

*на правах рукописи*

Ланцев Артём Олегович

СТАНОВЛЕНИЕ КОНЦЕПТА «ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ»  
В ЗАПАДНОЙ ФИЛОСОФИИ. ОТ АНТИЧНОСТИ К СОВРЕМЕННОСТИ

09.00.03 – История философии

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата философских наук

Екатеринбург – 2013

Работа выполнена на кафедре истории философии и философии образования Института социальных и политических наук ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина».

**Научный руководитель** – доктор философских наук, профессор, Перцев Александр Владимирович

**Официальные оппоненты:**

Марков Борис Васильевич, доктор философских наук, профессор, ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет», заведующий кафедрой философской антропологии

Ольховиков Константин Михайлович, доктор философских наук, профессор, ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», профессор кафедры социологии и социальных технологий управления

**Ведущая организация:** Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

Защита состоится «26» декабря 2013 г. в 12.00 на заседании диссертационного совета Д 212.286.14 на базе ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» по адресу: 620000, Екатеринбург, проспект Ленина, 51, зал заседаний диссертационных советов, к. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина».

Автореферат разослан «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
доктор философских наук, профессор

О.Б. Ионайтис

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Проблема изучения потребления человеком благ и получения удовольствия от процесса потребления является довольно актуальной для философии и поднимается во многих философских работах, начиная с Античности и до наших дней. Но проблемы, которые поднимались каждый раз, когда речь заходила о потреблении, аспекты человеческой деятельности, которые оказывались затронутыми в этом рассмотрении, были весьма разнообразны. Само потребление менялось – если первоначально оно было лишь процессом удовлетворения личных потребностей в замкнутых хозяйствах, то с течением времени произошло переосмысление ценности потребления: оно стало не только важным элементом коммуникации как внутри отдельно взятого сообщества или между обществами, но и основой построения новой общей символической реальности, в которой удовлетворяются уже не столько потребности, сколько желания.

Анализируя историю социальной философии XX века, мы видим особый взгляд на проблему потребления. Если до XX века «потребление» было преимущественно экономической категорией, и его изучением пристально и подробно занимались ученые-экономисты, то уже с самого начала прошлого века можно отметить появление социологических, психологических и философских работ, посвященных потреблению. Появляется концепт «общество потребления», служащий для определения общества, в котором потребление не просто играет решающую роль, не просто служит мерилom для разделения на классы и страты, но и является определяющим само существование общества; в таком обществе потребление пронизывает не только реальность человека, делая эту реальность более удобной, упрощая ее, но и создает, посредством медиа-сообщений, безопасное виртуальное пространство для индивида.

Если в Соединенных Штатах Америки осознание жизни в обществе потребления произошло после Первой мировой войны, накануне Великой депрессии, а в Западной Европе, к примеру во Франции, и того позже – только в 60-е гг. XX века, то отдельные компоненты этого концепта были характерны для европейцев уже на протяжении нескольких тысячелетий, и мы можем найти их у античных греческих и римских философов.

Так, основу любого общества, в котором потребление играет ключевую роль, составляет капитализм, со своими плюсами и минусами. Как было показано в исследованиях М. Вебера и В. Зомбарта, в становлении и развитии капитализма на его ранней стадии сыграла очень важную роль религия и, прежде всего, христианство, которое помогло сформировать такие важные черты капиталистического мироотношения, как экономический рационализм и индивидуализм. Но и взгляды Фомы Аквинского, и уж, конечно, взгляды Мартина Лютера и Жана Кальвина на этические принципы и добродетельность тесно связаны с учением стоицизма Сенеки и Марка Аврелия.

Современное потребление пронизано духом гедонизма, неразрывно связано со стремлением к упрощению процесса получения удовольствия, его максимизации и тотальности. К необходимости получения удовольствий призывали мыслители разных эпох – от Сократа до Эпикура, от Фомы Аквинского до Мартина Лютера, от Томаса Гоббса до Иеремии Бентама. Но подходы к изучению удовольствий, к участию разума в их выборе, к определению их границ, к разделению удовольствий на естественные и необходимые, интеллектуальные и чувственные, личные и общественные были различными в разные эпохи.

Важным для понимания актуальности вопроса о становлении концепта «общество потребления» в западной философии является указание на историческую ситуацию, в которой происходило формирование современных подходов к потреблению, как отдельных индивидов, небольших социальных групп, так и обществ в целом.

Экономические и социальные события XX века сделали жизнь граждан Соединенных Штатов Америки и стран Западной Европы более насыщенной в экономическом, социальном и культурном плане, и позволили взглянуть на проблему потребления с разных сторон. В начале прошлого века, благодаря идеям утилитаризма и прагматизма, стало возможным соединить личное счастье индивида с общественным счастьем – через потребление. Само общество всеобщего благоденствия представлялось возможным построить лишь через обильное потребление всевозможных благ, ставших доступными благодаря массовому производству и существованию кредитной системы. Впоследствии акцент исследований сместился в сторону исследований психологической и культурной сторон потребления. Это было связано с тем, что жесткая конкуренция на рынке заставила бороться за потребителя: уже мало было привлечь его внимание, «трюки» с низкой ценой перестали действовать, а у каждого уникального торгового предложения рождались аналоги, появилась необходимость влиять на поведение индивида, совершающего покупки. Появляются работы, изучающие психические процессы, связанные с производством и потреблением товаров и услуг (Ж.-Г. Тард, Дж. Катона, Л. Гараи и т.д.).

Психоанализ и философия постмодернизма в XX веке обозначают основные проблемы присущие обществу, в котором потребление пронизывает все сферы жизни: одиночество, скука, инфантилизация, управляемость индивидом извне. Э. Фромм, В. Райх, Ж. Бодрийяр, Ж. Делез, Ф. Гваттари и др. в своих работах пытались не только переосмыслить то, что происходит с человеком в обществе потребления, но и предупредить о возможных последствиях развития таких обществ, в которых личные интересы формируются государством или крупными корпорациями, а межличностные отношения становятся пустыми и поверхностными.

Личное потребление, обособленное от потребления общественного, становится предметом детального рассмотрения после Второй мировой войны. Личное потребление становится предметом тщательного изучения американских и европейских социологов,

исследователи отмечают серьезные изменения в психологии жителей развитых стран, особенно у тех поколений, которые родились и выросли после войны. Они чувствуют себя в большей безопасности, меньше зависят от коллективного мнения и делают поступки более осмотрительно, в целом их поведение в процессе потребления, их потребительские ценности отличаются от тех, кто проживает в развивающихся странах и странах, втянутых в военные конфликты, и не имеющих такого уровня безопасности. Для изучения самого концепта «общество потребления» рассмотрение результатов таких исследований (речь, прежде всего, идет о работах Р. Инглхарта) интересно тем, что в этих изменениях, возможно, кроется путь к преодолению проблем данных обществ, путем перехода от материальных ценностей индустриального периода к постматериальным ценностям.

Следует сказать, что в Советском Союзе в 1960-70-е гг. также появляется немалое количество исследований, посвященных личному потреблению при социализме, но они в основном опираются на марксистскую теорию, пренебрегая исследованиями психоанализа и постмодернизма, и, соответственно, в результатах этих исследований не обозначены проблемы, отмеченные исследователями западных стран. Серьезные социологические исследования, рассматривающие проблемы, с которыми сталкиваются представители разных социальных групп, а не только элит, в России стали появляться только в начале XXI века. В этих исследованиях использовались как современные западные методологические наработки, так и подходы, оставшиеся от советской науки.

