

УДК 304+366.1: 504.03
DOI: 10.17223/22220836/38/3

С.В. Горбунова

ПРОСЬЮМЕРИЗМ КАК МОДЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ¹

В контексте преодоления негативных проявлений общества потребления рассматриваются альтернативные потребительские практики. В соответствии с принципами устойчивого развития экологический аспект потребления обосновывается как неотъемлемая составляющая триединства «экономика – общество – экология». Автор утверждает, что просьюмеризм является наиболее релевантной моделью потребления с экологической точки зрения. На основе зарубежного опыта анализируются коллективные просьюмерские практики в сфере городского самоуправления и энергопотребления.

Ключевые слова: общество потребления, потребительские практики, экпросьюмеризм, устойчивое развитие, социальная ответственность.

Концепция устойчивого развития, предлагавшаяся как стратегия существования общества, включала три основания – экономическое, социальное и экологическое. Согласно этой концепции, только соблюдение и поддержание их равновесия позволяет обществу развиваться устойчиво, т.е. так, чтобы нынешнее поколение, удовлетворяя свои потребности, не ставило под угрозу возможность будущих поколений удовлетворять свои [1. С. 3]. Хотя устойчивое развитие не состоялось как глобальная стратегия, принцип сбалансированного единства трех оснований сохраняет значение как методологический базис для разработки актуальных сценариев общественного развития. Этот принцип стал, например, основой другой концепции – The triple bottom line концепт («концепция трех оснований». – *Здесь и далее пер. с англ. авт.*) [2].

В системе «социум – экономика – экология» экономическое и экологическое всегда находятся в оппозиции. Состояние баланса достижимо через третье – социальное – основание. Однако в решении этой задачи приоритет отдается экономическим и социальным аспектам (измеряемым также экономическими показателями – ВВП, уровень жизни, количество потребляемой энергии и т.д.), а экологии достается роль второго плана. Такая ситуация является следствием господствующей системы социально-экономических отношений. По мнению М.В. Бузмаковой и И.Н. Полушкиной, «повышенное потребление граждан высокоразвитых стран (с большим „экологическим следом“) происходит и в ущерб потреблению граждан стран так называемого третьего мира, где существует реальная угроза голода, и в ущерб экологическому равновесию на планете. Даже в ущерб самим себе». И в этом авторы видят «серьезный провал рынка, о котором мало говорят» [3. С. 987]. Чтобы понять, как усилить влияние экологической компоненты, рассмотрим социально-экономическую модель современного общества.

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 19-18-00237).

Существующая модель определена Ж. Бодрийяром как «общество потребления» (фр. «la société de consommation»). При этом у данного термина нет однозначной трактовки: в английском переводе труд Бодрийяра называется «Consumer society» – «Общество потребителей». Но, как отмечает З. Бауман, «говоря об обществе потребления, мы имеем в виду нечто большее, чем банальный тезис о том, что все члены этого общества „потребляют“; все люди, более того, все живые существа „потребляют“ с незапамятных времен» [4. С. 115]. В связи с этим важна мысль Бодрийяра о том, что «потребительское общество не только связано с потреблением (покупкой и использованием товаров), в противном случае не было бы никакой истории, но оно принципиально связано с дискурсом о самом обществе, мифом, который структурирует глобальный мир и допускает социальную интеграцию» [5].

Примечательно, что на сегодняшний день нет терминологического единства и в отношении экономической основы общества потребления. В исследовательской литературе наиболее часто встречаются термины «поздний капитализм», «зрелый капитализм» [4–8] и подчеркивается закономерность данного этапа в развитии капиталистической формации. В то же время в числе его отличительных черт обычно выделяют массовый характер производства, увеличение доли свободного времени, индивидуальное потребление, изменение структуры занятости в пользу производства товаров и услуг.

