Тюмень : НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2010. – 220 с.
9. *Merton R.* Science and the Democratic Social Structure. In *Social structure and Social theory*, ed. / R. K. Merton. – Glenco : Free press, 1957. – P. 550–562.
  10. *Рязанов А.* Этос как этносоциальный опыт / А. В. Рязанов // *Известия Саратовского университета: Новая серия. Философия, психология, педагогика.* Вып. 2. – 2008. – Т. 8. – С. 54–58.
  11. *Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер // *Избранные произведения* : пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова ; предисл. П. П. Гайденко. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
  12. *Савка В.* “Желатинове суспільство”: до проблеми означення сучасного стану українського соціуму / В. Є. Савка // *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, 2011. – Вип. 5. – С. 17–23.
  13. *Чернявская Ю.* Этос и габитус как формы организации и трансляции смысловых содержаний этнической культуры: к проблеме преемственности и развития / Ю. В. Чернявская // *Вестник Брестского университета: Серия гуманитарных и социальных наук.* – г. Брест, 2008. – №2(33) – С. 36–41.
  14. *Kroeber A.* *Anthropology. Race. Language. Culture. Psychology. Prehistory* / L. A. Kroeber. – N.Y., 1948. – P. 295.

*Стаття надійшла до редколегії 05.01.2013*

*Прийнята до друку 11.02.2013*

## **ETHOS OF CONSUMER BEHAVIOR: FORMATION OF THE PROBLEM**

**N. V. Dombrovska**

*Lviv Polytechnic National University,  
Kvitneva Str, 6, Lviv, Ukraine, 79044,  
donaun@gmail.com*

The article is devoted to research of the concept “ethos” through the prism of different scientific approaches and concepts. There is analyzed the relevance of using the term in the sociology of consumption. There is given author’s understanding of the concept of “ethos of consumer behavior” with a description of the problematic aspects of the theoretical and methodological analysis of the phenomenon.

*Key words:* ethos, the ethos of consumer behavior, a social institution, a model of consumer behavior.

**ЭТОС ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ:  
ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ****Н. В. Домбровская**

*Национальный университет “Львовская политехника”,  
ул. Квитнева, 6, г. Львов, Украина, 79044,  
donaun@gmail.com*

Статья посвящена исследованию понятия “этнос” сквозь призму различных научных подходов и концепций. Анализируется актуальность использования термина в рамках социологии потребления. Подается авторское понимание понятия “этнос потребительского поведения” с описанием проблемных аспектов теоретико-методологического анализа явления.

*Ключевые слова:* этнос, этнос потребительского поведения, социальный институт, модель потребительского поведения.