Актуальность нашей работы состоит еще и в том, что современные западные исследователи сталкиваются при раскрытии концепта «общество потребления» со следующей проблемой – его трудно описать из-за разнообразия аспектов, что многих наводит на мысль, что концепт реально не существует, а был введен исследователями только для нужд критики, как комплекс некоторых идей, которые удобно описывать и развивать. Нам же представляется, что концепт «общество потребления» реален, что реально само существования обществ, в которых потребление существует в

символической форме, как некий миф. В этих обществах индивиды сами становятся объектами потребления, в этих обществах пропагандируется стремление к удовольствиям, которые становятся крайне доступными и, в некоторой степени, крайне непристойными, в этих обществах существует перманентное навязывание необходимого поведения через медиа-сообщения и тотальный контроль государства и (или) корпораций над желаниями индивидов. В обществе потребления нет просто производителей, потребителей, товаров и услуг, есть некоторая игра, набор кодов и символов, есть некое реально-виртуальное пространство, созданное СМИ, в которое человек погружен, словно в матрицу.

**Степень разработанности темы.** В западной истории философии проблема потребления изучена достаточно хорошо, а также дан анализ обществу потребления, особенно много таких работ появилось на стыке XX-XXI вв. Отдельно необходимо отметить традицию изучения потребления в Соединенных Штатах Америки, где в истории социальной философии мы можем увидеть попытки решения проблем, связанных с потреблением, через непосредственный анализ бытовых феноменов, в тесной связи с экономикой, психологией и социологией. Среди исследователей можно отметить Р.В. Бэлка, У. Ляржа, С. Уорда, А. Кейнана и Р. Киветца. Как правило, большинство исследователей отмечают глубинную связь между социально-экономическими вызовами и изменениями в потребительском поведении индивидов. Есть группа авторов, которые специально занимаются изучением вопроса формирования и развития этики потребления в Эпоху Реформации и Эпоху Просвещения – Г. Кларк, М.М. Голдсмит, Т. Линч и А. Уэлш, М. Хилтон, Л. Розенталь, А. Митчелл, среди отечественных авторов можно отметить – А.А. Абрамову, М.В. Маркова, А.В. Перцева. О том, как исследуется проблема потребления в постмодернизме и в чем специфика подхода этого философского направления писали Л. МакКалаг, Р.М.Р. Магда, И. Хассан, Ф. Хаммонд, Д. Даттон, А. Кирби.

Как уже отмечалось, в истории отечественной философии не так много специальных исследований, в которых рассматривается феномен потребления и общество потребления. Можно отметить работы социалистического периода В. И. Бельчука, В. А. Медведева, П. С. Мстиславского, В. Н. Сергиевского. В этих работах рассматривались закономерности личного потребления в развитом социалистическом обществе, роль общественных форм удовлетворения потребностей и проблемы оптимального соотношения производства и потребления в странах социалистического лагеря, в частности в СССР. Уже в постсоветский период появились работы, посвященные потреблению и способам воздействия на индивидов посредством рекламы в Советском Союзе (например, работы О.О. Савельевой). Среди современных отечественных авторов можно отметить В.И. Ильина, Я.М. Рощину, В.В. Радаева и др., целостное рассмотрение трансформации этических взглядов проводит в своих исследованиях А.А. Гусейнов.

Само общество потребления подробно разобрано в одноименных работах Дж. К. Гэлбрейта и Ж. Бодрийяра. В этих работах даются как предпосылки возникновения данных обществ, так и анализ существующего положения вещей и прогноз развития.

Стоит отметить также, что существует комплекс философских, экономических, психологических, социологических исследований, посвященных альтернативам «обществу потребления». Здесь можно отметить «постбуржасное общество» Джорджа Литгейма, «постцивилизационное общество» Кеннета Болудинга, «пост-массконсьюмерное общество» Кана и Вейнера, «активное общество» Амитаи Этциони, «пост-дефицитное общество» Мюррея Букчина, а также труды И. Валлерстайна, С. Жижека, Ю. Хабермаса, и Р. Инглхарта.

В целом проведенный анализ работ показывает, что потребление и феномены общества потребления активно изучались и хорошо представлены в современных философских трудах, научных статьях, однако, большинство из этих работ не носят



историко-философского характера, а большинство российских исследований анализируют общество потребления только с позиций социологической науки.

**Объект и предмет исследования:** Объектом исследования являются ключевые компоненты концепта «общество потребления» в их становлении в западной философии.

Предметом исследования является как разнообразие подходов к пониманию того, чем является «потребление» в современных обществах, анализ появления и раскрытия компонентов концепта «общество потребления» в учениях представителей западной философской мысли, сравнительный анализ их взглядов на удовольствия, процесс выбора, систему ценностей.

**Цель диссертации:** выявить и проанализировать развитие компонентов концепта «общество потребления» в западной философии.

Сформулированная таким образом цель потребовала разрешения следующих **задач:**

Во-первых, необходимо было выяснить, чем является само потребление и процесс потребления для современной западной цивилизации на основе изучения основных подходов к осмыслению потребления в XX-XXI вв.

Во-вторых, необходимо было выявить специфику подхода к потреблению в различных философских течениях и школах, прояснить его аспекты.

В-третьих, прояснения требовало само освещение концепта «общество потребления» в работах социальных философов, предпосылки появления данных обществ и проблем, которые они в себе содержат.

В-четвертых, рассмотрение концепта «общество потребления» требовало анализа его дальнейшего развития и альтернатив, которые есть у социума.

**Источники исследования:** работы древнегреческих и древнеримских философов; произведения церковных деятелей, в том числе деятелей Реформации, представителей европейской этики Эпохи Просвещения; теории, сформулированные социальными

философами, экономистами, социологами, психологами и получившие развитие в к. XIX-XX вв.; творчество современных писателей; научные труды историков философии. Стоит отметить, что немногие работы современных западных авторов – исследователей общества потребления переведены сегодня на русский язык и изданы в нашей стране.

**Методология исследования:** в данном историко-философском исследовании для выполнения поставленных задач нами использовались: метод сравнительного анализа эмпирического материала для сопоставления концепций рассматриваемых нами философов и возможности построения некой типологии и метод реконструкции для аналитической интерпретации прошлой действительности, с целью историко-философского описания существенных черт и этапов эволюции компонентов изучаемого нами объекта.

**Научная новизна** исследования определяется предметом диссертационного исследования.

Во-первых, в современной российской философской мысли до сих пор недостаточно исследований, посвященных формированию общества потребления и его аспектов. Впервые в научный оборот вводится целый ряд ранее не переводившихся на русский язык источников современной западной философии, многие из которых были опубликованы в последние годы.

Во-вторых, достаточно оригинальным является поиск в учениях античных философов предпосылок формирования потребительского отношения к миру, а, следовательно, поиск компонентов концепта «общества потребления».

В-третьих, в работе мы уходим от рассмотрения феномена потребления только как феномене социологической науки, именно такой «плоский» подход зачастую используется в современных отечественных исследованиях.

**Научно-практическая значимость** философского исследования определяется тем, что полученные в ходе работы выводы представляют широкое поле для дальнейшего

исследования общества потребления и перспективы поиска альтернативных путей развития современных обществ. Кроме того, материалы исследования могут быть использованы в курсе лекций по современной западной философии, а также специальных курсах, читаемых для студентов, интересующихся темой потребления.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения и результаты по проблеме исследования обсуждались на заседаниях Кафедры истории философии и философии образования ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина». Также основные положения и выводы диссертационной работы использовались в процессе преподавания специального курса «Философия потребления» для студентов очного и заочного отделения Департамента философии ИСПН УрФУ. Кроме того, материалы данной диссертации стали основой подготовки докладов на: XI Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета (Екатеринбург, 2008), I Евразийском экономическом форуме молодежи (Екатеринбург, 2010), Всероссийской научно-практической конференции «Образование, наука, производство и управление» (Старый Оскол, 2012).

