

ДАРЬЯ ОМ



ЭТИЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ • ЛАГОМ • АНТИСТРЕСС  
ФУДШЕРИНГ • ВЕГЕТАРИАНСТВО • ПРАВИЛЬНОЕ ПИТАНИЕ



# АСКЕЗА



СЧАСТЬЕ  
В МИНИМАЛИЗМЕ

МИРОВОЙ БЕСТСЕЛЛЕР

# Дарья Ом

# Аскеза. Счастье в минимализме

## Серия «Книга-тренд»

*Текст предоставлен издательством*  
*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=28518252](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=28518252)*  
*Дарья Ом. Аскеза. Счастье в минимализме: АСТ; Москва; 2018*  
*ISBN 978-5-17-104275-2*

### Аннотация

Как все успеть в безумном ритме жизни и не сойти с ума? Как оставаться в гармонии с собой и миром? Современное общество диктует нам свои правила жизни: каждый сезон новая одежда и обувь, обновить телефон, ноутбук, покупать-покупать-покупать! Мы живем в обществе потребления, и это не идет нам на пользу. Стресс, бессонница, депрессия...

Вырваться из этого заколдованного круга сложно, но можно. Все уже придумано до нас – этичное потребление, правильное питание, здоровый минимализм, способы справиться со стрессом и даже вполне серьезная философия умеренности. Читайте на здоровье!

# Содержание

Вступление	5
Глава 1. Этичное потребление – теория и практика	11
Основные категории при определении рейтинга «этичности» компании или товара (разработаны британским журналом «Этичный потребитель»)	16
Основные принципы этичного потребления	18
6 простых советов, как сделать этичный выбор при покупке одежды	20
Конец ознакомительного фрагмента.	25

# **Дарья Ом Аскеза. Счастье в минимализме**

© Ом Д.

© ООО «Издательство АСТ»

# Вступление



Мы живем в мире неумемного, неумеренного потребления. В обществе, где потребление возведено во что-то вроде культа.

«Давай-давай-давай, покупай!» – кричат нам с экрана телевизора под бодрящую музыку. Вот еда, вот мебель, вот стиральный порошок, и на все скидки, только здесь и только

сейчас!

Можно выключить телевизор и залезть в интернет. «Как, у тебя еще нет айфона последней модели?» – удивится популярный видеоблогер, и ваш смартфон покраснеет от стыда за свою простоту и несовременность – ему ведь уже целых полгода!

Современное общество бездумно потребляет – товары, услуги, развлечения. Не задумываясь и не анализируя. Этот образ мышления навязывается людям отовсюду и очень успешно, чему способствует еще и все более ускоряющийся ритм жизни – людям часто просто некогда остановиться и задуматься, проще купить то, что предлагают, и бежать дальше.

Впрочем, задумываться в принципе умеют не все. И не потому что глупые, а потому что их не научили или даже отучили. Критическое мышление и умение анализировать – главные враги системы потребления. Ведь если человек задумается, он может перестать гнаться за новыми моделями модных гаджетов или решит, что брендовая сумка стоимостью в ползарплаты ничуть не лучше всех тех, которые уже пылятся у него в шкафу. Да и вообще, не дай Бог, перестанет покупать кучу ненужных вещей, а через полгода, следуя советам модных журналов, выбрасывать их и покупать себе новые.

Поэтому потребитель не должен думать, он должен бежать, спешить, крутиться как белка в колесе. Тем более, что

ему же нужно заработать побольше денег, чтобы купить себе еще больше ненужных вещей! Так что, помимо навязывания культа потребления нам отовсюду навязывается еще и культ успешности.

*Ты должен быть круче всех, чтобы на встрече выпускников потрясти бывших одноклассников!*

Хотя вроде бы, какая разница, что о тебе думают люди, оставшиеся далеко в прошлом? Разве их мнение имеет значение?

*Ты должен быть успешным, чтобы подъехать к девушке на шикарной машине и поразить ее в самое сердце!*

Старая добрая любовь за деньги, действительно, куда же без нее.

*Ты должен много зарабатывать, чтобы купить вот эту, вот эту и вот эту модную вещь!*

Наконец-то честная мотивация! Успешный = много покупает. И никак иначе.