В социальном отношении, по мнению В.И. Ильина, «общество потребления представляет собой органический синтез механизмов производства не только товаров и услуг, но и желаний, потребностей, интересов, обеспечивающих их сбыт...» [7. С. 3]. Другими словами, общество потребления по своей природе ориентировано на постоянный рост индивидуальных запросов и, следовательно, неуклонное расширение производства, что, в свою очередь, приводит к увеличению ресурсопотребления. Эти общие тенденции характеризуют общество потребления в целом, но внутри этой системы сосуществуют разные типы потребителей и модели потребительского поведения [9. С. 122–123]. Вследствие этого проблема данного исследования связана с выявлением экоориентированных моделей потребительского поведения в современном обществе. Цель работы – проанализировать просьюмеристскую модель потребления как альтернативу консьюмеризму с экологической точки зрения. Теоретико-методологическую базу исследования составляют концепции устойчивого развития, общества потребления и идея просьюмерства как новой практики производства и потребления. В работе использовались метод сравнительного анализа, дескриптивный метод, включенное наблюдение.

Термин «консьюмеристская модель» достаточно условен, но ее основные черты и поведение потребителя в рамках этой модели довольно подробно описаны в научной литературе. Характерными чертами данной модели являются: массовая коммодификация, рост объемов производства, постоянное обновление ассортимента и сокращение сроков службы потребительских товаров (быстрый износ или «моральное устаревание»). Со стороны производителей применяются стратегии стимулирования спроса, побуждающие покупать сопутствующие товары, «втягивания» покупателя в пользование другими продуктами линии, приобретение серии продуктов. Например, в рекламе детских игрушек часто используется слоган «Собери их всех!»; в рекламе косметики – «Для лучшего эффекта – используй вместе»; в рекламе

пищевых продуктов – «Попробуй новинку!»). Производители спекулируют на склонности потребителя к постоянному приобретению нового. В свою очередь, потребители демонстрируют агрессивное потребительское поведение, проявляющееся в отсутствии бережного отношения к вещам (нет стремления сохранить надолго, так как вещи быстро устаревают, и рынок диктует привычку приобретать новое). «Мировая индустрия затрачивает все больше ресурсов, постоянно увеличивая выпуск новых товаров, и все более активнее их продает. В мире ежегодно, ежемесячно, ежечасно меняются новые модели технических гаджетов и автомобилей. Старые же в рабочем состоянии зачастую просто выбрасываются на свалку. Имеется и сознательное снижение качества со стороны производителей, чтобы сократить срок службы товаров, побудив таким образом людей чаще покупать новые вещи взамен сломавшихся» [3. С. 988].

Данная модель поведения не ограничивается непосредственно потреблением товаров и услуг, но проявляется и в других сферах: межличностные отношения, взаимодействие человека с природой и т.д. В социальном смысле общество потребления создает шаблоны поведения, которым вынужден следовать потребитель. «Потребление перестает быть способом борьбы за физическое выживание и превращается в инструмент конструирования социальной идентичности, социокультурной интеграции в общество» [7. С. 5].

Таким образом, консьюмеристская модель ориентирована на настоящее, на сиюминутность, не предполагает заботы ни о ресурсосбережении, ни о будущих поколениях. Окружающая среда воспринимается как производственный ресурс, природные богатства – как те же материальные блага – т.е., по сути, товары и услуги (чистые вода и воздух, посещение уникальных природных объектов, рекреационных зон и т.д.).

Однако, как было сказано выше, потребительская модель общества потребления неоднородна. Консьюмеризм сохраняется как основной тип потребительского поведения, однако многие исследователи отмечают наличие иных типов потребителя и, соответственно, альтернативные модели поведения. Следует упомянуть такие формы, как «осознанное потребление», «ответственное потребление», «этический консьюмеризм» [10], «креативный консьюмеризм» [11] и др. Как видно из приведенных терминов, большинство моделей базируется на принципе соблюдения этических норм и осознания потребителем своей ответственности перед обществом и будущими поколениями. Так, И.В. Троцук и Е.С. Давыденкова, исследуя феномен этического консьюмеризма, указывают, что это «одна из моделей потребительского поведения, которая базируется на определенных этических убеждениях (например, против тестирования косметической продукции на животных, против нарушения прав человека или загрязнения окружающей среды отходами производства и т.п.)» [10. С. 72]. Важно отметить, что, по мнению авторов, «этический консьюмеризм начинает оказывать существенное влияние на современный социум, выполняя функции социального контроля в сфере потребительского поведения и формируя новые его стандарты даже на уровне законодательства (сегодня производители обязаны указывать полный состав своей продукции на каждой упаковке; в некоторых странах запрещено тестирование товаров косметической индустрии на животных и т.п.)» [Там же].

