

## Соціальна філософія і філософія історії

УДК 130.12+316.3

Ю. Ю. БРОДЕЦКАЯ<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Национальная металлургическая академия Украины (Днепропетровск), эл. почта brodezkaja\_yulij@mail.ru, ORCID 0000-0001-9186-0767

### ПРАКТИКИ ДЕФОРМАЦИИ ЦЕЛОСТНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ: ОБЪЕКТИВАЦИЯ ЖЕЛАНИЙ КАК НАСЛЕДИЕ ЦИВИЛИЗАЦИОННОГО ПРОГРЕССА

**Цель.** Фокус исследования сосредоточен на анализе феномена социальной целостности и практиках его деформации в современном обществе. Характер социальности современной эпохи указывает на те глубинные проблемы и противоречия, которые актуализируют вопрос о ее возможности. Культурный кризис, духовный вакуум, актуализация экзистенциальных проблем современного человека заставляют обратиться к проблеме конструирования, поддержания и функционирования целостности социальной реальности, а также механизмах и практиках ее деформации. **Методология.** В ракурсе анализа последних приобретает актуальность проблематика желаний, активно инвестирующихся цивилизационным прогрессом в человеческую жизнь. В качестве симулякров естественных механизмов индивидуальной активности – потребностей, желания выступают источниками трансформации процесса гармоничного развития личности (культурного потребления) в деструктивную стратегию цивилизации – потребительство. В этих условиях само потребление утрачивает свое традиционное значение. Из естественного процесса по удовлетворению потребностей и освоению окружающего мира, оно трансформируется в тотальный разрушительный акт по реализации конкретизированных желаний. Потребление перерастает границы традиционной практики (оно уже не определяется лишь продуктами питания, одеждой, машиной и т.п.). Оно становится активной массовой ориентацией, практикой материализации, основанной на превращении окружающего человека мира в вещь, символ использования. Таким образом, потребление трансформируется в практику тотального потребительства. **Научная новизна.** В связи с этим, целью исследования выступает анализ потенциала деструктивности потребительства, чей характер становится реальной угрозой целостности как индивидуального мира, так и социальной реальности, поскольку детерминирует разрыв между реальным предназначением вещей и их придуманным смыслом, наделяющим их желаемым эффектом (престижа, власти, материального богатства и т.п.). В этой ситуации актуализируется тенденция, когда вещи утрачивают свое действительное предназначение, а человек – свою активную роль. Он больше не творец, создатель качественно новых продуктов, наполняющих его жизнь смыслом, а конформный приспособленец, рутинно воспроизводящий эрзацы, которыми наполняет свою жизнь. Материальное, а не духовное определяет ценность и смысл его жизни, желаемый объект, на получение которого он и направляет все свои силы. Не творческий созидательный труд, а раболопская зависимость от цивилизационных «благ» руководит его выборами. **Выводы.** Такая деформация гармоничного развития человека и общества, традиционного порядка трансформирует характер человеческих отношений, превращая их в банальную практику потребительства – использование. Желание обладать, эксплуатировать, использовать заставляет человека обесценивать окружающую реальность и ее участников, превращает личность в homo economicus, калькулирующего свои знакомства, связи, отношения. Именно такая «коммерциализация отношений», преодолевающая границы экономической, политической, правовой сфер, посягая на сферу семейных, дружеских отношений, определяет в целом характер современного общества.

*Ключевые слова:* индивидуальная и социальная целостность, желания, цивилизационный прогресс, практики объективации желаний, потребительство..

#### Актуальность

Изменения характера социальности эпохи Модерна заявили о себе вполне противоречивыми последствиями, актуализированными Постмодерном. С одной стороны, успехи и эффек-

ты цивилизационного прогресса рационализованного столетия не вызывали сомнений – новые информационные технологии, интенсивное развитие научного дискурса, экономические и политические модернизация. Однако с

## Соціальна філософія і філософія історії

другой, социально-философский дискурс все больше пополняется «неразрешенными проблемами». Духовный и культурный кризисы, экологические проблемы, девальвация традиционной ценностной системы общества, эти и другие не менее актуальные проблемы формируют проблемное поле, в котором решение вопросов целостности (индивидуальной и социальной), порядка, преодоления дисбаланса становится первоочередным исследовательским заданием.