**Структура диссертации** соответствует цели нашего исследования и во многом определена его задачами. Диссертация состоит из введения, трех глав, каждая из которых включает в себя два параграфа, заключения и списка использованной литературы, включающего в себя 140 наименований, в том числе 37 источников на английском языке.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, характеризуется степень ее научной разработанности, определяются объект исследования, предмет, цели и задачи, формулируется научная новизна исследования и определяется его научно-практическая значимость.

**В Главе I «Проблема осмысления потребления в западной социально-философской мысли»** нами рассматриваются подходы к осмыслению потребления в западной социальной философии XX-XXI вв., выясняется, чем является само потребление для современной западной цивилизации. В истории западной социальной философии мы выделяем несколько подходов, которые делим на три группы: а) теории, рассматривающие потребление как индикатор социальной стратификации; б) теории, рассматривающие потребление как особый принцип, на основании которого выстраивается современный социальный порядок и в) теории, рассматривающие потребление как способ коммуникации и подчеркивающие, прежде всего, его символическую функцию. Исходя из этого деления, глава 1 состоит из трех параграфов, в каждом из которых рассматривается одна группа теорий.

В параграфе 1.1. «Теории, рассматривающие потребление как индикатор социальной стратификации» разбираются воззрения Торстейна Веблена, который в конце XIX в. предложил теорию демонстративного потребления, Георга Зиммеля, который выдвинул ряд ключевых идей по теории моды и «модного потребления» и Вернера Зомбарта, предложившего концепцию роскоши. Всех их объединяет то, что потребительские практики рассматриваются этими авторами как средства активного воспроизведения социального неравенства, потребление, таким образом, выступает у них как инструмент для разделения общества на страты, классы, сословия.

Наиболее важным в теории Т. Веблена представляется тот вывод, что индивидами постоянно движет соперничество, они находятся в состоянии постоянного сравнения своего стиля потребления со стилем потребления других индивидов, определяя через потребляемые вещи свое положение в обществе и положение окружающих, именно поэтому, в данном случае, мы можем говорить о потреблении как индикаторе социальной стратификации. При этом Т. Веблен отмечает, что цели благоприятного завистнического

сравнения себя с другими потребителями служит только (!) демонстративное потребление, то есть потребление тех товаров и услуг, которое можно выставить напоказ.

Далее нами рассматриваются взгляды Г. Зиммеля, который в качестве одной из основных сторон человеческой жизни выделял стремление индивида *подражать*. По его мнению, индивид еще на ранних стадиях развития общества стремился подражать окружающим его птицам и животным, выступающих в качестве тотема, он подражал их движениям, их поведению, старался создавать одежды, похожие на расцветку или оперение тотема. По мере отдаления от природы индивиды стали подражать друг другу: следование моде является ярким примером такого подражания. Структура потребления модных вещей в современном обществе хорошо показывает социальную структуру общества. Рост городов обеспечивает экономический подъем среднего и низшего класса, которые, в силу увеличения собственных средств, активно стремятся подражать высшим слоям, вызывая у представителей этих классов естественное желание быстрее менять моду. Стоит отметить, что «модное» потребление по-прежнему остается недоступно для большей части общества, в силу ограниченности модных вещей и ресурсов и этим самым только увеличивает свою привлекательность.

Принадлежность к моде как отличие высших слоев от низших отмечается и другим немецким социологом В. Зомбартом. Но в нашем исследовании подробно разбирается концепция роскоши, представленная этим исследователем в работе «Любовь, роскошь и капитализм». Немецкий социолог связывает стремление к потреблению роскоши с чувственным наслаждением. Отметим, что стремление к чувственному наслаждению было характерно для европейцев, уже начиная с Древней Греции, но для развития потребления предметов роскоши, по мнению В. Зомбарта, необходима активная любовная жизнь, доходящая до бесстыдства, именно это стремление, порождающее соперничество подталкивает к чрезмерным тратам тех, кто накопил богатства, а остальных заставляет

лишь подражать им. По мнению В. Зомбарта, именно стремление к потреблению роскоши содействовало развитию современного капитализма.

В параграфе 1.2. «Теории, рассматривающие потребление как особый принцип, на основании которого выстраивается современный социальный порядок» нами рассматриваются взгляды таких социальных философов как Дж. Катона, Ж. Фурастье и Дж. Гэлбрейт. Эти исследователи одними из первых постарались не только с экономических и социологических точек зрения, но и с позиции философии объяснить происходящие в обществе социальные трансформации.

Дж. Катона, например, был одним из первых, кто стал рассматривать процесс потребления не просто как покупку продукта, но и как один из принципов нового социального порядка. Он первым осознал, что поведение людей в процессе потребления имеет не только экономическую, но и психологическую основу. Дж. Катона указывал на то, что потребление – это не только покупка того или иного товара или услуги, это сложный процесс, ведущий к трансформации сознания индивидов. В обществе потребления индивид живет в рекламном пространстве. Транслируемая через средства массовой информации реклама во многом предопределяет выбор индивида, вызывая те или иные эмоции. Рекламное пространство закрывает от индивида реальный мир с его проблемами и конфликтами. Все, что происходит, рассматривается им как часть некоего ток-шоу или сериала, в котором он является только зрителем, а самый драматичный момент начнется радостная реклама, создавая впечатление, что все происходящее вокруг временно. Это наивная вера позволяет с уверенностью говорить о процессе насильственной инфантилизации человеческого сознания.

Работы другого исследователя – философа-футуролога, моралиста Ж. Фурастье – незаслуженно мало изучены в отечественной истории философии, хотя это один из наиболее влиятельных представителей западной гуманистики 50-70-х гг. прошлого века. В целом воззрения Ж. Фурастье на развитие современного общества можно определить как

оптимистичные. По его мнению, научно-технический прогресс призван изменить не только тип производства, количество производимых и потребляемых товаров, но поскольку никаких границ научного познания не существует, то развитие науки и техники дают возможность построения в будущем «научного общества», избавленного от социальных, политических, религиозных и других конфликтов и противоречий. В своих работах Ж. Фурастье выстраивал концепцию «научного общества» – нового социального порядка, неотъемлемыми атрибутами которого должны были стать массовое производство и массовое потребление, порядок, который должен был дать индивидам все необходимое, сделать их счастливыми. Важным представляется нам то, что он критически оценивал современное индустриальное общество, которое, по его мнению, не способно разрешить всех существующих социальных противоречий. Поэтому Ж. Фурастье сформулировал идею о необходимости преодоления капиталистических отношений и переходе к новому постиндустриальному обществу, свободному от условностей и ограничений предыдущих эпох. Эта идея была поддержана и развита в трудах значительного числа исследователей последующего поколения («постбуржасное общество» Джорджа Литгейма, «постцивилизационное общество» Кеннета Болудинга, «пост-массконсьюмерное общество» Кана и Вейнера, «активное общество» Амитаи Этциони, «пост-дефицитное общество» Мюррея Букчина и др.).

Потребление как особый принцип, на основании которого выстраивается современный социальный порядок, рассматривает и Джон Кеннет Гэлбрейт. Он полагает, что современный капитализм и общество потребления неразрывно связаны с развитием корпораций. Корпорации, по его мнению, устанавливают новые правила, по которым вынуждено развиваться общество; они управляют развитием общества через рекламу и другие средства массовой информации; подчинив себе медиа, они подчиняют себе человека, формируя его желания и потребности. Дж. Гэлбрейт предупреждает, что если и дальше индивид позволит корпорациям влиять на свои желания, то «экономические цели

будут неправомерно господствовать над всеми сферами нашей жизни»<sup>1</sup>. Ключевая опасность при этом кроется в том, что в такой системе индивид, по его мнению, перестает быть самостоятельным творческим субъектом, поскольку смысл его существования будет сводиться к тому, чтобы служить индустриальной системе, потребляя создаваемые ею продукты. Возможны и трансформации ценностей в обществах, где всем управляют корпорации, главным критерием достижений общества будет не уровень культурного развития и даже не уровень научно-технического прогресса, а уровень потребления.