Обратим внимание, что потребителю в данной модели достается пассивная роль: он только выбирает продукцию в соответствии с критериями эколо-

гической, «этической», производственной чистоты, качества продукции и т.д. Поэтому ответственное потребление нельзя считать полноценной альтернативой консьюмеризму.

В качестве такой альтернативы можно рассматривать просьюмеризм как модель поведения, основывающуюся на активном включении потребителя в процесс производства продукта. Термин «*prosumer economics*» был введен Э. Тоффлером в работе «Третья волна» для обозначения экономики «завтрашнего дня», в условиях которой стирается «исторически сложившийся разрыв между производителем и потребителем» [12. С. 28]. В последние десятилетия термин получил достаточно широкое распространение не только в связи практиками *DIY* («сделай сам»), но и обозначившейся в экономике тенденцией вовлечения потребителей в создание (или улучшение) продукта.

Прежде чем перейти непосредственно к анализу экоориентированных просьюмерских практик, обозначим отличительные особенности просьюмеризма. Е.Н. Савельева выделяет шесть специфических черт просьюмерской деятельности: устранение границ между производством и потреблением; добровольный и неоплачиваемый труд энтузиастов; децентрализация, меньшая структурированность и неиерархичность производственного процесса; доступ к собственным или предоставленным средствам производства; создание продукта особого типа (в том числе нематериального); преобразовательная активность субъекта [13. С. 287]. Следует отметить, что некоторые из этих индикаторов характерны уже для переходных форм консьюмеризма. Так, В.И. Ильин отмечает интеграцию потребления и производства и создание продукта особого типа – «это некоторый возврат на новом уровне к логике ремесленного производства. Предметами творческого производства могут быть и предметы быта, и интерьер жилища, и собственные книги, которые сейчас уже можно самостоятельно доводить от рукописи до уровня вполне фабричного издания, музыка, в том числе ее звукозапись, веб-сайты и т.д.» – и подчеркивает, что «такая активность вписывается в логику принципа „*Do it yourself*“, однако не равнозначна ей» [11. С. 47].

Перечисленные характеристики показывают, что просьюмерской деятельности свойственно стремление к ресурсосбережению, использованию доступных материалов, созданию продукции «*on demand*» (по требованию). Поскольку в просьюмерской деятельности производитель одновременно является потребителем, он выражает в ней свою индивидуальность, заботится о качестве продукции, повышении срока службы и т.д. Продукт просьюмерской деятельности изначально ценен для его создателя. Причем эта ценность определяется не его потребительской и даже не символической стоимостью, а уникальностью и чувством личной причастности. Высказывание В.И. Ильина «в креативном потреблении индивид получает удовольствие не столько от самого предмета, сколько от возможности реализации своего творческого потенциала. В его основе лежит гедонизм не пассивного потребителя, а творца» [Там же. С. 48] в полной мере относится и к просьюмерской деятельности. Другими словами, просьюмерской деятельности, в отличие от «классического» потребления, свойственна экоориентированность.

Рассмотрим подробнее, как экологическая составляющая реализуется в просьюмерской деятельности. В качестве примеров нами были выбраны два

проекта, в которых в роли просьюмеров выступают не отдельные индивиды, а городские общества.