### Цель исследования

В этой связи, все попытки проникнуть в суть экзистенциальных человеческих проблем, преодолеть кризис рационализированной социальности становятся условием формирования качественно новой методологии социального познания. Ориентированная на выяснение глубинных аспектов конструирования социальности, поддержания ее целостности, последняя должна представлять собой комплексную интегративную модель анализа, в рамках которой отправной точкой исследования становится человеческое. С этой целью, в рамках данной работы необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать источники и предпосылки деформации потенциала целостности социальной реальности,
- выявить механизм реализации практик, стимулирующий деформацию векторов развития целостности. Исходя из этого, проблемная ситуация работы заключается в необходимости анализа условий и источников деформации феномена целостности социальной реальности, практик и механизмов их конструирования, с целью формирования методологии ее исследования.

### Изложение основного материала

По мнению Ж. Бодрийяра, сегодня все желания, императивы, все человеческие страсти и отношения, порожденные ими, абстрагируются в знаках и вещах, чтобы стать предметами покупки, потребления [1,2,3]. Потребление становится характерной чертой эпохи промышленной цивилизации, когда материальная практика

(вещи, знаки) начинает играть господствующую роль в жизни человека. *В этих условиях само потребление теряет свое традиционное значение. Из естественного процесса по удовлетворению потребностей и освоению окружающего мира, оно трансформируется в тотальный разрушительный акт по реализации конкретизированных желаний. Потребление перерастает границы традиционной практики (оно уже не определяется лишь продуктами питания, одеждой, машиной и т.п.). Оно становится активной массовой ориентацией, практикой материализации, основанной на превращении окружающего человека мира в вещь, символ использования. Таким образом, потребление трансформируется в практику тотального потребительства.*

Уточняя сложившуюся ситуацию, необходимо отметить, что материализация окружающей человека реальности в знаковую субстанцию является следствием конкретизации желания служения, актуализирующегося вследствие деформации духовного развития личности эпохи Модерна. Под влиянием развития рационализованного познания данная практика фокусирует потенциал человека на конструировании индивидуализированной, атомизированной реальности, воплощающей его стремление реализовать свое превосходство. Все в этой иллюзорной индивидуализированной «действительности» подчинено конкретной цели, реализация которой требует постоянной концентрации потенциала личности на себе, ее контроль. Поэтому по мере нарастания желания служения и его конкретизации, окружающий человека живой целостный символический мир превращается для него в знаковую систему (то есть набор вещей материального мира для удовлетворения желания). Вещи удобны, полезны, пригодны, они молчат и не требуют на себя лишних затрат времени и сил, они конформны, ими легко манипулировать. Кроме того, они могут быть дорогими, роскошными, престижными, что придает им еще большую привлекательность в глазах человека. Создавая культ потребительства, он начинает наделять вещи определенным значением (статусом знака), явно выходящим за рамки их реального смысла, чтобы пожелав их, превратить в значимые объекты

## Соціальна філософія і філософія історії

потреблення.

С этого момента происходит разрыв между реальным предназначением вещей и их придуманным смыслом, наделяющим их желаемым эффектом (престижа, власти, материального богатства и т.п.). В результате, вещи утрачивают свое действительное предназначение, а человек – свою активную роль. Он больше не творит, созидая качественно новые продукты, наполняющие его жизнь смыслом, а рутинно воспроизводит эрзацы, которыми теперь наполняет свою жизнь. Теперь материальное, а не духовное становится ценностью его жизни, желаемым объектом, на получение которого он направляет все свои силы. Не творческий созидательный труд, а рабская зависимость руководит его выборами.