Почему успешность перестала зависеть от того, насколько человек реализовался в выбранном деле? От того, насколько он счастлив в семейной жизни. От его интеллектуального

развития, круга друзей, образа жизни... Успешен уже не тот, кто построил дом, посадил дерево и вырастил сына, а только тот, у кого много денег. Потому что все остальное обществу потребления не нужно. Какое ему дело до вашего дома, дерева и сына, если вы не хотите или не можете набить дом ненужными вещами и завалить сына игрушками. А о дереве и говорить нечего – если оно еще и плодоносить начнет, вы станете покупать меньше продуктов. Нет, дерево вообще опасно, в обществе потребления разрешены максимум цветники. Да и то лишь потому, что они все равно не создают конкуренции торговле букетами.

Современное общество потребления построено на бессмысленных покупках совершенно бесполезных вещей.

Как мы к этому пришли? Абсолютно естественным путем. Общество богатеет, богатеет, люди покупают нужные вещи, и вот, наконец, наступает момент, когда все необходимое ими уже куплено. Но корпорациям надо продолжать что-то продавать, иначе их сверхдоходы превратятся в обычные доходы. И тогда они начинают придумывать способы заставить людей купить что-то ненужное. В результате рождается общество потребления.

У корпораций, кстати, есть и еще один проверенный способ заставлять людей делать покупки. Все-таки не все потребители разучились думать, и, бывает, некоторые отказываются покупать ненужные вещи. На этот случай были разработаны законы устаревания техники. Наверное, все замети-

ли, что техника, произведенная в 90-е годы и раньше, нередко прекрасно работает до сих пор. А вся современная – выходит из строя через год.

Это не самообман в духе, что раньше трава была зеленее, а объективная реальность. Теперь действительно стараются делать вещи так, чтобы они отслужили гарантийный срок, а дальше переставали работать. Тогда людям волей-неволей придется покупать им замену.

Вот так, хотим мы или нет, нас загоняют в заколдованный круг – работа, покупки, работа, покупки... Заработать побольше денег, чтобы закупить ненужных вещей и доказать свой статус, потом выбросить эти вещи, снова ринуться в работу, посадить здоровье в этом состоянии постоянного стресса, потратиться на дорогие лекарства (фармацевтическая мафия с радостью продаст вам простой аспирин на вес золота, но зато в красивой упаковке), «заесть» стресс вкусностями, набрать вес, пойти к модным диетологам или купить карточку фитнес-клуба, куда все равно не будет времени ходить, ведь все время отнимает работа... И так далее, и по кругу.

Если человека все время заставлять работать и держать его в состоянии стресса, он станет идеальным членом общества потребления. Так и будет работать, есть, психовать, покупать, выбрасывать и опять работать.

Вырваться из этого заколдованного круга сложно, но можно. Все уже придумано до нас – этическое потребление, пра-

вильное питание, здоровый минимализм, способы справиться со стрессом и даже вполне серьезная философия умеренности.

Было бы желание.

# **Глава 1. Этичное потребление**

## **– теория и практика**

Наверняка все слышали про «этичное потребление». Этот термин стал популярным благодаря британскому журналу «Этичный потребитель», выходящему с 1989 года. Но что под ним подразумевается?

Этичное потребление (которое еще называют ответственным потреблением или зеленым потреблением) – это «тип потребительского поведения или потребительского активизма. Данный термин охватывает все этапы жизненного цикла потребления от покупки до использования и утилизации товара. Идея «этичного» совершения покупок построена на принципах «голосования рублем». То есть факт покупки является выражением одобрения потребителем поведения продавца».

Фактически, это в некотором роде социальный феномен, потому что сторонники этичного потребления думают не о себе, не о своей выгоде или комфорте, а о куда более глобальных вопросах – об экологии, о социальной ответственности, о правах людей и животных и т. д. То есть, решение, делать покупку или нет, принимается не по принципу цены-качества, как это делается обычно, а исходя из того, было ли производство этого товара экологичным, не причинило ли оно

вред животным, не использовался ли рабский труд, не нанесет ли его использование и последующая утилизация вреда окружающей среде и т. п.