Дж. Гэлбрейт убежден, что современный капитализм, оплотом которого являются корпорации, заинтересован в сохранении такого положения вещей. Более того, посредством продвижения через масс-медиа новых добродетелей, нового понимания «счастья», капиталистические корпорации все активнее делают потребление основным смыслом человеческой жизнедеятельности.

В параграфе 1.3. «Теории, рассматривающие потребление как способ коммуникации и подчеркивающие его символическую функцию» нами рассматриваются взгляды Г. Маркузе, Ж. Делеза и Ж. Бодрийяра. В их работах потребление становится звеном в цепи широкого символического обмена, который включает в себя всех членов общества.

Неофрейдист и неомарксист Г. Маркузе говорит о том, что современное общество предстает для него обществом «одномерного человека». Это «одномерное общество» стало возможным, по его мнению, благодаря «новым формам социального контроля»: массовой культуре и рекламе, которые, производя новые потребности, объединяют людей вокруг потребления. В таком обществе истинные потребности уступают место ложным – «расслабляться, развлекаться, потреблять и вести себя в соответствии с рекламными образцами, любить и ненавидеть то, что любят и ненавидят другие»<sup>2</sup>. В современном

---

<sup>1</sup> Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Транзиткнига»; СПб.: Terra Fantastica, 2004. С. 25

<sup>2</sup> Маркузе Г. Одномерный человек. С. 8 URL: [http://www.bim-bad.ru/docs/markuze\\_odnomerny\\_chelovek.pdf](http://www.bim-bad.ru/docs/markuze_odnomerny_chelovek.pdf) (дата обращения: 05.09.12)



мире, по мнению Маркузе, индивиды очень сильно привязаны к вещам, которые становятся символами их принадлежности к обществу, своеобразными «якорями», которые фиксируют их положение в постоянно изменяющемся мире, индивиды привязываются к обществу, лишь растворившись в вещах. Таким образом, согласно Г. Маркузе, объединяя индивидов вокруг себя, потребление конструирует особое социальное пространство, в котором индивид «растворяется» в мире вещей и подобных ему.

Еще больше чем у Г. Маркузе, символическая роль потребления была обозначена в работах постмодернистов. Одним из главных критиков существующего устройства капиталистического общества был французский постмодернист Ж. Делез. Во многих своих работах Ж. Делез совершенно сознательно бросает вызов современному обществу потребления, выступая против устоявшегося в обществе мнения о позитивности прогресса и успешности развития западного социума. В современном обществе, по мнению Ж. Делеза, власть стремится контролировать и желания, и наслаждения индивида, предлагая определенный код полноценности, таким образом, определяя дальнейший путь развития как отдельного индивида, так и всего социума. Результатом этого становится лишение индивида свободы, его жизнь подвергается жесткому детерминированию теми знаковыми структурами, кодами, которые задаются масс-медиа. Ж. Делез прогнозирует переход к обществам нового типа – «обществам контроля». Дисциплинарные общества индустриальной эпохи, в которых индивид перемещался из одного «пространства заключения» в другое – из семьи в школу, из школы в армию, из армии на завод и т.д., вытесняются обществом контроля, которое путем «символического порабощения» устанавливает свою власть. Он описывает общества контроля как социумы, в которых верховенство власти принадлежит уже не государствам, которые не состоянии контролировать людей, а корпорациям, которые являются надправительственными. Взаимодействие между индивидами в таком обществе основывается не на знании, доверии или существовании тех или иных документов, теперь важность приобретают

символы, коды, шифры, которые позволяют современному индивиду, подобно его первобытным предкам, идентифицировать окружающих по принципу «свой – чужой». Таким образом, современное общество, которое Ж. Делез называет обществом контроля, можно обозначить как общество кода или общество знака, убивающего желания. Подавление желаний индивида не происходит как спонтанный или случайный процесс, он происходит во благо корпораций, бесконечная работа и развитие которых обеспечивается постоянно нарастающими объемами потребления.

Постмодернист Ж. Бодрийяр, выводя свою концепцию современного общества – общества потребления – из идеи безграничной власти симулякра, наделял потребление не просто символическим, но, в некотором роде, магическим смыслом. Анализ отношения человека к вещам, человека к человеку в современном мире и проблемам, вытекающим из такого отношения, посвящено немало работ французского мыслителя, обозначим здесь лишь основные – «Система вещей» (1968), «Общество потребления» (1970), «Соблазн» (1979), «В тени молчаливого большинства...» (1982), «Америка» (1986), «Прозрачность зла» (1990).

У Ж. Бодрийяра потребляемые предметы перестают быть традиционными «вещами-символами», опосредовавшими собой некие реальные отношения или житейские ситуации, они превращаются в знаки, в итоге предметы потребления образуют собой некий «идеалистический словарь знаков», а само потребление выступает у французского постмодерниста не как процесс удовлетворения потребностей, но как деятельность систематического манипулирования знаками. Все это ведет к коренному изменению образа жизни современного индивида, а, самое главное, к изменению человеческих отношений, становясь более материальными, они «оказываются отношениями потребления, то есть имеют тенденцию «потребляться» (в обоих смыслах глагола *se consommer* – «осуществляться» и «уничтожаться») в вещах и через вещи»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: издательство «Рудомино», 1999. С. 215

Как отмечает Ж. Бодрийяр, в обществе потребления индивиды уже больше не соперничают друг с другом в обладании благами, они самореализуются в своем потреблении, каждый сам по себе. Общество потребления впервые в истории дает человеку возможность раскрыть и раскрепостить себя, система потребления в современном мире через новый язык и группу знаков образует целую новую культуру – потребительскому «нигилизму» противопоставляется «новый гуманизм» потребления, но индивиду лишь кажется, что его выбор свободен.

Таким образом, на основании рассмотрения подходов и теорий Т. Веблена, Г. Зиммеля, В. Зомбарта, Дж. Катона, Ж. Фурастье, Дж. Гэлбрейта, Г. Маркузе, Ж. Делеза и Ж. Бодрийяра становится очевидным разнообразие взглядов и идей, существующих сегодня в европейской социально-философской мысли по поводу трактовки и определения самого феномена «потребления». Неоднозначность восприятия данного феномена, не отменяет той важности, которую данный феномен имеет в современной европейской культуре. Сравнительный анализ работ, приведенных в этой части нашего исследования, представляется нам важным, поскольку позволяет раскрыть существующие противоречия, присущие рассмотрению потребления в рамках европейского философского знания в XX-XXI вв.

**В Главе II «Формирование ценностей и компонентов Общества потребления в доиндустриальную эпоху»** нами реконструируются те компоненты концепта «общества потребления», которые были раскрыты в трудах античных философов (Аристипп, Эпикур, Сенека, Марк Аврелий), средневековых христианских мыслителей (Фома Аквинский), деятелей церковной Реформации (Мартин Лютер, Жан Кальвин), а также представителей английской этики Эпохи Просвещения (Томас Гоббс, Джон Локк, Бернард Мандевиль и др.).

В параграфе 2.1. «Греческая культура как хвалебный гимн счастливому наслаждению жизнью. Реанимация чувственных удовольствий» нами рассматриваются взгляды древнегреческих и древнеримских философов, которые легли в основу современного гедонизма и капитализма.