С такой трансформации порядка вытекает и изменение характера человеческих отношений, которые превращаются в банальную практику потребительства – использование. Желание обладать, эксплуатировать, то есть использовать заставляет обесценивать все вокруг. И вот он уже смотрит на другого человека с позиций его возможной полезности. Думая о своих отношениях, он анализирует, что, в конечном счете, от этого сможет получить. Такая «коммерциализация, экономизация отношений» определяют характер современного общества. Их масштабы и вариации давно преодолели границы экономической, политической, правовой сфер, и посягнули на сферу семейных, дружеских отношений (популярность брачных контрактов с финансовыми договоренностями относительно передела имущества, достаточно велика в настоящее время). Использование становится естественным форматом наших повседневных отношений, переходя из сферы производственной в приватную. «Работодатель использует тех, кого он нанимает, торговец использует своих покупателей. Каждый служит товаром для всех остальных; с ним всегда надо обращаться с известной долей дружелюбия, так как если он и не нужен в настоящий момент, то может понадобиться впоследствии» [6, с.184]. Даже близкие отношения не составляют исключения. Прикрываясь внешним дружелюбием, они скрывают холодность, отчужденность, безразличие и недоверие. Семья, дружба, ха-

рактер отношений в которых напоминает в большинстве случаев конкурентное поле борьбы за право обладания властью. И та, и другая форма отношений складывается сегодня преимущественно не на основе личной симпатии, стремления к единению, а на основе удобства, выгоды (рядом живем, вместе работаем, так удобно).

Сакральность *человеческих отношений* – семьи, дружбы, любви обесценивается также быстро, как и возрастает прибавочный продукт. Из сферы *человеческих отношений исключается их основное условие – духовный фактор, реализующий себя в потребности в любви, труде на благо ближних, творчестве, созидании, вследствие чего они трансформируются в прагматичный, тип социальности эпохи тотального потребительства*. В рамках идеологии последней, весь этот фундамент человеческой жизни определяется как пережиток традиционной эпохи с ее общностными отношениями доверия и заботы. *Человечность* мешает потреблять, накапливать, использовать, труд признается отягощающим условием человеческой жизни, атрибутом неустроенности, а творчество приобретает характер разрушительности. В силу этого, о них нужно забыть, завуалировать настойчивые призывы человеческой души о помощи, о потребности в настоящем. И на это направляет все свои силы рационализированное цивилизационное знание, транслируя в общественное сознание картину искаженной потребительской реальности с ее искаженным пониманием благополучия, счастья, творчества (как, прежде всего, материальных феноменов).

Исключая из сферы человеческих отношений их основное условие, человек обрекает себя на брэнное, рутинизированное выживание. Любовь, доверие, творчество, уважение, забота становятся не условиями общения, а раритетом, который современная личность все реже использует в своей жизни. За формальным, внешним дружелюбием она все больше скрывает холодность и безразличие, недоверие и расчет. Весь этот процесс по ликвидации *человеческого*, объективации желания использовать, сопровождающийся овеществлением, отчуждением и формализацией отношений, неумолимо ведет к разрыву, ослаблению духовных и социальных

## Соціальна філософія і філософія історії

связей, обеспечивающих целостность социальной реальности, ее порядок.

Идя по пути цивилизационного прогресса, человек учится беспощадно и равнодушно использовать окружающую реальность, с целью получения все новых и новых «благ», питающих его неумолимое желание потреблять. Его потребительская иллюзия о жизни убеждает его в том, что так устроен мир, что это необходимо и единственно возможно для его развития, в конце концов, что это и есть цель его жизни. Да и как можно представить себя сегодня без всех этих атрибутов цивилизации в виде электроники, новинок медицины, генной инженерии, техники, комфорта и фешенебельности. Это удобно, приятно, не требует усилий и затрат, а к тому же поддерживает определенный социальный статус в обществе. Поскольку владение всем этим, возможность использования материальных благ свидетельствует о том, что его желание удовлетворяется.

Такой рациональный диалог в сознании современного человека закрепляет установку на материализацию жизни, способствует его превращению в тотального потребителя, для которого не труд, а деньги, их покупательная способность становятся критерием оценки возможностей и потенциала благополучия. Материальное благо, богатство (вещи, деньги, комфорт, престиж), вернее обладание им, становится действительным смыслом его жизни и условием развития. Однако какого?

