



ДЖОН ДЕ ГРААФ
ДЭВИД ВАНН
ТОМАС Х. НЕЙЛОР

ПОТРЕБ ЛЯТСТВО

БОЛЕЗНЬ,
УГРОЖАЮЩАЯ
МИРУ

Москва

ИЗДАТЕЛЬСТВО
РОДИНА

2026

УДК 316.32

ББК 60.02

Г75

Грааф Дж. де, Ванн Д., Нейлор Т. Х.

Г75 Потреблятьство. Болезнь, угрожающая миру /
Дж. де Грааф, Д. Ванн, Т. Х. Нейлор. – М. : Родина,
2026. – 368 с. : илл. – (Против течения).

ISBN 978-5-00269-216-3

Что такое потреблятьство – образ жизни или заразная болезнь? Зачем люди покупают вещи: потому что они в них нуждаются или потому, что в них нуждается пожирающий их микроб потреблятьства?

Группа американских журналистов и экономистов создала телевизионное шоу, в котором изучала поведение своих соотечественников – самых оголтелых и безудержных потребителей современности.

На основе этого цикла передач и возникла книга, рассказывающая о механизмах, вгоняющих общество в штопор безудержного потребительского азарта, удовлетворяемого за счет всего остального человечества.

УДК 316.32

ББК 60.02

© Грааф Ж. де, 2016.

© Ванн Д., 2026.

© Нейлор Т. Х., 2026.

ISBN 978-5-00269-216-3 © ООО «Издательство Родина», 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	7
Преамбула	10
Введение. Что такое синдром потребительства	16

Часть 1. СИМПТОМЫ

Глава 1. Покупательская лихорадка	28
Глава 2. Сыпь банкротств	40
Глава 3. Раздувшиеся запросы	48
Глава 4. Хроническая закупорка домов	60
Глава 5. Стресс от невождержанности	71
Глава 6. Семейные конвульсии	82
Глава 7. Расширенные зрачки	91
Глава 8. Общественный озноб	103
Глава 9. Боль по утраченному смыслу	117
Глава 10. Общественные шрамы	130
Глава 11. Истощение ресурсов	141
Глава 12. Индустриальная диарея	155
Глава 13. Вирус, вызывающий привыкание	168
Глава 14. Неудовлетворение гарантировано	175

Часть 2. ПРИЧИНЫ

Глава 15. Первородный грех	192
Глава 16. Немного предостережений	201
Глава 17. Невыбранная дорога	210
Глава 18. Угрожающая эпидемия	220
Глава 19. Эпоха синдрома потребительства	231
Глава 20. Так есть в этом доме (настоящий) доктор?	241

Часть 3. ЛЕЧЕНИЕ

Глава 21. Путь к выздоровлению	255
Глава 22. Постельный режим	260
Глава 23. Аспирин и куриный бульон	268
Глава 24. Свежий воздух	279
Глава 25. Правильное лекарство	292
Глава 26. Снова за работу	307
Глава 27. Прививки и витамины	320
Глава 28. Политические предписания	330
Глава 29. Ежегодные проверки	346
Глава 30. Выздоровление	357

ПРЕДИСЛОВИЕ

Когда я впервые столкнулся с предложением вести телевизионную программу «Синдром потребительства», оно прозвучало для меня так же привлекательно, как прозвучало бы предложение выпить чашку чуть теплого кипяченого чая из кореньев. Я вообразил себе это противное варево, которое заставит меня морщиться от каждого маленького глотка, в то время как ревностные активисты движения в запыленных сандалиях и мышинного цвета куртках, сделанных из выброшенных бутылок от газированной воды, будут задирать ни в чем не повинных людей в кофейнях и торговых центрах, крича: «Материалистичные марионетки! Самовлюбленные расточители! Загрязнители окружающей среды!». Я обнаружил, что сделанное мне предложение быстро заполнит график моей жизни событиями, очень похожими на конфликты.

Но я уже работал с этой продюсерской группой, мне нравились эти люди, и я доверял им. Мне приятно было проводить с ними время. Тогда я прочел их проект. И он произвел на меня впечатление. Программа, которую они предлагали, оказалась остроумной, эмоциональной и стильной. Они указывали на проблему, не навязывая свое мнение. У программы был характер. И она заинтересовала меня.