Основы гедонистической философии были заложены в учениях Аристиппа и Эпикура. Главная заслуга Аристиппа в том, что он порвал с традицией, когда стремление к удовольствиям рассматривалось как в значительной степени иррациональное влечение, и как то, что подрывало разумную жизнь жителей греческих полисов. Учение Аристиппа позволило открыто признавать ценность получения удовольствий и сконцентрировать свое внимание на возможности управления своими желаниями в реальном времени. Как и у Аристиппа, этика Эпикура покоится на положении, что для индивида первым и прирожденным благом, началом и концом счастливой жизни является удовольствие. Но Эпикур, бесспорно, также дополнил и изменил учение киренаиков. Эпикур в основном развивает психологический гедонизм, но с элементами гедонизма этического. Психологический гедонизм учит, что каждый индивид при принятии решения должен выбирать такой вариант, который принесет ему удовольствие и поможет избежать боли. Этический гедонизм же есть теория, согласно которой каждый индивид не только фактически стремится к удовольствиям, но и должен к ним всегда стремиться, поскольку удовольствие есть единственное благо и ничего не должно останавливать на пути к нему (трудности, опасности, возможные последствия в будущем и т.д.). Главную ценность для нашего исследования имеет мысль Эпикура о том, что удовольствие, выбранное разумом, должно являться отправной точкой любого человеческого выбора или отказа от чего-либо – индивид в своем выборе должен ориентироваться на разум, чтобы погасить чувство собственного недовольства: стремиться к еде, когда голоден, к теплу – когда ему холодно, искать лекарства – когда болен.

Далее в нашем исследовании рассматривается наиболее популярное в эпоху раннего капитализма этическое учение Античности – стоицизм. Пять главных добродетелей стоицизма, встречающихся в работах Сенеки и Марка Аврелия – рассудительность, мужество, справедливость, благоразумие, воздержанность – были широко восприняты ранними капиталистами и легли в основу новой, только зарождающейся, буржуазной морали. Эти пять главных добродетелей стали также основой протестантской этики и прочно вошли в культуру Западной Европы.

Не стоит, однако, переоценивать влияние стоицизма на формирование ранней капиталистической этики. Перенимая отдельные этические взгляды, ранние капиталисты не принимали системы стоической философии как целое и не развивали из стоицизма свои логические воззрения. Философия Поздней Стои рассматривалась в утилитарном смысле, а отдельные воззрения, выхваченные капиталистами вне их связи с целым, превращали любой трактат стоиков в утилитарно-рационалистический.

В параграфе 2.2 «Рождение ценностей раннего капитализма в лоне церкви и Реформация» нами подробно рассматриваются взгляды Фомы Аквинского, а также самых видных деятелей Реформации Мартина Лютера и Жана Кальвина.

В нашем исследовании мы берем ту часть этического учения Фомы Аквинского, которая посвящена удовольствиям, особенно удовольствиям чувственным. Именно Фома Аквинский актуализирует тему чувственных удовольствий в XIII веке, сумев сочетать строгие рамки стремления индивида к Богу, с одной стороны, и необузданной страсти к *dolce vita*, с другой. Удовольствие приобретает позитивный оттенок в учении томизма, а отсутствие способности испытывать удовольствие, признается, скорее, признаком ущербности существа, пороком. Именно поэтому Фома Аквинский критикует, например, тех, кто избегает игр, чтобы отдохнуть, снять духовное напряжение и восстановить способности к решению новых задач, в противоположность, называя веселый нрав –

добродетелью<sup>1</sup>. Фома Аквинский полагал, что удовольствие не есть конечная цель любого существа, и счастье не в богатстве, почестях, известности, славе, власти или в любых окружающих нас объектах. Однако все это способствует достижению счастья, так как, обладая этим, индивид может сосредоточиться на созерцании истины и, в первую очередь на Боге (таким образом, Фома Аквинский подчеркивает немаловажность богатства для добродетельной жизни). Для того чтобы не вредить, стремление к наслаждению, к чувственным удовольствиям должно полностью совпадать со стремлением к добру, а желание его получить мотивировать на совершение благих поступков. Фома Аквинский вернул моральное право получать чувственные наслаждения во имя добра.

Однако чем активнее развивались капиталистические отношения, чем прочней становился класс капиталистов и чем больше они чувствовали свое превосходство над старыми феодалами-землевладельцами, тем интенсивнее в европейских странах формировался спрос на новые этические принципы, с одной стороны, идеологически и концептуально связанные с прошлой христианской этикой, с другой стороны, ставившие бы во главу угла именно капиталистические добродетели и образ жизни. И новая этика появилась благодаря Реформации.

В эпоху Реформации произошло коренное преобразование человеческого мировоззрения. Мартин Лютер заложил основы массового индивидуализма, в основе которого лежит свобода выбора – каждый волен делать все, что он пожелает, если это не мешает его вере в Бога, если это отвлекает его от страстей. Верующему не нужны никакие ограничения, рамки, правила, если его вера сильна, а значит, каждый в состоянии отказаться от ранее заведенного порядка для изменения своей жизни. Это значит, во-первых, что этикой Реформации снимались всякие запреты (социальные, политические, этические и др.) на труд и на использование платы, полученной за свой труд; во-вторых, по сути, богоугодным объявлялось стремление создавать возможности для реализации

---

<sup>1</sup> *Фома Аквинский. Сумма теологии, II-II, 168, 3*

права на труд, то есть создавать производства, рабочие места. Жан Кальвин выступал за рациональные и осознанные удовольствия, он лишь просил следовать тому набору ценностей, который позволял ежедневно улучшать себя, бороться с тщетной суетой и искоренять в себе пороки.

Однако и Мартин Лютер, и Жан Кальвин не признавали счастье человека главной целью жизни, она была по-прежнему неизменной – служение Богу, только теперь с еще большим трепетом и усердием, то есть человек, освободившись от оков института церкви, был сильнее скован оковами непосредственного служению Богу. Они заложили основание установки, согласно которой человек понимался лишь как средство для реализации интересов церкви, государства, корпорации.

В параграфе 2.3 «Вопрос о личном и общественном процветании в английской философии Эпохи Просвещения» разбирается философская легитимизация институтов, ставших основой современного капитализма.

Во-первых, здесь стоит отметить вклад, который внесли учителя естественного права Т. Гоббс и Дж. Локк. Именно в их работах закрепляется право человека приобретать хорошие вещи на деньги от своего труда и требовать от государства защиты своей приобретенной собственности. У Т. Гоббса удовольствие от приобретенных вещей получает позитивную характеристику, он утверждает, что удовольствие – это движение, действие, энергия, и, следовательно, прогресс, он в целом оправдывает удовольствие, если только стремление к нему не нарушает 19 естественных законов, сформулированных им. В целом Т. Гоббс способствовал дальнейшему развитию европейской традиции оправдания рационализированного желания, а также, отмечая позитивное значение соревнования, оправдывал становление капитализма с конкурентной рыночной экономикой. Большая часть его нашла отражение в работах Дж. Локка, еще одного великого учителя естественного права. Дж. Локк делает понятие *собственности* одним из основных в своем политическом учении. Он различает присвоение собственности в

обществе до образования государства (когда люди находятся в естественном состоянии) и после образования государства. В первом случае, естественный закон, согласно Дж. Локку, гласит, что человек вправе присваивать своим трудом все те вещи, которые полезны или могут стать полезными для него, но он не вправе присваивать вещи, которые из-за его присвоения перестали бы быть полезными. Во втором – человек в гражданском обществе вправе приобретать столько всяческой собственности, и в особенности столько денег, сколько ему угодно, «даже запрет естественного закона на расточительность больше не действителен в гражданском обществе»<sup>1</sup>, - полагает Дж. Локк.