По мнению Э.Фромма, ситуация современного общества открыто демонстрирует, что сам «человек превратился в товар и рассматривает свою жизнь как капитал, который следует выгодно вложить. Если он в этом преуспел, то жизнь его имеет смысл, а если нет – он неудачник. Его ценность определяется спросом, а не человеческими достоинствами: добротой, умом, артистическими способностями» [6, с.134]. Человек чудовищно обманывается, думая, что материальные знаки благополучия принесут ему спокойствие, радость и удовлетворение, станут решением экзистенциальных проблем. Он чувствует настоятельную необходимость в хороших отношениях, положительных эмоциях, но в силу овеществления окружающего его мира, не может перешагнуть за

созданный собственными руками идол – материальный мир. Обманывая себя, откупаясь от неразрешенности внутренних переживаний, духовной зависимости, он вместе с тем судорожно продолжаем окружать себя вещами и услугами, большинство из которых, на самом деле, не несет для него никакой смысловой и ценностной нагрузки. Вещами, деньгами, то есть материальными благами он пытается подменить главное экзистенциальное условие *человеческой жизни* – любовь, как стремление к радости, поддержке, доверию, единению, приобщенности и т.п. Использованием атрибутов материального мира, а не творческим созидательным трудом он стремится решить экзистенциальные противоречия. Однако каково же оказывается его разочарование, когда обладание желаемым не компенсирует духовный вакуум, внутреннюю пустоту, не приносит ожидаемого удовлетворения.

Действительно, современный человек научился испытывать мимолетную радость от приобретения чего-то материального, однако совсем ненадолго. *Это объясняется тем, что решение экзистенциальных проблем – счастья, благополучия, радости, удовлетворенности жизнью, – лежит совсем не в плоскости возможностей материального мира.* Напротив, многие вещи вместо комфорта и удовольствия приносят беспокойство и разочарование. «Сначала мы вынуждены на эти вещи зарабатывать, заключая себя добровольно в рабство, затем переживаем за их сохранность... нам постоянно приходится их ремонтировать или приобретать новые. Мы не замечаем, как становимся рабами предметов и механизмов, рабами денег...» [5, с.15]. Необходимо понимать, что любая вещь (орудие труда, предмет обстановки, дом) – это всего лишь *средство*, облегчающее (либо наоборот) человеческую жизнь, но, ни в коем случае не ее *условие, цель*. В качестве знака, опосредующего собой реальные *человеческие отношения*, ситуации, действия, вещь не может потребляться. Она выполняет свое предназначение, соответствующее удовлетворению физиологических либо материальных потребностей человека (предназначение автомобиля заключается в возможности более мобильного перемещения, одежда согревает чело-

## Соціальна філософія і філософія історії

века и оберегает его, часы ориентируют нас во времени и т.п.). И не более. При такой реальной оценке ситуации все просто и соотнесено: вещи – это средства, необходимые для поддержания условий человеческого развития. Они не являются объектом желаний человека, конкуренции за владение. *Человек, а не вещь сохраняет за собой активную роль в преобразовании окружающих отношений.*

Однако в условиях господства желания использовать, трансформирующегося на уровне социальных отношений в идеологию служения материальному, и продуцирующего тотальное потребительство, вещи теряют свой первоначальный смысл. Они, вернее стремление к обладанию ими, использованию, определяют смысл жизни современного человека. Через вещи он утверждает себя. Приобретая их, он демонстрирует окружающим собственное благополучие, успешность, состоятельность, наконец, превосходство, и обесценивает, таким образом, потребность в духовном (гармоничных отношениях, творческом труде и т.п.). Поэтому, многие вещи приобретаются «просто так», с целью их демонстрации миру, накопления. «Мы удовлетворяемся не приносящим пользы обладанием. Дорогой обеденный сервиз или хрустальная ваза, которыми мы никогда не пользуемся из опасения разбить их, большой особняк со множеством неиспользуемых комнат, ненужные машины и слуги, как и безобразные безделушки в семействе из нижних слоев среднего класса, – таковы многочисленные примеры удовольствия, находимого не в использовании, а в обладании» [6, с.176]. Можно сказать, что основным мотивом такого потребительства выступает не фактор реальной необходимости вещи, ее полезности, а тот эффект, который дает престиж обладания ею, оценки окружения. Дорогие машины, шубы, холодильники, телевизоры приобретаются не столько в силу реальной необходимости, сколько для того, чтобы продемонстрировать окружающим возможности, превосходство их владельца. Такое демонстративное потребление служит средством достижения, поддержания определённого социального статуса, членства в той или иной страте общества, а не способом удовлетворения реальных потребностей лично-