Сторонники этичного потребления следят за информацией в СМИ о корпорациях, которые были уличены активистами в использовании детского труда или загрязнении окружающей среды. Так три самых известных репутационных скандала с крупными корпорациями были связаны именно с их неэтичным поведением. И каких корпораций! В частности скандал с Nike вызвало то, что они и платили рабочим за производство пары кроссовок 1,5 доллара, тогда как продавали эти кроссовки потом по 100 долларов. Shell была виновата, что незаконно захватила земли в Нигерии, загрязняла их и эксплуатировала местное население. McDonalds обвинялся в том, что мало платит работникам, наносит вред экологии и кормит покупателей вредной едой, провоцирующей сердечные заболевания.

В итоге такие киты бизнеса как Nike, Shell и McDonalds под угрозой бойкотов их товаров вынуждены были перестроить стратегии своего развития и отказаться от дополнительных прибылей ради восстановления репутации. А ведь эти скандалы были еще в 90-е годы XX века, то есть до эпохи бурного развития интернета и современной доступности информации. С другой стороны сейчас и таких крупных скандалов не бывает, потому что всем обо всех нарушениях становится известно очень быстро, и корпорации стараются

справиться с проблемой в зародыше. Легче чуть переплатить, чем потом оправдываться перед миллионами потребителей. Откуда взялось этическое потребление?

Как это ни удивительно, но начиналось все когда-то отнюдь не с общечеловеческих ценностей. Сначала люди просто пытались защитить свои собственные интересы. Первые организации, объединяющие потребителей, интересовались не тем, насколько этично были произведены товары, а тем, какого они качества, какой у них состав, правда ли написана на упаковке, верно ли они промаркированы и т. д. В общем, именно тем, что интересует большую часть потребителей в России – что поделать, мы по объективным причинам отстали в этом вопросе от западных стран и сейчас только нагоняем.

А в Европе и США люди начали задумываться не только о качестве товаров, но и о том, кто несет ответственность за его нарушения, уже с 60-х годов XX века. Это было время повышенного внимания к деятельности транснациональных корпораций и к тому, на что они готовы ради своих прибылей. Война была позади, экономика переживала расцвет, человечество вышло в космос и мечтало о встрече с внеземными цивилизациями – возможно, это и привело к росту социальной ответственности. Если полистать фантастические романы того времени, можно заметить распространенный мотив – как людям приходится доказывать более могуществен-

ным и развитым инопланетянам, что человечество не просто так небо коптит, а достойно стать членом галактического сообщества. И для этого героям романов нужно объяснить инопланетянам, что ядерные взрывы, политые напалмом джунгли, голод в Африке, социальное расслоение, загрязнение окружающей среды – это не норма для большинства людей, что есть те, кто с этим борется, а значит у человечества еще есть шанс...

И люди действительно задумывались над тем, как со всем этим справиться. Толерантность, гуманизм, мультикультурность – понятия, которые так обесценились в последнее время, потому что все кому не лень прикрывают ими свои собственные интересы. Но в 60-70-е годы они были еще живыми и настоящими, и люди, ратовавшие за них, на самом деле хотели изменить мир к лучшему. Эти же люди заговорили и об этичном потреблении (хотя сам термин появился несколько позже).

В 80-90-е годы к перечисленным тенденциям добавился еще рост внимания общественных активистов к вопросам соблюдения прав работников, производящих товары для транснациональных корпораций в развивающихся странах. Проще говоря, жители богатых благополучных стран наконец заметили, что крупные компании перенесли производство в страны третьего мира, чтобы пользоваться тамошней нищетой и нанимать работников буквально за копейки. А корпорации к своему изумлению обнаружили, что потреби-

телей, оказывается, волнует не только цена товара – когда широкая общественность узнала, что производители делают свои сверхприбыли на использовании фактически рабского труда, в том числе и детского, Европу и Америку сотрясали грандиозные скандалы, судебные иски и потребительские бойкоты.

В эти же годы о себе заявили и «зеленые» – активисты, борющиеся за охрану окружающей среды. Они тоже сумели инициировать несколько шумных процессов и заставить всех – общество, правительства и крупный бизнес – обратить внимание на проблемы экологии.

Из этих двух тенденций и сформировалась идея этичного потребления.

В чем ее суть?

Не каждый может позволить себе активную борьбу против загрязнения окружающей среды и эксплуатации. Но каждый может проголосовать, как говорится, «рублем». То есть, не покупать товары и услуги, производство и потребление которых наносит вред людям, животным и окружающей среде.