Наиболее интересными для нашего исследования представляются воззрения Б. Мандевиля. В самом известном его произведении «Басня о пчелах» рассказывается про пчелиное общество, в котором «каждая часть улья была исполнена пороков». Миллионы пчел были заняты тем, что удовлетворяли тщеславие и амбициозные запросы других пчел, занятых только потреблением продуктов труда первых. Несмотря на то, что пороков в этом обществе было множество, все наслаждались счастливой жизнью, а общество процветало. «Обман, роскошь и тщеславие должны существовать, ибо мы получаем от них выгоды»<sup>2</sup>, - утверждает Б. Мандевиль. В своей «Басне» Б. Мандевиль ставит проблему выбора между добродетельностью и процветанием общества: одновременно то и другое невозможно, если общество хочет сохранить добродетель, то необходимо, чтобы люди довольствовались своим бедственным положением и трудились, если же люди захотят жить в свое удовольствие, наслаждаться роскошью и богатствами, то добродетельная жизнь окажется невозможной. Главный тезис Б. Мандевиля – у человека эгоистическая природа, исключая добродетельные действия или поступки, совершаемые без всякого расчета или корысти, поэтому, всякое стремление к заботам о пользе общества, всякое пожертвование личными интересами ради всеобщего благополучия, по его мнению, есть притворство.

---

<sup>1</sup> Штраус Л. Естественное право и история. – М: Водолей Publishers, 2007. – С. 231

<sup>2</sup> Мандевиль Б. Басня о пчелах. – М: Мысль, 1985. – С. 63



Анализируя идеи мыслителей, разобранных в этой части нашей работы, реконструируя, на основе материалов, полученных из философских источников, ключевые компоненты концепта «общества потребления» – процесс максимизации легитимных удовольствий и капиталистическое мироустройство – мы смогли проследить трансформацию этих компонентов в разные историко-философские периоды.

### **В Главе III «Окончательное формирование концепта «общество потребления».**

**Поиск альтернативы»** мы анализируем окончательное формирование этики «потребительского капитализма» за счет трансформации традиционных европейских ценностей, которая стала возможной благодаря появлению философии утилитаризма (в Европе) и прагматизма (в Соединенных Штатах Америки). Вульгаризация данной философии способствовала переосмыслению ценностей западной культуры – соединение личной и общественной пользы через потребление, путь к счастью через приобретение стали нормально воспринимаемой действительностью, а дальнейшие манипуляции производителей по привлечению потребителей сформировали особую социальную реальность, в которой потребление приобретало некую символическую и даже магическую функцию. В этой же части нашей работы мы подробно разбираем (опираясь на материал неотрейдицистской и постмодернистской философии) те проблемы, которые несет в себе концепт «общество потребления», а также рассматриваем возможные альтернативы обществу потребления, встречающиеся в современных социально-философских источниках.

В параграфе 3.1. «Поиск счастья как предельной полезности вещей через призму утилитаризма» мы рассматриваем продолжение развития в европейской мысли тех идей, которые были сформулированы Т. Гоббсом и Дж. Локком. Эти идеи получили продолжение во многом благодаря философии утилитаризма и трудам наиболее видных деятелей классического утилитаризма – И. Бентама, Дж. С. Милля и Г. Сиджвика.

По мнению И. Бентама, каждый индивид определяет свое поведение на основании собственного опыта, при этом, исходя из своего опыта, индивид имеет собственное представление о полезности тех или иных предметов и движим своим личным корыстным интересом, но разум подсказывает, что индивид должен соотносить свои интересы с интересами общества. Что же такое в этом случае интерес общества, по мнению, И. Бентама? – «Сумма интересов отдельных членов, составляющих его»<sup>1</sup>. Мотивы человеческих поступков оцениваются И. Бентамом исходя из того влияния, которое они оказывают на интересы других членов общества. Он выделяет три группы: общественные (*social*), необщественные (*dissocial*) и личные (*self-regarding*). В своей работе «Введение в основания нравственности и закона» И. Бентам выделяет 14 видов удовольствий, среди них удовольствие богатства он ставит на второе место. При этом нам кажется важным отметить, что под удовольствием богатства он понимает не только удовольствие владения, но и удовольствие прибыли или приобретения вещи.

Продолжателем идей И. Бентама и тем, кто ввел термин «утилитаризм» во всеобщее употребление, стал британский философ и экономист Дж. С. Милль. Утилитаризм, как определяет его Дж. С. Милль в своей работе, «теория, согласно которой действия являются правильными в той мере, в какой они способствуют счастью и неправильными, в той мере, в какой они уводят от счастья»<sup>2</sup>. Дж. С. Милль призывает при выборе руководствоваться принципом полезности, так как это приносит удовольствие и освобождает от страданий и боли. Но «полезными» являются не всякие действия, направленные на удовлетворение интересов индивида, а только те, которые, во-первых, основаны на постоянных интересах индивида, а не сиюминутных, а, во-вторых, согласуются с общественной пользой. По мнению Дж. С. Милля, необходимо обходить стороной низкие и мелкие удовольствия, недостойные человека. При этом, развивая систему И. Бентама, он никогда не противоречил тому, что удовольствия богатства весьма

---

<sup>1</sup> Бентам И. Введение в основания нравственности и законодательства. – М.: Изд-во «Российская политическая энциклопедия», 1998. – С. 10-11

<sup>2</sup> Mill J.S. Utilitarianism//The Ethics of John Stewart Mill. – London: William Blackwood and Sons, 1897. – p. 89

важны для индивидов (особенно удовольствие приобретения), ведь нравственность не запрещает потреблять, более того, потребление развивает производство и торговлю, а, следовательно, ведет к преуспеванию и благосостоянию общества. Дж. С. Милль отмечал, что для прогрессивного развития общества необходимо развитие в индивиде личных качеств, которыми обладали представители раннего капитализма, которые пропагандировали отцы Реформации и которым учил его отец – трудолюбие, честность, справедливость, благоразумие, умственная деятельность, предприимчивость и мужество.

Последним представителем утилитаризма XIX в. был один из самых влиятельных этических философов викторианской эпохи британец Г. Сиджвик. Своей целью он видел ответ на вопрос: «Способна ли этика предложить такую концепцию морали, которую смог бы принять каждый мыслящий индивид?». Он выдвигает три вида конечных оснований действий индивида: 1) счастье или удовольствие (под «удовольствием» Г. Сиджвик понимает то чувство, которое испытывает индивид, когда получает то, что, по крайней мере, принимается им за желаемое или (в случае сравнения) за предпочтительное), 2) совершенство и 3) долг. Эти различные основания, в свою очередь, определяют три основных этических метода: интуитивизм, эгоистический гедонизм и утилитаризм (универсальный эгоизм). Наибольшее развитие в современных обществах получил, по его мнению, эгоистический гедонизм, который опирается только на личное счастье. Г. Сиджвик выделял несколько источников счастья: «здоровье, богатство, дружба и семейные связи, известность и социальное положение, власть, интересное и благоприятное окружение и развлечения, в том числе удовлетворение любви к знаниям»<sup>1</sup>. Он отмечал, что одним из важных источников счастья в современном обществе признается богатство: большинство членов общества именно на получении его концентрируют свое внимание, жертвуя своим здоровьем, отказываясь от многих других

---

\* Под «удовольствием» Г. Сиджвик понимает то чувство, которое испытывает индивид, когда получает то, что, по крайней мере, принимается им за желаемое или (в случае сравнения) за предпочтительное.

<sup>1</sup> *Sidgwick H. The Methods of Ethics*. URL: <http://www.earlymoderntexts.com/pdf/sidgmeth.pdf> (дата обращения: 02.02.2012), p. 70

удовольствий, которые дает им жизнь. Но вместе с тем, Г. Сиджвик, отмечая существующее положение дел, полагал, что эгоистический гедонизм не может стать методом для построения этической системы, которую бы приняли все (такой системой ему видится «утилитаризм», понимаемый им как «универсальный гедонизм»).