В статье президента Института управления (Оттава, Канада) М. Флумиан (Maryantonett Flumian) «Citizens as Prosumers: The Next Frontier of Service Innovation» описывается опыт вовлечения жителей в решение городских проблем. На примере опыта округа Колумбия автор показывает, как создается новая модель государственного сектора, который не зависит от организационных структур. Подход, основанный на открытости, прозрачности в сочетании с доступной информацией и данными о результатах работы, позволяет создать платформу для принятия и реализации коллективных решений. Технологической основой этого процесса являются Web 2.0 и системы с открытым исходным кодом. По мнению М. Флумиан, «массовое сотрудничество может трансформировать большинство сфер управления, но предоставление государственных услуг является особенно многообещающей областью: коллаборация может помочь правительству и населению развивать более качественные, своевременные и персонализированные услуги с меньшими затратами и лучшими результатами» [14. Р. 4]. Анализируя преимущества формирующейся в округе Колумбия социальной экосистемы, М. Флумиан отмечает, что в дальнейшем возможности интернета и опыт, накопленный в других сферах, позволят потребителям государственных услуг и льгот стать просьюмерами, участвуя в формировании стратегий и программ предоставления льгот и услуг для удовлетворения их потребностей и достижения лучших результатов [Ibid.].

Следующий этап вовлечения граждан в процессы управления – горожанин-просьюмер. Горожанин, участвующий в совместной с администрацией работе, становится «просьюмером» услуг, выявляя потребности и способствуя их удовлетворению. «Просьюмеризм значительно повышает оперативность органов власти и позволяет всем участникам – от должностных лиц до заинтересованных сторон и граждан – сосредоточиться на совместном определении и достижении целей» [Ibid. Р. 10].

В 2006 г. правительство Канады и Программа ООН по населенным пунктам (ООН-Хабитат) стали партнерами Всемирного форума городов. Глобальная конференция, посвященная устойчивому развитию городов, должна была собрать вместе ведущих специалистов-практиков, экспертов и официальных лиц из разных стран мира. Цель проекта заключалась в привлечении участников из разных городов к работе над наиболее актуальными городскими проблемами. Просьюмеризм, в данном случае, выражался не в улучшении обслуживания, а в выдвижении идей и предложений. Подобные обсуждения помогают определить приоритеты, которым национальные правительства не уделяли внимания, в частности, вопросам климатических изменений, голода и СПИДа в Африке. В настоящее время, благодаря открытому общественному обсуждению, высказываниям, данные вопросы входят в повестку правительств разных уровней [Ibid. Р. 10–12].

По итогам своего исследования М. Флумиан приходит к выводу, что необходимость обеспечения устойчивости общества и экономики в условиях изменения климата, нехватки энергии, бедности, демографических сдвигов и угроз безопасности станет проверкой для тех, кто хочет участвовать в создании общественного благосостояния. Правительства не могут справиться с

этим проблемами в одиночку. Массовое сотрудничество стало необходимо, а не одним из возможных сценариев [14. Р. 17].

Еще одним показательным примером является опыт просьюмеризма в обращении с энергоресурсами. В работе «From consumer to prosumer. Enrolling users into a Norwegian PV pilot» [15] («От консьюмера к просьюмеру. Привлечение пользователей к участию в норвежском пилотном проекте по установке фотоэлектрических систем») авторы обращаются к проекту, направленному на вовлечение потребителей энергетических ресурсов в производство энергии: «сегодня мы говорим о просьюмерах в энергетической системе, когда посредством локальных производственных мощностей, таких как солнечные батареи или ветрогенераторы, энергопотребители индивидуально или коллективно начинают производить энергию для собственного использования или для продажи на рынке через местные энергосистемы» [15. Р. 2012].

Как и в случае с городскими сообществами, важно, что вовлечение потребителей и дальнейшее их участие осуществляются посредством новых – в том числе коммуникационных – технологий: обратной связи, гибких тарифов, нацеленных на сокращение или перенос времени потребления (что является отличительной чертой просьюмерской деятельности). В этом, безусловно, обнаруживается экологическая составляющая: так, например, авторы отмечают стремление к сокращению энергопотребления, оптимизацию процессов энергопотребления – отложенное потребление. Авторы ссылаются на пример Дании, где некоторые домовладельцы переносят часть своих повседневных практик (как правило, стирку и мытье посуды) на то время, когда погодные условия благоприятны. Можно добавить, что такой подход, с одной стороны, «разгружает» производственные мощности, с другой – требует ответственности потребителя. Исследователи отмечают, что вовлеченность в производство электроэнергии приближает к идеальному образцу активного энергопользователя [Ibid.].