сти – в физиологическом развитии, познании, реализации творческого потенциала и т.п. (Так, в разговорном английском языке широко используется фраза «keeping up with the Joneses» («быть не хуже людей»). Кроме того, существует более специализированный термин «invidious consumption», обозначающий потребление с умышленной целью – вызвать чувство зависти). При этом человек абсолютно не задумывается над тем, что и для чего он потребляет. «Мы едим безвкусный и непитательный хлеб, потому что, будучи таким белым и «свежим», он связывается в нашем представлении с изобилием и превосходством. Мы «поглощаем» плод нашего воображения, утратив связь с реальным продуктом, потребляемым нами. Наш вкус, наше тело исключены из акта потребления, хотя они изначально связаны друг с другом. Мы «пьем» ярлыки» [6, с.177].

Престиж, доходы, власть, уровень образования, как способы заявить, продемонстрировать себя в современном цивилизованном обществе, превращаются в условия реализации человеческой уникальности, его потенциала, критериями его соответствия требованиям цивилизационного мира. В реальности, такая ориентация на ложные стандарты и шаблоны, ведет лишь к одному – формированию безликого, конформного эгоиста, беспрекословно потребляющего все, что предоставляет научно-технический прогресс. Этот факт становится реальным свидетельством бесперспективности цивилизационного прогресса. Человек больше не заботится о необходимости развития своих творческих способностей, талантов. Он не стремится создавать что-то настоящее, качественно новое, как проявление «наития его души». Напротив, отсутствие настоящего в его жизни компенсируется конформной общественной позицией. Такую искаженную картину реальности рисует в сознании человека иллюзия индивидуализированного мира потребителя. Вследствие этого, сам процесс потребления утрачивает способность быть процессом конкретного человеческого выбора, продуктивного действия, в котором участвуют его чувства, потребности, проявляется уникальность. В условиях цивилизационного прогресса потребление приобретает характер культа, процесса по удовлетворению

## Соціальна філософія і філософія історії

иллюзии, игры воображения, отчужденной от реальности.

Достаточно иллюстративно данные тенденции описаны в исследованиях К. Ллойда, который отмечает, что уже к 50-м годам в США возникла тенденция к приобретению больших домов, при этом средний размер дома за 50 лет практически удвоился. Этот тренд был сопоставим с ростом приобретений мощных «внедорожников», также часто считаемых символом демонстративного потребления. Люди приобретали огромные дома, расплачиваясь за большой размер уменьшением придомовой территории, отсутствием возможности накапливать пенсионные средства и существенно увеличившимся временем пути от дома до работы, вплоть до нескольких часов. Такие большие дома также потенциально приводили к росту других форм потребления за счёт появления дополнительного места для хранения автомобилей, одежды и других товаров [8].

Таким образом, цивилизационный конвейер по производству потребительских желаний оказывается неиссякаем. Удовлетворив одно желание, рационализированное производство предоставляет все новые соблазны потребления. «Потребители постоянно жаждут новых товаров. Их тянет к новинкам рынка, невзирая на степень их полезности или нужности, потому что потребителя приучают ожидать от нового товара доселе небывалых ощущений и переживаний. Сам механизм общества потребления построен на социальном разделении. Дизайн, реклама, мода и т.п. приводят к демаркации между теми, кто имеет (автомобиль, джинсы, Sony и прочие вещи нового стиля) и теми, кто их не имеет. Они продуцируют желания (в том числе желания проявить свою индивидуальность), навязывают потребителю все новую и новую продукцию. Такое чрезмерное потребление далеко не всегда соответствует реальным возможностям потребителя или выражает его интересы. Но, как подчеркивает ряд исследователей, оно необходимо для функционирования капиталистической экономики. Люди попадают в зависимость от товаров, ощущают себя ущербными, неполноценными, если не обладают ими» [7, с.50]. Потребление укрепляет индивидуализированную иллюзию о том, что

проблему реализации *человеческого потенциала* можно решить, потребляя произведенную рынком продукцию. В этом и заключается влияние потребительской идеологии.