Философия утилитаризма сыграла очень важную роль в становлении общества потребления на рубеже XIX-XX вв., тематика «погони за счастьем», актуализированная работами И. Бентама, Дж. С. Милля и Г. Сиджвиком и продолженная в работах американских прагматистов, стала одной из основных не только в философских, экономических и социологических кругах, но и получила широкое освещение в массах. Утилитарно-прагматистская ориентация и образ жизни, направленный на максимизацию личного и общественного счастья стали основой развития западной цивилизации в XX веке. А СМИ подхватили тему и, первоначально, в интересах государственной политики, а затем и частных компаний и корпораций убеждали индивидов, что самый лучший и правильный способ согласования личного и общественного счастья – потребление, причем активное и постоянное.

В параграфе 3.2. «Постиндустриальная эпоха. Оценка проблем общества потребления психоанализом и постмодернизмом» анализируется рассмотрение проблемного поля общества потребления в философских работах представителей психоанализа и постмодернизма. Проблемы фиксируются, во-первых, в работах Э. Фромма, во-вторых, в работах Ж. Бодрийяра. Именно эти авторы сумели, на наш взгляд, наилучшим образом уловить те трансформации, которые происходят с индивидом (в плане его отношений с самим собой, другими индивидами, социумом в целом) в обществе потребления.

Неофрейдист Э. Фромм отмечал невозможность индивиду обрести душевное равновесие и раскрыть весь свой потенциал в современных обществах; причину этого он видел, прежде всего, в характере современного человека, который определяется

«рыночной ориентацией». Чтобы понять природу рыночной ориентации необходимо принять во внимание экономическую функцию рынка в современном обществе – рынок не только задает модель данной ориентации характера, но и является основой и главным условием ее развития у современного индивида. Фромм отмечает, что «успех зависит, по большей части, от того, насколько хорошо человек умеет продать себя на рынке, насколько хорошо он умеет подать себя, насколько привлекательна его "упаковка"; насколько он "бодр", "крепок", "энергичен", "надежен", "честолюбив"; к тому же, каково его семейное положение, к какому клубу он принадлежит, знает ли он с нужными людьми»<sup>1</sup>. Современный человек ощущает себя вещью, которая должна найти удачное применение на рынке, он имеет единственную цель – продать себя на рынке по наивысшей цене, не случайно Э. Фромм называет индивида «говорящей вещью». Первым, кто представил индивида как товар, который продает себя работодателю, был К. Маркс. Переложив на ситуацию современности, соединив марксизм с фрейдизмом, Э. Фромм распространил это представление на все стороны человеческой жизни, отныне индивид выступал в любых отношениях как товар, который в обязательном порядке должен был обладать определенными атрибутами, подчеркивающими его полезность и общественный статус.

Постмодернист Ж. Бодрийяр отмечает, что современный потребитель уже принимает как должное бесконечное принуждение его к покупкам, он вынужден покупать, чтобы общество могло дальше производить. В свою очередь общество взамен обязуется обеспечить его работой, чтобы он мог покупать вновь и вновь. «Производство» предлагает индивиду жизнь в обществе «всеобщего благоденствия», предлагает миф о магической возможности общества сделать индивида счастливым незамедлительно – предоставляя возможность немедленного удовлетворения своих желаний. Ж. Бодрийяр характеризует современную культуру как культуру доступности, демонстративности и

---

<sup>1</sup> Фромм Э. Человек для себя // Бегство от свободы; Человек для себя. – Мн.: ООО «Попурри», 1998 – С. 456

непристойности: доступность убивает возникновение новых желаний; демонстрация подчеркивает, что нет в современном мире иного бытия, кроме «бытия на виду»; непристойность становится главным инструментом социализации общества потребления. Ж. Бодрийяр в своей работе «Общество потребления» уделяет много внимания проблеме конструирования реальности силами масс-медиа. В современном обществе, отмечает он, ценностная система координат индивида, задаваемая культурой, меняется на некий код, который транслируется через масс-медиа, а затем успешно ретранслируется внутри сообществ. С помощью масс-медиа индивидам передается тщательно сконструированная виртуальная реальность, которая позволяет легко обновлять им свои познания и свои умения, приобщаться к культуре. Но в таких обществах человек чувствует себя одиноким, словно он оказывается брошен в самое сердце пустыни. Переосмысление одиночества постмодернизмом показывает, что единственным выходом для преодоления одиночества современного человека, является переосмысление как самих знаков, которые несет современная культура, посредством масс-медиа, так и их восприятия индивидом, переход образа жизни индивида от «подражающего» к «творческому», включение рядового члена общества в процесс формирования новых культурных объектов и ценностных ориентаций.

Негативная оценка общества потребления, которая дана в работах Э. Фромма и Ж. Бодрийяра предупреждает о том, что путь, который выбран сегодня западной цивилизацией в качестве основного пути развития, ведет в тупик. Анализ «доступной» и «непристойной» современности, который мы встречаем в работах данных авторов, вынужденно подталкивает нас к поиску выхода из этого тупика, к поиску новых подходов к ведению нашего хозяйства, развития нашей экономики и, конечно, к поиску новых типов отношений между индивидами.

В параграфе 3.3. «Преодоление проблем общества потребления. Поиск альтернативы» нами разбираются две «разнополярные» теории преодоления проблемного поля общества потребления, способные, по мнению их авторов, преодолеть кризис.

Р. Инглхарт, предложивший теорию пост-материализма, считает, что возможно дальнейшее развитие в рамках капиталистической парадигмы, что трансформация ценностей происходит естественным образом в экономически развитых обществах, где индивиды ощущают больший уровень безопасности по сравнению с предыдущими поколениями и своими соседями. Р. Инглхарт связывает возникновение материалистической системы ценностей, поощрявшей экономическое накопление, с промышленной революцией, но отмечает, что несмотря на широкое внедрение в индустриальном обществе новых технологий машинного труда, новых методов организации производства, в XVII-XIX вв. и на протяжении значительной части XX в. большинство европейцев чувствовало необходимость бороться за свою экономическую безопасность. Р. Инглхарт не отрицает, что и в современном обществе экономическая безопасность желанна, но он подчеркивает, что она перестала быть синонимом счастья. Переход к «постматериальным» ценностям, по его мнению, не означает аскетизм и отказ от развития капитализма, более правильно считать, что это «переход от ценностей выживания к ценностям самовыражения»<sup>1</sup> и связан он не с отказом от достижений индустриального общества, но с появлением новых постиндустриальных обществ. В своей работе «Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества» Р. Инглхарт прогнозирует культурные изменения, которые будут происходить в пост-материалистических обществах. В целом важным представляется замечание Р. Инглхарта о том, что сдвиг от традиционных ценностей к «постматериальным» ведет к постепенному разрушению многих ключевых институтов индустриального общества, а вместе с ними разрушается и сам концепт индустриального общества потребления, переосмысливаются его проблемы.

Другой взгляд на проблему преодоления проблем общества потребления предлагает один из ведущих представителей современной «левой» мысли И. Валлерстайн.