Кроме того, этот подход позволяет отойти от традиционного консьюмеристского отношения в пользу экологического: «одним из потенциальных изменений является возможность для потребителей увидеть свою собственную роль и обоснование в энергетической системе радикально новым способом, например, как связанную с решением климатических проблем» [Ibid.].

Как отмечают В. Тронсен и соавт., «переход от роли потребителя к роли просьюмера позволяет пользователям брать на себя различные виды полномочий по использованию энергии», что подтверждает мысль о том, что просьюмерство – «больше, чем единичный акт, и целесообразно рассматривать его как процесс или практику». Кроме того, как и в случае округа Колумбия, просьюмеризм меняет отношения граждан с властными структурами. В статье приводятся примеры просьюмерской деятельности в сфере энергетики в некоторых странах Европы, демонстрирующей гражданскую активность и ответственность. Более того, именно владение средствами производства побуждает людей становиться просьюмерами и существенно отличает их «классических» потребителей [Ibid.].

Если сравнивать зарубежный опыт просьюмеризма с ситуацией в российском обществе, то следует признать, что подобные практики здесь пока не распространены. Причины этого – особенности экономического развития,

более поздний по сравнению с западными странами переход к обществу потребления и т.д. Замечание И.В. Троцук и Е.С. Давыденковой относительно этического консьюмеризма в полной мере справедливо и по отношению к просьюмеризму: «...в России этический консьюмеризм пока не получил должного распространения, в том числе и потому, что для него необходим достаточно высокий уровень доходов, а также значительные усилия потребителей по поиску соответствующей информации <...>. Тем не менее <...> принципы, на которых базируется этический консьюмеризм, неизменны: защита окружающей среды, охрана животного мира, соблюдение прав человека, сочетание личных интересов с общественными» [10. С. 72].

Так, на примере действий томских активистов по защите компании «Чистый мир» и акции против изменений зоны О-4 в микрорайоне «Наука» под многоэтажную застройку можно выделить следующие черты, присущие, по мнению автора, российской ситуации в целом: 1) отсутствие взаимодействия административных структур с общественностью (со стороны власти и крупных компаний не предпринимается видимых попыток включить потребителей в активное сотрудничество); 2) жители используют традиционные методы решения проблем, основанные на иерархичности и централизации: митинги, пикеты, петиции, письма в административные органы, что противоречит принципам просьюмерской деятельности.

Для того чтобы просьюмеризм стал устойчивой моделью потребительского поведения, необходима личная заинтересованность потребителей, основанная на обладании средствами производства или доступе к ним. В этом случае просьюмерская деятельность может иметь не только экономические результаты, но и социальные эффекты: вовлечение общественности в решение проблем, в том числе экологических, развитие сообществ, повышение гражданской ответственности.