Иллюзия желания потребления (использования, обладания, эксплуатации), таким образом, продолжает стимулировать рост зависимости человека от материального благополучия и общественного прогресса, исключая при этом ценность творческого труда. Тем самым она *исключает из потребления смысл, суть, понимание*. Такое тотальное потребление не задается вопросом: «Для чего?». Желание потреблять, использовать просто не оставляет времени на такие размышления. Конформная позиция – не вникать в суть происходящего, удобна для современного человека. «Нас окружают вещи, природа и происхождение которых нам совершенно не известны... Мы не знаем, как пекут хлеб, ткют материю, как делают стол или изготавливают стекло. Мы потребляем – как и производим – без конкретной связи с объектами, с которыми имеем дело. Мы живем в мире вещей, и единственное, что связывает нас с ними, это то, что мы знаем, как с этими вещами обращаться или как их потреблять» [6, с.178].

### Научная новизна

*Вся противоречивость ситуации заключается в том, что ориентация на потребление, материальное благополучие и комфорт, исключение творческого труда из процессов социокультурного производства, приводит к возрастанию уровня индивидуальной и социальной неудовлетворенности, разочарования, неспособности решения проблемы целостности. Поскольку потребителем благ цивилизации является не человек с его фундаментальными духовными потребностями, а его желание, иллюзия обладать, использовать окружающую реальность. Он – потребитель, а значит должен желать, не вникая в суть самой потребительской системы, в основании которой лежит красочная, но непродуктивная иллюзия – все, что ты не пожелаешь, ты можешь получить без особого труда, об этом позаботится рационализированная цивилизационная система. С этой целью последняя предоставляет*

## Соціальна філософія і філософія історії

различные возможности для бегства от реальности. (Так, например, огромные торговоразвлекательные центры и комплексы возникают по всему миру как символы глобального по своим масштабам потребительства, прививая буквально наркотическую зависимость их посещений человеку. В результате, воскресные посещения торговоразвлекательных комплексов превращаются в регулярное семейное потребление этого наркотика. Они активно формируют образ «должной» жизни, навязывая его человеку, несмотря на то, что многим посетителям таких комплексов подобный образ жизни не по средствам).

Иллюзия тотального потребительства смотрит на человека с каждой витрины или рекламы, из каждого торгового зала, изображая красивую картинку жизни без проблем и забот. И в результате, человек привыкает чувствовать себя в такой лакированной рекламной гиперреальности лучше, чем в самой социальной реальности. Таким образом, современный человек развивает постоянно нарастающее стремление во все большем количестве вещей, все более масштабном и пожирающем потреблении. Жадность становится основным мотивом человеческого поведения рационализированной эпохи.

В такой ситуации нарушается сам механизм потребления, как культурного процесса постижения окружающего мира. Поскольку в отличие от искаженной стратегии потребительства, *культурное потребление* ориентировано на удовлетворение фундаментальных потребностей человека, обеспечивающих условия его созидательного развития, благополучия и счастья. Другими словами, *культурное потребление* является стратегией достижения основной цели *человеческой жизни* – духовного совершенствования, реализации человеческого потенциала. Неудержимое стремление современного общества бессмысленно потреблять нарушает принципы *культурного потребления*. В современном потребительстве не остается места *человеческому*. Оно трансформирует желание иметь, использовать в цель индивидуального и социального развития. А поскольку этот конвейер неиссякаем, то постоянный рост запросов заставляет человека прикладывать все

больше и больше усилий, ставит в зависимость от тех (того), кто (что) позволяет получить желаемое. «Каждый человек старается пробудить в другом какую-нибудь новую потребность, чтобы... поставить его в *новую* зависимость и толкнуть его к новому виду *наслаждения*, а тем самым и к экономическому разорению... Вместе с ростом массы предметов растет царство чуждых сущностей, под игмом которых находится человек...» [4, с.25].

