

Впервые понятие «общество потребления» начали использовать буржуазные идеологи в 50-х годах XX века. В то время ситуация для европейской и американской буржуазии была тяжёлой – в СССР сталинская система социализма давала свои плоды – ежегодный рост советской экономики превышал американский в 5 раз, в наукоёмких отраслях – в 10 раз! По уровню производительности труда СССР обогнал Италию и приближался к Великобритании. В 1951 году в Советском Союзе был создан второй в мире и первый в Европе компьютер, а в 1957 – запущен первый в мире искусственный спутник Земли. Наряду с этим постоянно росло материальное благосостояние советского народа – раньше, чем в Великобритании, была отменена карточная система на продукты, регулярно снижались цены. Экономическое, культурное, научное превосходство социализма становилось настолько же очевидным, насколько росла безнадёжность, страх перед будущим и политическая беспомощность угнетённых классов на Западе. Пример Советского Союза поднимал рабочие массы США на борьбу против капитализма. Правительство подавляло рабочие и студенческие протесты силой – с 1945 по 1959 гг. войска национальной гвардии 55 раз вызывались для разгона демонстраций!

Однако правящим кругам США вскоре стало ясно, что путь открытого силового подавления рабочего класса ведёт, в конечном счёте, в тупик. И капиталистические монополии вынуждены были пойти на некоторое повышение жизненного уровня народных масс. Вбросить в население тонны печатаемых в неограниченном количестве зелёных бумажек, наладить выпуск дешёвого «фаст-фуда» (еды-мусора для бедных), ярких «массовых» товаров, развлечений («массовая культура»), превратить людей в стадных животных – потребителей производившихся без конца всё новых и новых видов товаров – вот какой выход нашла буржуазия из тупикового положения, в котором она оказалась в 50-х годах. В ход пошёл также подкуп профсоюзных лидеров и верхушки белого рабочего класса – т.н. «рабочей аристократии». В результате капиталистам удалось создать шаткую иллюзию «классового мира», «общества

Общество потребления и рабочий класс

равных возможностей», для закрепления которой и было придумана теория «общество потребления» - т.е. такое общество, где главная ценность и цель жизни – потребление товаров – доступно каждому гражданину «демократического» государства в независимости от его классового положения. Лживость этой «теории» стала очевидной уже в 60-х годах, когда по Европе и Америке прокатились массовые бунты рабочего класса, безработной и студенческой молодёжи, направленные не только против экономики капитализма, но и против буржуазной системы ценностей – ценностей потребительства.

А тем временем в СССР уже сказывались последствия подрывной деятельности Хрущёва – после ликвидации ревизионистами диктатуры пролетариата началось тихое, но настойчивое внедрение потребительских ценностей в Советском Союзе. Чем дальше переродившаяся партийная верхушка уводила страну от ненавистного ей «сталинизма», чем уверенней побеждал зародившийся при Хрущёве капиталистический уклад в советской экономике, тем более менялся советский народ. Из народа-победителя Сталинских времён он стал превращаться в массу потребителей. И неслучайно идеалом стала именно Америка – ведь Хрущёв, по сути, провозгласил американский образ жизни той целью, к которой следовало стремиться – «догнать и перегнать Америку» по... потребительству! Всё это привело к тому, что буржуазный образ жизни, который на словах осуждался, стал идеалом в СССР ко времени начала «перестройки». Поэтому окончательное уничтожение социализма и удалось партийной верхушке так легко – перекусившись в «демократов», она просто-напросто дала народу то, что он желал – народ желал «свободы похабщины» на телеэкранах, желал заграничных

модных тряпок и «Макдональдсов» - эти потребности мог удовлетворить только капитализм, который народы СССР в конечном итоге и получили...

В наше время понятие «общество потребления» приобретает новый смысл. Укрепившийся на «постсоветском» пространстве строй – зависимый финансовый капитализм – требует собственной системы ценностей, собственных моральных и нравственных принципов, наконец, собственной культуры. Совокупность всего этого и есть современное общество потребления. Главной ценностью и целью жизни любого члена общества провозглашается потребление по принципу «жить, чтобы иметь вещи». При этом под «вещью» здесь надо понимать не только дорогие машины, последние модели мобильных телефонов, «модную» одежду и т.п.

Учимся большевизму

баракло, но и удовольствия, развлечения, «тусовку». Тот кто имеет эти вещи и «делает карьеру», «делает деньги», занимает «положение в обществе» - тот признаётся общественным мнением и СМИ как преуспевающий, достойный гражданин своего государства. Он должен только раз в пять лет ходить на выборы и регулярно платить налоги – и место в раю ему обеспечено (кстати, церковь отлично вписалась в общество потребления). При этом тот, кто не имеет этих вещей и не стремится к бесконечному их приобретению, объявляется изгоем и не приспособившимся к жизни неудачником. Идеология общества потребления по сути своей мелкобуржуазная – в её основу положена классовая ненависть и презрение мелкой буржуазии к рабочему классу – тем самым «неудачникам», которые «не научились получать удовольствия от жизни». Огромная масса мелкой буржуазии (самого многочисленного на Украине класса) насквозь пропитана потребительством. Мир т.н. «среднего класса» - это другой мир со своими законами и своими ценностями. Поэтому абсолютно нет смысла бороться с буржуазной пропагандистской

машиной за умы обывателей, «золотой молодёжи», студентов, преподавателей и других мелкобуржуазных слоёв – это бессмысленная трата сил и времени. А все попытки приспособиться к мировоззрению потребителей превращаются в оппортунизм – следует только полистать КПУ-шные газеты «Коммунист», «Рабочая газета», «Новая волна», чтобы убедиться в одном – убогость официальных левых ничем не отличается от убогости мелкобуржуазного потребителя, под которого они подстраиваются.

