

Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2024. № 1 (41). С. 159—164.

Economic and Social Research. 2024. No. 1 (41). P. 159—164.

Научная статья

УДК 1:316 + 366.1

doi: 10.24151/2409-1073-2024-1-159-164

<https://elibrary.ru/jjybgq>

Концепция этичного потребления в условиях цифровизации

Е. Ю. Рябова

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарёва, г. Саранск, Россия*

ryabova.katerinka@bk.ru

Аннотация. Исследуются рациональные модели потребления, переход к которым входит в число значимых целей устойчивого развития. Проанализированы факторы актуализации проблемы этичного потребления в контексте современного научного дискурса. Проведен обзор основных подходов к определению сущности и содержания понятия этичного потребления. Сформулированы выводы о том, что цифровизация является фактором расширения персональной ответственности потребителя за этичность потребительского поведения и что цифровые технологии служат инструментом демонстрации и продвижения этичных моделей потребления.

Ключевые слова: цифровизация, этичное потребление, зеленое потребление, цифровая культура, цифровая среда, искусственный интеллект, ресурс, ответственное потребление, минимализм

Финансирование: работа выполнена при финансовой поддержке РФФ (грант 23-28-01167, <https://rscf.ru/project/23-28-01167/>).

Для цитирования: Рябова Е. Ю. Концепция этичного потребления в условиях цифровизации // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2024. № 1 (41). С. 159—164. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2024-1-159-164> EDN: JJYBQG.

Original article

The concept of ethical consumption in the context of digitalization

E. Yu. Ryabova

National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia

ryabova.katerinka@bk.ru

© Рябова Е. Ю.

Abstract. In this work, the author investigates rational consumption models, the transition to which is among the significant goals of sustainable development. The factors of actualization of the problem of ethical consumption in the context of modern scientific discourse are analyzed. The review of the main approaches to the definition of the essence and content of the concept of ethical consumption is carried out. The conclusions have been formulated that digitalization is a factor in expanding the personal responsibility of the consumer for the ethics of consumer behavior, and that digital technologies serve as tool for demonstrating and promoting ethical consumption patterns.

Keywords: digitalization, ethical consumption, green consumption, digital culture, digital environment, artificial intelligence, resource, responsible consumption, minimalism

Funding: the work has been supported by Russian Science Foundation (grant 23-28-01167, <https://rscf.ru/project/23-28-01167/>).

For citation: Ryabova E. Yu. “The Concept of Ethical Consumption in the Context of Digitalization”. *Economic and Social Research* 1 (41) (2024): 159–164. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2024-1-159-164> EDN: JJYBQG.

Введение

Новые реалии XXI в. стали основой кардинальных изменений во всех сферах жизнедеятельности социума: такие технологические прорывы, как цифровизация и искусственный интеллект, стали факторами перехода к шестому технологическому укладу, фундаментальной основой дальнейшего развития общества являются ИТ-технологии, робототехника, геновая инженерия, молекулярно-клеточная биология. В то же время шестой технологический уклад подразумевает не только развитие высокотехнологичных отраслей, но и выстраивание новых моделей социально-экономического и социокультурного развития. Эти проблемы можно назвать актуальной повесткой для обсуждения на глобальном уровне. Так, в стратегические документы ООН и других международных организаций уже внесены положения о необходимости поддержки перехода к рациональным моделям потребления; этот переход включен в число целей глобального устойчивого развития¹. Идеи ООН о под-

держке рациональных моделей потребления приветствуются и в России, разрабатываются комплексы мероприятий в данном направлении².

В основе рациональности потребления лежит идея его этичности. В то время как теоретики рефлексии всевозможные аспекты этичного потребления [6; 7], само явление приобретает различные формы в деятельности активистов, продвигающих разнообразные практики «устойчивого», «умеренного», «добросовестного», «экологичного», «рационального», «справедливого» пользования товарами и услугами. Вместе с тем цифровизация является

25.01.2012. URL: <https://www.un.org/ru/sg/messages/2012/agenda.shtml> (дата обращения: 20.11.2023); Повестка дня в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // ООН: [официальный сайт]. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/about/development-agenda/> (дата обращения: 20.11.2023); Меры по борьбе с изменением климата [Электронный ресурс]: Парижское соглашение // ООН: [официальный сайт]. URL: <https://www.un.org/ru/climatechange/paris-agreement> (дата обращения: 20.11.2023).