Я нанялся к ним на работу. Я не предполагал, что «Синдром потребительства» приобретет широкую известность. Самое большее, на что я рассчитывал, это что программа покажет несколько сюжетов и затронет несколько идей, значимых для заинтересованной аудитории. Она пробудит

некоторое сочувствие, а затем испарится, и от нее, как от большинства передач, останется только мокрое место.

Но я не принял в расчет время появления программы. Она появилась в начале 1990-х годов, когда на банковских счетах у многих американцев возросли суммы и одновременно возросло ощущение пустоты в душе. Хождение за покупками, а также игра на бирже стали излюбленным способом времяпрепровождения для всей нации. Но в то же время все большее число американцев начало стремиться к освобождению от того, что стало с ними происходить, от ежедневной, лихорадочной погони за новыми приобретениями. Итак, вопреки всем ожиданиям (во всяком случае, моим), *«Синдром потребления»* возбудил пусть не захвативший широкие массы, но горячий энтузиазм. Были созданы группы для обсуждения проблемы. Кассеты и расшифрованные с них записи распространялись, читались, воспроизводились. Зрители, случайно привлеченные к экрану неожиданными вспышками остроумия, продолжая смотреть программу, обнаруживали, что и они сами могут служить мишенями для насмешек.

Эта книга представляет собой вселяющее надежду на решение проблемы собрание любопытных соображений, почерпнутых от людей, которые хотят осмыслить такое явление, как *«Синдром потребления»*, пропустив его через свой разум и свое сердце. В этой книге не говорится о том, как надо, а спрашивается, почему бы не сделать так-то и так-то. Хотя она и содержит некоторые практические предложения, крупные и мелкие, с помощью которых можно было бы осуществить переустройство наших городов, реформировать наш налоговый кодекс и сформировать новые виды сообществ, в которых система распределения преобладала бы над конкуренцией, эта книга не призвана грозить пальцем нам в лицо, упрекая неутомимо трудящихся американцев в желании внести в свою жизнь немного больше удобств, изящества, удовольствий. *«Синдром потребления»* уважает все эти чисто человеческие стремления и хочет только изобрести способы сде-

лать комфорт, изящество, удовольствия более подлинными и длительными, чем те недолговечные блага, которые можно купить за деньги. В большей степени, чем многие новомодные быстроразвивающиеся проекты или интернет-компании, наш проект создает нечто, имеющее настоящую ценность, — новый путь, позволяющий рассчитывать на достижение истинного счастья.

Скотт Саймон,
ведущий программы Weekend Edition Saturday,
Национальное Общественное Радио.
Вашингтон, февраль 2001

ПРЕАМБУЛА

В большинстве случаев фильм снимается по мотивам книги, тогда как эта книга написана по мотивам телевизионной передачи. В 1996 году вместе с Вивиа Бо, моей коллегой и телевизионным продюсером, я выступил с рядом тезисов о проблеме чрезмерного потребления и большом количестве его пагубных последствий для американского общества. Наше исследование выявило, что проблема эта очень глубока и затрагивает жизнь американцев в большем числе ее аспектов, чем любая другая социальная или экологическая проблема. Но как придать всему этому смысл? Как найти способ представить эту проблему так, чтобы зрители увидели множество проблем, порождаемых нашей страстью к потреблению и связанных между собой?

Когда более двух третей программы было уже отснято, мы все еще раздумывали, как скомпоновать весь тот обширный материал, который мы собрали. Потом во время перелета из Сиэтла в Вашингтон, чтобы продолжить съемки, я случайно, просматривая газету, увидел в одной из статей термин *«синдром потребления»*. Для меня это было, как бывает в мультфильмах, когда у кого-нибудь на голове загорается лампочка. Вот оно: *синдром потребления*. Это не просто короткая фраза, обещающая статью запоминающимся, остроумным названием для телевизионной программы, — она намекает на существование болезни, являющейся следствием чрезмерного потребления.

Мы с Вивиа согласились, что хороший способ сделать влияние чрезмерного потребления более понятным —