# **Основные категории при определении рейтинга «Этичности» компании или товара (разработаны британским журналом «Этичный потребитель»)**

## **Окружающая среда:**

*Экологическая отчетность; использование атомной энергии; влияние на изменения климата; загрязнения и токсичные вещества; воспроизводимое использование ресурсов*

## **Животные:**

*Тестирование на животных; промышленное производство скота; другие права животных*

## **Люди:**

*Права человека (местного населения); права работников; управление подрядчиками и поставщиками (соблюдение прав работников на фабриках подрядчиков); безответственный маркетинг; поставка товаров в вооруженные силы / продажа оружия;*

## **Политика:**

*Генная инженерия; объявленный бойкот продуктов компании; активность в политике (лоббирование законов, пожертвования политическим партиям); анти-социальные финансы (уклонение от налогов, слишком высокие зарплаты директоров).*

# Основные принципы этичного потребления

## 1. Отказ от ненужных вещей

Первым принципом этичного потребления считается отказ от покупки ненужных вещей. Американские активисты приводят статистические данные, говорящие, что 99 % вещей, покупаемых в Америке, выбрасываются в течение шести месяцев. Такое потребительское поведение представляется не этичным, так как все ресурсы, вложенные в изготовление товаров, оказываются затраченными впустую, кроме того, утилизация данных товаров наносит вред окружающей среде.

Фримаркет – московский опыт

*В одном из помещений Центра творческих индустрий «Фабрика» в Москве во время предновогодней покупательской лихорадки был организован так называемый фримаркет (Free Market). У стены стояли столы, над которыми висели листки с надписью «Верх» и нарисованной курткой и «Низ» с нарисованными брюками. Еще несколько столов были предназначены для игрушек, бижутерии и книг. К столам подходили люди, выкладывали на них принесенную с собой одежду, выбирали из одежды, выложенной другими участниками, то, что им подходит, и уносили с собой.*

*Конечно, среди этих людей были и те, кто просто не мо-*

жет позволить себе покупать новые вещи, поэтому вынужден участвовать в таком обмене. Но по статистике организаторов фримаркета таких там всего около четверти, остальные же пришли по зову сердца, потому что верят в этичное потребление.

«Здесь можно встретить людей самых разных политических взглядов, — объяснял один из организаторов. — Идеи отказа от чрезмерного потребления и взаимопомощи годятся для любой идеологии. На фримаркеты приезжают и состоятельные люди, которые хотят сделать что-то хорошее для других. На моей памяти чего только не приносили: ноутбуки, кухонные комбайны, телефоны, телевизоры».

«В большом городе мы не можем отказаться от потребительского образа жизни, — объясняет свою позицию один из постоянных участников фримаркетов. — Альтернатива потреблению — натуральное хозяйство. Конечно, можно выращивать у себя на подоконнике салат. Но невозможно же питаться только этим салатом. Поэтому, так или иначе мы будем пользоваться теми благами, которые произвели другие. Но в большом городе очень много ресурсов. И если их правильно организовать, нужно будет меньше производить».

Кстати, есть и виртуальные фримаркеты — странички в соцсетях, где можно договориться об обмене товарами и даже услугами.

## **2. Этичное совершение покупок**

В книге «Глобальный рынок как этическая система» философ и этик Джон МакМартти объясняет, что каждое решение о покупке содержит в себе моральный выбор. При выборе товаров моральные предпочтения потребителя запускают принцип «голосования рублем», при котором деньги, потраченные на покупку, являются своеобразным «голосом» в пользу продукта и его производителя.

Вместо того чтобы рассматривать деньги как средство для покупки статусных элитных товаров или повышенного качества жизни, людям надо рассматривать свои деньги как средство голосования, которое они используют каждый раз, когда идут за покупками. Покупая дешевую одежду, произведенную на «потогонной фабрике» потребитель голосует за эксплуатацию рабочих. Покупая прожорливый четырехприводный автомобиль, особенно для использования в городских условиях, он голосует за изменение климата.