Литература

1. *Предисловие* Председателя. Наше общее будущее: доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию : пер. с англ. / под ред. С.А. Евтеева, Р.А. Перелета. М. : Прогресс, 1989. 371 с.
2. *Hammer J., Pivo G.* The Triple Bottom Line and Sustainable Economic Development: Theory and Practice. *Economic Development Quarterly*, 2016. P. 1–12.
3. *Бузмакова М.В., Полушкина И.Н.* Неконтролируемое потребление // *Региональная экономика: теория и практика*. 2017. Т. 15, вып. 5. С. 982–998.
4. *Бауман З.* Глобализация. Последствия для человека и общества : пер. с англ. М. : Весь Мир, 2004. 188 с.
5. *Dutriaux C., Tholas C.* Visualizing Consumer Culture, Commodifying Visual Culture: Spectacles of the Consumer Society // *InMedia: The French Journal of Media Studies*. № 7.1. Visualizing Consumer Culture. 2018. URL: <https://journals.openedition.org/inmedia/1497> (дата обращения: 22.02.2020).
6. *Ритцер Дж.* Макдональдизация общества 5. М. : Праксис, 2011. 592 с.
7. *Ильин В.И.* Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // *Мир России*. 2005. № 2. С. 3–40.
8. *Хабермас Ю.* Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма : пер. с нем. // *THESIS*. 1993. Вып. 2. С. 123–136.
9. *Володина Д.Д.* Модель потребителя будущего в теориях постиндустриального общества // *Экономика и общество*. 2010. № 9. С. 120–131.
10. *Троцук И.В., Давыденкова Е.С.* Феномен этического консьюмеризма: специфика социологической интерпретации и особенности современного бытования // *Вестник РУДН. Социология*. 2015. № 1. С. 65–81.

11. Ильин В.И. Креативный консьюмеризм как тренд современного общества потребления // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14, № 5. С. 41–54.
12. Тоффлер Э. Третья волна. М. : АСТ, 2004. 781 с.
13. Савельева Е.Н. Переосмысляя Маркса: к онтологии просьюмеризма // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2019. № 36. С. 287–289.
14. Flumian M. Citizens as Prosumers: The Next Frontier of Service Innovation. Ottawa : Institute On Governance, 2009. 19 p.
15. Throndsen W., Skjølsvold T.M., Ryghaug M., Christensen T.H. From consumer to prosumer. Enrolling users into a Norwegian PV pilot // European Council for an Energy Efficient Economy Eceee. Summer Study proceedings. 2017. P. 2011–2020.

Sofiya V. Gorbunova, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation).

E-mail: post_delo@mail.ru

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedeniye – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History, 2020, 38, pp. 24–32.

DOI: 10.17223/2220836/38/3

PROSUMERISM AS A MODEL OF CONSUMER BEHAVIOUR: ENVIRONMENTAL ASPECT

Keywords: consumer society; consumer practices; environmental prosumerism; sustainable development; social responsibility.

The article discusses modern consumption practices from the unity of economic, social and environmental aspects perspective. This unity is a condition for sustainable development, but in modern society economic indicators dominate and ecology is on the second place. Such circumstance is a consequence of the socio-economic system, known as a “consumer society”. The article is focused on the identification of environmentally-based consumer behaviour models in modern society. The goal of the research is analysing the prosumerist model of consumption as an alternative to consumerism from an environmental position. The study is based on the concepts of sustainable development and consumer society, and also the idea of prosumerism as a new practice of production and consumption. The work used the method of involved observation, comparative analysis, and descriptive method. The scientific novelty of the results is the justification of prosumerism as an environmentally oriented model of consumer behaviour.

The consumer society is characterized by mass production, increasing of free time, individual consumption, and a change in employment patterns in favour of the goods and services production. The growth of the individual wants and the expansion of production lead to consumption resources increasing. The consumer model cares about neither resource conservation nor future generations. The environment and natural wealth are considered as a manufacturing resource.

In response to the negative effects of consumerism the concepts of conscious consumption, ethical and creative consumerism, highlighting the moral and aesthetic foundations of consumption are formed. The author thinks that in these conceptions the consumer has a passive role because he is not involved in the creation of the product. An alternative to uncontrolled consumption may become a prosumerism as a model of behaviour based on active consumer involvement in the production process. The prosumers' activity promotes resource conservation, the use of attainable materials, the creation products “on-demand”. Since the producer is both a consumer and prosumer, the product a priori is important to the creator because of uniqueness and sense of personal involvement. As examples of successful prosumersist practices two projects wherein urban communities act as prosumers were sort. The first project concerns the citizens' involvement in solving urban problems and city management. The second one takes place in Norway and relates to attracting consumers to electricity production. The result of this project was the optimization of energy consumption. Both projects demonstrate social and environmental effects.