---

<sup>1</sup> Вельцель К., Инглхарт Р. Развитие и демократия: что мы знаем о модернизации//Журнал «Университетская трибуна», №1, 2011. – С. 48

Современную систему общества И. Валлерстайн называет «капиталистической мирэкономикой», эта система зародилась в Европе в XVI веке, а затем распространилась по всему миру. Он отмечает, что своеобразной идеологией капитализма является европейский универсализм, вера в то, что «только европейская цивилизация, восходящая к античному греко-романскому миру способна создать современность»<sup>1</sup>, сама «современность» есть набор всевозможных обычаев, норм и практик, развившихся в капиталистической мирэкономике. Ценности европейской цивилизации, таким образом, становятся всеобщими, так как все хотят быть «современными», а значит, следование им это уже не просто моральное благо, но историческая необходимость. Мировое потребление, отмечает И. Валлерстайн распределено неравномерно, как между странами, так и в пределах одной страны, это обеспечивает огромный разрыв между развитыми обществами и развивающимися. По мнению И. Валлерстайна, в условиях существования такого неравенства и изменений, которые происходят в мире, необходима «поддержка сил, готовых разрушить существующее неравенство и способствовать созданию более демократического, эгалитарного мира»<sup>2</sup>.

И. Валлерстайн отмечает, что современное человечество находится на развилке, есть два пути преодоления проблем современного общества потребления: первый – создание некапиталистической авторитарной миросистемы, которая будет использовать силу и обман, чтобы дать возможность увеличивать неэгалитарное потребление; второй – изменение цивилизационных ценностей современных обществ («Для некоторой части мирового населения, это означает, что их дети будут “потреблять” меньше, для других – они будут “потреблять” больше»<sup>3</sup>). Именно второй путь И. Валлерстайн представляет как наиболее демократичный и правильный в современном мире.

---

<sup>1</sup> Валлерстайн И. Европейский универсализм: риторика власти//Журнал «Прогнозис: журнал о будущем», №2, 2008. – С. 24

<sup>2</sup> Валлерстайн И. Ни патриотизм, ни космополитизм//Журнал «Логос», №2, 2006. – С. 127

<sup>3</sup> Wallerstein I. Austerity – At whose cost? URL: <http://www.iwallerstein.com/austerity-cost/> (дата обращения: 02.02.2013), пер. А.О. Ланцева



Таким образом, рассмотрев историю формирования компонентов концепта «общество потребления» в индустриальную и постиндустриальную эпохи, представленную в работах утилитаристов, представителей школы психоанализа и постмодернизма, можно обозначить особые черты и отметить промежуточный итог эволюционного развития данных компонентов. Стремление к удовольствиям, выросшее в античной греческой философии и выраженное в учениях Аристиппа и Эпикура, первоначально представляло собой реабилитацию тела перед невинной душой. Переродившись в лоне английского Просвещения, удовольствие стало необходимостью, правда, его стоило выбирать самому и согласовывать с интересами общественными. В индустриальную эпоху вновь происходит переосмысление удовольствия – одним из главных становится удовольствие приобретения, при этом оно отвечает всем необходимым требованиям, которые предъявлялись к удовольствию различными этическими философами: оно приносит радость, а не страдание, оно приносит моментальное удовлетворение, как от покупки, так и от обладания (а кредитная система делает это удовольствие очень доступным), оно сочетает в себе как личную, так и общественную пользу и т.д. С течением времени происходит и трансформация капитализма, того общественного строя, благодаря которому только и стало возможным становление и такое интенсивное развитие индустриального общества. Стоические добродетели, заложенные в основу раннего капитализма – рассудительность, мужество, справедливость, благоразумие, и воздержанность, в современном мире подменяются способностью вести хозяйство, то есть правильно (а, значит, много и часто) приобретать необходимые товары и услуги. Современное общество провозглашает доступность, демонстративность и непристойность тремя «китами», на которых держится вся современная культура, пронизанная потреблением. Само общество потребления представляется возвращенным на идеях, которые питают западную философскую мысль, начиная с Античности. Нам видится перспективным поиск предпосылок появления

общества потребления в западной культуре именно в учениях Древней Греции и Древней Риме, а также в томизме. Именно возвращение к изначальным смыслам ценностей, провозглашенным в этих учениях, может стать ключом к решению тех, прежде всего, этических и нравственных проблем, а вслед за этим и многих других проблем, которые есть в современном обществе.

В **заключении** подведены итоги исследования и сформулированы следующие выводы:

1. «Потребление», которое первоначально представляло собой феномен, изучаемый в рамках политической экономии, начиная с к. XIX- нач. XX века приобретает новые смыслы в рамках других наук и, прежде всего, социальной философии. Историко-философский анализ работ этого и более поздних периодов, посвященных проблематике потребления, позволяет говорить о том, что именно в рамках социальной философии рождается понятие «общество потребления», представляющее собой характеристику современного западного общества, в котором потребление играет ключевую роль, проникая во все сферы деятельности индивида, в том числе трансформируя его приемы коммуникации с другими индивидами.

2. «Общество потребления» представляет собой концепт, то есть взаимосвязанные идеи и установки, имеющие внутреннюю объективную логику и саморазвивающиеся в истории западной философии, начиная с Античности. Данный концепт тесно связан с решением таких вечных философских вопросов, которые волновали мыслителей разных исторических периодов – поиск счастья; поиск места человека в мире, в обществе; поиск смысла человеческого существования и предназначения человека.

3. Поиск компонентов, составляющих концепт «общество потребления», в античной философии и анализ их дальнейшего непрерывного развития в разные историко-философские периоды, позволяет нам говорить о том, что появление существующего

социального порядка в современном обществе потребления носит не революционный, а эволюционный характер.

4. Анализируя историко-философские источники западной философии разных периодов, мы отметили склонность к изменчивости, постоянной трансформации компонентов концепта «общества потребления». Это характеризует само общество потребления как динамическую систему, саморазвитие которой вызывается внутренними противоречиями. Данные противоречия становятся базой для выработки альтернативных философских подходов к вопросу развития современных обществ и разрешения проблем, связанных с потреблением.

Основное содержание работы отражено в следующих **публикациях** автора:

Статья в рецензируемом научном журнале, рекомендованном ВАК:

1. *Ланцев А.О.* Диагноз психоанализа: неплодотворность рыночной ориентации [Текст] / А.О. Ланцев // Известия Уральского государственного университета. Серия 3. Общественные науки – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2011. – №3(94). – С. 143-147. – 0,3 п.л.

Другие публикации:

2. *Ланцев А.О.* Вызовы мультикультурного общества: взгляд на проблему идентичности [Текст] / А.О. Ланцев // Современная Россия: путь к миру – путь к себе. Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета / Под ред. Л.А. Закса, Л.А. Мясниковой, А.П. Семитко – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2008. – Т. 1. – С. 162-165. – 0,1 п.л.

3. *Ланцев А.О.* «Человек одинокий». Переосмысление в контексте постмодернизма [Текст] / А.О. Ланцев // Миссия молодежи в науке. Материалы научно-практической конференции / Под ред. Е.А. Жигало. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2012. – Т. 2. – С. 424-426. – 0,1 п.л.

4. *Ланцев А.О.* Дети общества потребления [Текст] / А.О. Ланцев // «Образование, наука, производство и управление» (сборник научных и научно-методических докладов всероссийской научно-практической конференции преподавателей, сотрудников и аспирантов с международным участием) / Под ред. С.Х. Абсатарова, В.П. Соловьева, В.И. Авдеева – Старый Оскол: СТИ НИТУ «МИСиС», 2012. – Т. 5. – С. 37-40. – 0,25 п.л.

5. *Ланцев А.О.* Стремление человека стать «вещью». Оценка психоанализа [Текст] / А.О. Ланцев // «Образование, наука, производство и управление» (сборник научных и научно-методических докладов всероссийской научно-практической конференции преподавателей, сотрудников и аспирантов с международным участием) / Под ред. С.Х. Абсатарова, В.П. Соловьева, В.И. Авдеева – Старый Оскол: СТИ НИТУ «МИСиС», 2012. – Т. 5. – С. 41-43. – 0,25 п.л.