² Семенов С., Гольшева А. ESG-повестка остается актуальной в России [Электронный ресурс]. // Ведомости: [онлайн-версия]. 24.03.2022. URL: <https://www.vedomosti.ru/ecology/esg/columns/2022/03/24/914963-esg-povestka-ostaetsya-aktualnoi-v-rossii> (дата обращения: 28.11.2023).

¹ «Будущее, которое мы хотим создать» [Электронный ресурс]: выступление Генерального секретаря в Генеральной Ассамблее, посвященное пятилетней программе действий // ООН: [официальный сайт].

фактором (одновременно создавая условия и технологии для мониторинга) процесса рационализации потребления. В этом отношении цифровизацию можно трактовать (как предлагает И. П. Бусуркина) как положительный синтез нового технологического и инновационного культурного уклада общества. Этот синтез создает благоприятные условия для формирования общественных движений, одним из которых является и движение этичного потребления [1, с. 142]: социальные и технологические инновации служат катализатором интеграции активности индивидов, заинтересованных в продвижении своих идей.

Потребление в цифровом мире: рождение новой этики

Отметим, что у термина «этичное потребление» пока нет единого устоявшегося определения. Ряд авторов рассматривают его как коллективную и приобретающую форму общих практик реакцию на нарастание большого комплекса проблем (демонстративное потребление товаров социальной прослойкой богатых людей, безответственность производителей товаров и услуг, отсутствие корпоративных и государственных экологических стратегий и пр.), эмерджентно связанных друг с другом. Разрастание этого комплекса проблем, по мнению исследователей, обуславливает необходимость создания сред социально ответственного, сознательного потребления, объединение этих сред в глобальную (защищенную новой этической оболочкой) экосистему рационального потребления.

Вместе с тем одним из следствий цифровизации является усложнение информационных сред, порождающее необходимость для индивидов разрабатывать дифференцированные стратегии адаптации к этим средам. В одном социокультурном пространстве могут существовать диаметрально противоположные стратегии: постепенное привыкание и адаптация человека к огромным информационным массивам, ежедневно транслируемым по разнообразным каналам связи;

освоение комплекса высокотехнологичных инструментов и механизмов для перестройки и «подстройки» под цифровизацию биологических ритмов жизни. Вторая стратегия, реализуемая значительным числом людей, вынуждает их к выработке новых норм и правил, применяемых в сетевой субкультуре, — «информационной этики» [4].

Минимализм, как и этичное потребление, — относительно новое понятие, но в его основе лежат древние идеи простоты и аскетизма: со времен Античности они проповедуются в различных дискурсах (от речей античных стоиков, проповедей первых христианских анахоретов, диспутов средневековых апологетов христианства, концепции опрощения Льва Толстого до «новой философии» основателей «Эппл»). Идеи минимализма и простоты исключительно значимы для становления концепции этичного потребления. В начале XXI в. они проявляются и в частных практиках адаптации индивида к условиям цифрового общества, и в нормах, образующих культурную основу развития цифровой среды.

Этическая составляющая минимализма в контексте цифровизации состоит в стремлении к сокращению физических объемов информации и ее источников, к упрощению хранения и оптимизации использования объектов культурного наследия (фильмов, предметов изобразительного искусства, книжных изданий на привычных бумажных носителях, музыкальных произведений и т. п.) за счет их переноса на цифровую основу. Угрозами, которым противостоит цифровой минимализм, является бесконтрольное разрастание объема информационных потоков между участниками сетевого обмена, что создает благоприятные условия для проявлений цифровой экспансии, цифрового террора, экстремизма, тоталитарного сектантства и др. Интернет является экосистемой обитания миллионов пользователей, поддерживающих и продвигающих в своей деятельности и интернет-творчестве идеологию минимализма: количество интернет-блогов, в которых

обсуждаются идеи минимализма, всё время растёт³.

Идеология минимализма включает, помимо простоты, такие концепты, как осознанность потребления, экономичность внимания и оптимизация пространства повседневности индивидов. Оптимизация здесь не цель увеличения продуктивности, а комплекс поведенческих практик пользователя Сети: человек сепарируется от деструктивных влияний информационных потоков, которые преобладают в цифровом обществе, стремясь воплотить императив свободы, выбрать и усовершенствовать самообраз и сконструировать, на основе философии минимализма, свое собственное социальное окружение. Идеология и философия минимализма, выражающие важнейшие тенденции цифровизации (стремление индивидов и групп к осознанности, саморефлексии, самоидентификации), набирают в цифровом обществе всё большую популярность.