## **6 простых советов, как сделать этичный выбор при покупке одежды**

*1. Обратите внимание на комиссионки и секонд-хенды. Особенно если вы хотите купить детскую одежду и вообще товары для детей. В наше время, когда многие люди детей заводят поздно и носят с ними, не зная как им еще угодить, в комиссионки сдаются тонны совершенно новой,*

иногда вообще ненюшенной детской одежды, новые игрушки, коляски и велосипеды, которыми попользовались пару раз, и многое другое. В том числе и вещи известных брендов.

2. Покупки в интернете. Прежде чем идти в магазин, загляните на многочисленные сайты частных объявлений, вполне возможно, ту вещь, которая вам нужна, кто-то уже сгоряча купил и теперь мечтает от нее избавиться. Вам дается прекрасный шанс сэкономить деньги, помочь другому человеку и совершить этичную покупку – ведь благодаря вам вещь будет работать, а не отправится увеличивать собою горы мусора на свалке.

3. Интернет-магазины. Всем известно, что выбор в гипермаркетах невелик – ритейлеры закупают товары у ограниченного круга производителей, руководствуясь прежде всего собственной выгодой. Поэтому органические, биоразлагаемые, да и просто натуральные товары найти там удастся не всегда. К счастью интернет-торговля развивается с каждым годом все быстрее, и сейчас во всемирной сети можно купить практически что угодно. Правда, нередко приходится подождать – многие товары привозят только на заказ. Но результат того стоит.

4. Местные производители и частники. Удивительно, но самые этичные товары часто можно обнаружить в мелких

магазинчиках. Там продается хлебная, мясная и молочная продукция фермеров и небольших местных компаний – с коротким сроком годности (поэтому далеко ее не вывозят), но зато натуральная, без консервантов и всяких подозрительных добавок. А мелкие мастерские шьют одежду из натурального льна и хлопка.

5. Обмен вещей. Шкафы и комоды у большинства людей переполнены вещами, большая часть которых им не нужна и никогда уже не понадобится. Что с ними делать? Основную массу можно отдать на благотворительность или отвезти на дачу, чтобы работать в саду. Но среди пылящихся в шкафу вещей есть ведь и новые, иногда очень дорогие и даже брендовые, с которыми рука не поднимется так поступить. Их можно попытаться продать, но этичнее и проще будет обменивать – сейчас появляется все больше сайтов обмена вещей, это движение набирает обороты, и там можно подобрать взамен интересные дорогие вещи.

6. Ну и наконец, самый тяжелый, но в большинстве случаев самый достойный вариант.

Вообще обойтись без покупки.

Это сложно, но... Спросите себя, прежде чем купить какую-то вещь – насколько она вам необходима? Если вы можете без нее обойтись, и ваша жизнь без нее не станет тяжелее, не покупайте. Подавляющее большинство покупок –

*чисто эмоциональные, они либо делаются под влиянием момента, либо вообще нужны только для того, чтобы удовлетворить нездоровую тягу к шоппингу. Все мы жертвы рекламы – нас слишком долго убеждали, что плохое настроение нужно лечить походом по магазинам. А между тем, когда туман рассеивается, мы обнаруживаем, что вещь на самом деле нам не нужна. И как «заедание» стресса оборачивается изжогой и лишними килограммами, так и покупки ради покупок приводят только к чувству вины и захламлению своего шкафа, а в глобальном смысле и всей нашей планеты.*

### **3. Этичное использование ресурсов**

Еще одной стороной этичного потребления является этичное использование ресурсов. Это, например, использование альтернативных источников энергии. Впрочем, это относится в основном к компаниям, частные лица редко могут выбирать источник энергии. Но зато каждый может внести свой посильный вклад в этичное использование ресурсов, утепляя свой дом, чтобы тратить меньше газа, электричества или дров, покупать энергосберегающие лампы и приборы, ставить счетчики и просто не лить зря воду.

Кстати, эту сторону этичного потребления активно пропагандировали и в Советском Союзе, многие наверняка помнят агитационные плакаты или мультфильм о том, как люди истратили всю воду на земле. Увы, это мало помогло в вос-

питании поколения 80-90-х, и сейчас можно часто наблюдать, как люди, собираясь чистить зубы, включают воду на полную мощность и просто смотрят, как она льется все то время, что они орудуют щеткой во рту. Помогает против такой расточительности только установка счетчиков – к сожалению, жадность у большинства людей куда сильнее любых этических принципов.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.