Итак, бороться с потребительством в мелкобуржуазных слоях – бесполезно. Но бороться с влиянием общества потребления в среде рабочего класса – крайне необходимо. В основном рабочий класс «выпал» из общества потребления – низкая зарплата, тяжкий однообразный труд на полуразрушенных и обшарпанных, отгороженных от внешнего мира стенами и чуть ли не колючей проволокой предприятиях, безнадёжность – современный промышленный пролетариат, как и раньше, является классом-изгоем. Общество потребления обошло его стороной – зарплаты, особенно в период кризиса и роста цен, хватает только на самое необходимое. Однако промышленные рабочие – это островок в мелкобуржуазном море потребительства. И «ценности» общества потребления проникают в рабочий класс, разлагая его верхушку и даже низы. В основном это происходит через СМИ – газеты и особенно телевизор, к которому прилипает рабочий, когда приходит домой. Различные телешоу, попсовая музыка, рекламы и т.д. делают своё дело, внушая рабочему чуждые ему ценности, заставляя погружаться в яркий буржуазный мир, заставляя его поверить, что в этот мир можно «прорваться», заработать и скопив денег. Это всё гасит искры классового сознания, насаждает индивидуализм, и как результат – отсутствие солидарности в рабочем коллективе и нежелание бороться в защиту своих самых естественных, даже бытовых прав, не говоря уже о каких-то политических требованиях. Поэтому сейчас необходима борьба против влияния общества потребления и буржуазных СМИ на умы рабочего класса.

Ч.К.

тий нет даже низшей формы рабочей организации - классового профсоюза - а на многих предприятиях даже официального буржуазного профсоюза нет! О какой подлинной рабочей партии в таких условиях можно говорить? А плодить бесполезные бюрократические партии - значить просто-напросто продолжать гробить коммунистическое и рабочее движение, чем КПУ и компания занимаются уже 20 лет.

Задача сегодняшнего дня - немедленно начать работу по развитию классового сознания рабочих. Пробудить рабочий класс от спячки, разбудить в нём идеи солидарности, осознания своей рабочей классовой общности. Этого нельзя сделать, замкнувшись в узкой «левой тусовке», не зная нужд и проблем рабочих на конкретных промышленных предприятиях. Надо найти дорогу на производства, установить регулярные и прочные контакты с рабочими коллективами. А сделать это можно только при помощи сети рабочих-корреспондентов, которые будут доставлять свежую, конкретную информацию из рабочих коллективов. Только этот путь единственно верный. Только так победим!

Редакция

Хорошо устроились при капитализме

Окончание, начало на стр. 2

Но это всё привело к росту нищеты и безработицы, зарплата в 8-10 раз ниже, чем в высокоразвитых империалистических странах. Жесточайшая эксплуатация трудящихся Китая, работают по 12-14 часов в сутки. Ссылаясь на Компартию Китая КПУ стремится прикрыть свою оппортунистическую сущность, хотя этот пример подтверждает родство и перерождение обеих «коммунистических» партий.

Итак, краткий анализ документов 44 съезда КПУ и её Программы показывает, что данная партия, несмотря на усиление революционной риторики, является мелкобуржуазной, соглашательской партией, способствовавшей становлению и укреплению буржуазного режима на Украине.

Силин А.Н.
г. Полтава

Комментарий Редакции:

На Украине нет партии рабочего класса

«Партия - высшая форма классовой организации пролетариата»

(И.В.Сталин)

Товарищ абсолютно верно раскрыл оппортунистическую, предательскую сущность КПУ. Но верно ли, что на Украине уже есть большевистская партия, революционный авангард рабочего класса? Была названа РПУ (мл) - но чем эта партия отличается от КПУ? По сути своей ничем: «новая» партия упорно хочет зарегистрироваться - значит вписаться в буржуазную систему и принимать участие в выборах, заседать в тех самых «тёплых парламентских местах» о которых писал товарищ, и где сейчас сидит КПУ. Более того - в Редакцию целым потоком приходили проекты самых разных партийных объединений с самыми разными и очень «революционными» названиями, и «правильными» программами, и броскими лозунгами. Однако суть у них у всех была одна - партии-однодневки, создаваемые группками активистов-партстроителей, которые сверху, через

свой бюрократический партийный аппарат (он у них всегда идёт на первом месте, хотя в современных условиях практически не нужен) пытаются навязать свою партию рабочим. Рабочие об их партиях не знают и идти в них не хотят. И партии разваливаются, как только исчерпывается «организаторская» горячка их лидеров или заканчивается предвыборная кампания. Все эти партии не выражают интересы рабочего класса, поскольку они далеки от реальных проблем и нужд рабочих.

Пришла пора, наконец, всем честным коммунистам раскрыть глаза и посмотреть на реальную ситуацию в рабочем движении. Пролетариат задавлен нуждой и эксплуатацией. Рабочие боятся потерять зарплату и лишиться рабочего места. Рабочие разобщены, в рабочих коллективах нет солидарности, рабочие не осознают себя как единый класс - классовое сознание как тоненький росток, который никто из «коммунистов» даже не пытается поддержать. На большинстве предприя-

другие, потому что про ТВ прозвучала тревога раскола Украины на Запад и Восток. Это может означать одно – на Востоке Украины победили левые!

Одесский ИАЦ