Помимо идеи минимализма различные исследователи этического потребительского поведения включают в него концепты рационального, осознанного, добросовестного потребления. Например, согласно теории рациональности производственных и потребительских моделей, под рациональным производством следует понимать производство инновационных товарных продуктов и оказание услуг нового интеллектуального уровня с использованием высокотехнологичных инструментов, устойчивое к внешним и внутренним факторам влияния (таким как ценовая динамика, фазы делового цикла, структурные колебания в спросе на определенные товары и услуги и т. п.). В научных исследованиях теоретических аспектов рационального производства и потребления различные элементы понятийно-категориального аппарата (сверхпотребление, устойчивое потребление, рациональное

потребление, осознанное потребление, антипотребление) так или иначе соотносятся с концепцией этического потребления.

Какими же атрибутами обладает этическое (рациональное) потребительское поведение?

Согласно теории потребительских ценностей, понятие «потребительское поведение» обозначает материализацию, конвертацию в покупку потребительских интересов и потребительских ценностей. Исследователь Дж. Шет выделял следующие виды потребительской ценности⁴: функциональная ценность, в основе которой лежит экономическая полезность; социальная ценность (данная группа ценностей проанализирована в теории демонстративного потребления Веблена, в концепции лидеров мнений и диффузии инноваций Роджерса, в концепции референтных групп Хаймана); эмоциональная ценность (эмоциональное восприятие полезности и пробуждение того или иного эмоционального состояния от покупки товара / услуги); познавательная ценность (товары и услуги пробуждают у потребителей любознательность и чувство нового); условная ценность (полезность при воздействии конкретных факторов (сезонность, неотложность, срочность покупки и т. п.)).

Данная классификация ценностей позволяет заметить, что различные паттерны потребительского поведения — это стремление воплотить в акте покупки различные ценностные смыслы. Основываясь на данных концептуальных положениях, этическое потребление можно определить как потребление, отвечающее основным запросам современного поколения покупателей, стремящегося к воплощению в потреблении (приобретении и использовании товаров и услуг) ценностей экологической безопасности, рационализма, экономии, устойчивого развития (не нанесения урона природным, социальным, экономическим и куль-

³ В качестве примера можно привести один из авторитетнейших мировых сетевых ресурсов минималистической идеологии — блог «ZenHabits».

⁴ *Sheth J.* A theory of buyer behavior [Web] // Jagdish Sheth: Thought Leader: [site]. URL: <https://www.jagdishsheth.com/consumer-behavior/a-theory-of-buyer-behavior/> (accessed: 24.03.2024).

турным системам). Этичное потребление позволяет человеку оптимально использовать все имеющиеся ресурсы и оказывает положительный эффект на уровень и качество его жизни, психоэмоциональное состояние (избавляет от чувства вины за нерациональное, демонстративное или чрезмерное потребление). Этичное потребление тесно связано с социальной и экологической осознанностью и ответственностью индивида [2; 3; 5].

Для прояснения соотношения между феноменами цифровой культуры и этичного потребления следует также отметить существование смежных направлений междисциплинарного научного дискурса, осуществляемого на пересечении экономики, социологии и философии. К ним относятся: исследования потребительских паттернов и механизма регулирования деятельности производителей; исследования индикаторов уровня благополучия и качества жизни; исследования ответственного потребления в условиях цифрового общества и др. В рамках этого дискурса помимо этичного потребления обсуждаются: потребительская рациональность; потребление органических продуктов питания (с акцентом на полезность для здоровья); организация сообществ самостоятельных производителей; рынок справедливой торговли; забота о животном и растительном мире и природных экосистемах (зеленый активизм) и другие новые феномены.

В рамках этих направлений научного дискурса оформились следующие ключевые тезисы о сущности этичного потребления:

- 1) этичное потребление — это потребление товаров и услуг в соответствии с нормами этики минимализма и устойчивости;
- 2) в этичном потреблении индивид и группы стремятся проявить заботу об окружающей среде, реализуя морально-этические установки в отношении объектов потребления;
- 3) этичное потребление имеет философские предпосылки; в контексте новой этики

в этичности потребления человек стремится к воплощению своей свободы воли и самости;

4) этичное потребление представляет собой механизм формирования новых паттернов потребительского поведения и потребительской идентичности;

5) этичное потребление представляет собой ненасильственный механизм протеста против социальной несправедливости, выраженной в демонстративном потреблении;

6) умеренное, рациональное, бережливое потребление ведет к росту качества жизни и уровню счастья значительного числа людей;

7) цифровое общество строится на основе принципа открытости, гласности, развития новых форм социального участия, поэтому цифровые технологии помогают в краткой и доступной форме донести информацию о разумном, сдержанном, этичном потреблении до миллионов людей; благодаря цифровым технологиям растет и значимость, и ценность этичного потребления.