The author comes to the conclusion: in order prosumerism will become a stable model of consumer behaviour, personal interest of consumers is necessary based on the possession or access to the means of production. In this case, prosumer activities can have not only economic results, but also social effects: public involvement in solving problems, including environmental ones, communities development, and increased civil responsibility.

References

1. Evteev, S.A. & Perelet, R.A. (eds) (1989) *Predislovie Predsedatelya. Nashe obshchee budushchee: доклад Mezhdunarodnoy komissii po okruzhayushchey srede i razvitiyu* [Chairman's Foreword.

Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development]. Translated from English. Moscow: Progress.

2. Hammer, J. & Pivo, G. (2016) The Triple Bottom Line and Sustainable Economic Development: Theory and Practice. *Economic Development Quarterly*. pp. 1–12. DOI: 10.1177/0891242416674808

3. Buzmakova, M.V. & Polushkina, I.N. (2017) Uncontrolled consumption as a consequence of the off-duty time standard increase. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika – Regional Economics: Theory and Practice*. 15(5). pp. 982–998. (In Russian).

4. Bauman, Z. (2004) *Globalizatsiya. Posledstviya dlya cheloveka i obshchestva* [Globalization: The Human Consequences]. Translated from English. Moscow: Ves' Mir.

5. Dutriaux, C. & Tholas, C. (2018) Visualizing Consumer Culture, Commodifying Visual Culture: Spectacles of the Consumer Society. *InMedia: The French Journal of Media Studies. Visualizing Consumer Culture*. 7.1. [Online] Available from: <https://journals.openedition.org/inmedia/1497> (Accessed: 22th February 2020).

6. Ritzer, G. (2011) *Makdonal'dizatsiya obshchestva* 5 [The McDonalidization of Society 5]. Translated from English by A.V. Lazarev. Moscow: Praksis.

7. Ilin, V.I. (2005) Consumer society: a theoretical model and Russian reality. *Mir Rossii – Universe of Russia*. 2. pp. 3–40. (In Russian).

8. Habermas, J. (1993) Otnosheniya mezhdru sistemoy i zhiznennym mirom v usloviyakh pozdnego kapitalizma [The relationship between the system and the lifeworld in late capitalism]. Translated from German. *THESIS*. 2. pp. 123–136..

9. Volodina, D.D. (2010) Model' potrebitelya budushchego v teoriyakh postindustrial'nogo obshchestva [The model of the future consumer in the theories of post-industrial society]. *Ekonomika i obshchestvo*. 9. pp. 120–131.

10. Trotsuk, I.V. & Davydenkova, E.S. (2015) Fenomen eticheskogo kons'yumerizma: spetsifika so-tsologicheskoy interpretatsii i osobennosti sovremennogo bytovaniya [“Ethical consumerism”: the specifics of sociological interpretation and present manifestations]. *Vestnik RUDN. Seriya Sotsiologiya – RUDN Journal of Sociology*. 1. pp. 65–81.

11. Ilin, V.I. (2011) Kreativnyy kons'yumerizm kak trend sovremennogo obshchestva potrebleniya [Creative consumerism as a trend in the modern consumer society]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii – Journal of Sociology and Social Anthropology*. 14(5). pp. 41–54.

12. Toffler, A. (2004) *Tret'ya volna* [The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow]. Translated from English. Moscow: AC.

13. Savelieva, E.N. (2019) Rethinking Marx: Towards the Ontology of Prosumerism. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie – Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. 36. pp. 287–289. (In Russian). DOI: 10.17223/22220836/36/29

14. Flumian, M. (2009) *Citizens as Prosumers: The Next Frontier of Service Innovation*. Ottawa: Institute On Governance.

15. Throndsen, W., Skjølsvold, T.M., Ryghaug, M. & Christensen, T.H. (2017) From consumer to prosumer. Enrolling users into a Norwegian PV pilot. In: *Eceee 2017 Summer Study on energy efficiency – online version. European Council for an Energy Efficient Economy, ECEEE*. pp. 2011–2020).