Выводы

Подводя итог, отметим, что этичность есть новый элемент культуры потребления. Концепты этичного потребления находят воплощение в практиках минималистского или зеленого потребления и продолжают распространяться. Развитие цифрового общества — это не только повышение уровня технологичности, но и совершенствование механизмов потребления, индоктринирование в них идей новой этики. Цифровые инструменты могут служить для продвижения ценностей этичного потребления. Сторонники и активисты всех форм этичного потребления находят в цифровой среде возможности для общения, обмена информацией и опытом, распространения новых практик. Благодаря доступности информации потребитель становится более сведущим в вопросах этичности и может быть замотивирован на выбор данной формы потребления.

**Список литературы
и источников**

1. **Бусуркина И. П.** Экспертиза в области этического потребления: текущее состояние проблемы // *Кант*. 2019. № 4 (33). С. 141—145. EDN: JUADOY.
2. **Сагинова О. В., Завьялов Д. В., Завьялова Н. Б.** Формирование паттернов ответственного потребления // *МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)*. 2023. Т. 14. № 1. С. 146—160. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.1.146-160> EDN: CRHLHB.
3. **Шабанова М. А.** Новые потребительские практики в условиях цифровизации гражданского общества: теоретико-методологические аспекты (ст. 1) // Социологические исследования. 2020. № 11. С. 16—26. <https://doi.org/10.31857/S013216250010204-7> EDN: CTAVAW.
4. **Элов О. К., Исмоилов У. Б.** Цифровизация потребления // *Экономика и социум*. 2023. № 6-1 (109). С. 1202—1206. EDN: EBIBSJ.
5. **Howard J. A., Sheth J. N.** *The Theory of Buyer Behavior*. New York: Wiley, 1969. XV, 458 p.
6. **Humphery K., Jordan T.** Mobile moralities: Ethical consumption in the digital realm // *Journal of Consumer Culture*. 2016. Vol. 18. Iss. 4. P. 520—538. <https://doi.org/10.1177/1469540516684188>
7. **Littler J.** *Radical Consumption: Shopping for Change in Contemporary Culture*. Maidenhead: Open Univ. Press, 2008. 160 p.
3. **Shabanova M. A.** “New Consumer Practices in the Context of Civil Society Digitalization: Theoretical and Methodological Aspects (Paper 1)”. *Sotsiologicheskie issledovaniya* 11 (2020): 16—26. (In Russian). <https://doi.org/10.31857/S013216250010204-7> EDN: CTAVAW.
4. **Elov O. K., Ismoilov U. B.** “Digitalization of Consumption”. *Ekonomika i sotsium = Economics and Society* 6-1 (109) (2023): 1202—1206. (In Russian). EDN: EBIBSJ.
5. **Howard John A., Sheth Jagdish N.** *The Theory of Buyer Behavior*. New York: Wiley, 1969. xv, 458 p.
6. **Humphery K., Jordan T.** “Mobile Moralities: Ethical Consumption in the Digital Realm”. *Journal of Consumer Culture* 18.4 (2016): 520—538. <https://doi.org/10.1177/1469540516684188>
7. **Littler Jo.** *Radical Consumption: Shopping for Change in Contemporary Culture*. Maidenhead: Open Univ. Press, 2008. 160 p.

Информация об авторе

Рябова Екатерина Юрьевна — аспирантка кафедры философии, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва (Россия, 430005, г. Саранск, Большевикская ул., 68/1).

Information about the author

Ekaterina Yu. Ryabova — Postgraduate Student at the Chair of Philosophy, National Research Ogarev Mordovia State University (Russia, 430005, Saransk, Bol'shevistskaya str., 68/1).

References

1. **Busurkina I. P.** “Ethical Consumption Expertise: Current State of Art”. *Kant* 4 (33) (2019): 141—145. (In Russian). EDN: JUADOY.
2. **Saginova O. V., Zavyalov D. V., Zavyalova N. B.** “Patterns of Responsible Consumption”. *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)* 14.1 (2023): 146—160. (In Russian). <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.1.146-160> EDN: CRHLHB.

Статья поступила в редакцию 08.12.2023.

The article was submitted 08.12.2023.