Таким образом, стремление современного общества к тотальному потребительству, росту запросов и претензий, сам по себе потребительский голод, являются результатом реализации желания обладать, иметь. Человек буквально зачарован процессом потребления, его поступки и действия выходят за грань здравого смысла, когда речь идет о приобретении новых товаров. Он не способен реально оценивать полезность и необходимость приобретаемых вещей. Необходимость уже не является критерием потребления. Человек живет мечтой о новых удовольствиях. Его аппетиты постоянно возрастают и заставляют, тем самым, все внимание концентрировать на новинках рынка. Зависть к чему-то более новому, престижному, свидетельствующему об успешности, не позволяет разорвать замкнутый круг. В таком контексте проблема целостности, порядка лишь актуализируется. Общество функционирует как совокупность разрозненных атомов, ориентированных на собственные эгоистические интересы и желание использовать друг друга. Таким является результат рационального проекта, где «человеком движет эгоистический интерес, а не чувство солидарности с ближним и любовь к нему. ...Общественные проблемы не воспринимаются как личностные реалии, а следовательно, и не вызывают тревоги, невзирая на изрядную долю нетерпимости. ...несмотря на то, что почти все население верует в Бога, складывается впечатление, что едва ли кто-нибудь беспокоится о своей душе, ее спасении, о своем духовном развитии. Бог так же отчужден, как мир в целом. Озабоченность и тревогу вызывает частная, обособленная сфера жизни, а не общественная, всеобщая, связывающая нас с нашими собратьями» [6, с.187].

Самым угрожающим моментом в данной

## Соціальна філософія і філософія історії

ситуації являється то, що в процесі тотально-го овещствлення человек готов быть вещью, которая должна найти удачное применение на рынке капиталистических отношений. Создается впечатление, что он не стремится чувствовать себя активным действующим лицом, носителем *человеческих сил*. Его искаженное желанием сознание питает иллюзию о том, что быть вещью выгодно, что это дает возможность пользоваться «благами» и ресурсами системы, рассчитывать на что-то большее с ее стороны. Поэтому единственная его цель – выгодно продать себя, вложить свой основной капитал (тело, ум, душу), то есть *человеческий потенциал*, на служение иллюзии. Соответственно также он относится к окружающему миру.

В этой гонке за выгодой *теряется способность воспринимать себя живым, чувствующим. Вместо этого фоновым становится ощущение* полезности, функциональности (которое мы искаженно воспринимает за собственную ценность). Его человеческие качества (такие, как дружелюбие, обходительность, доброта и др.) и способности, превращаются в товары, в ценные атрибуты «личностного набора», способствующие получению более высокой цены на человеческом рынке. На основании этого он принимает либо не принимает себя, оценивает, как выгодней себя продать, что и как в себе можно использовать, чтобы это было по достоинству оценено.

По сути, само его отношение к себе в этой ситуации формируется под влиянием оценки рынка, где ценность личности определяется не ее природной уникальностью, раскрывающимися в процессе творческого труда, а рыночными предпочтениями, назначающими цену индивида так же, как назначается цена товаров. Исходя из этой потребительской логики, «чело-

век, подобно всем другим товарам, которые не удастся выгодно продать на рынке, не имеет ни малейшей ценности в том, что касается его меновой стоимости, даже если его потребительная стоимость достаточно высока. Отчужденная личность, предназначенная «на продажу», должна полностью утратить чувство самости, перестать ощущать себя существом единственным и неповторимым. Чувство самости вытекает из переживания собственно личности как субъекта ее опыта, ее мыслей, ее чувств, ее решений, ее суждений, ее действий. Оно предполагает, что переживание индивида является его собственным, а не отчужденным. У *вещей* нет своего Я, поэтому и люди, ставшие вещами, не могут иметь чувство Я» [6, с.190].

### Выводы

Другими словами, становясь пригодным для продажи товаром, вещью, человек теряет шанс на полноценную *человеческую жизнь*. Он не отдает себе отчет в том, что выбранный им путь, изначально является бесперспективным. Выбирая его и отказываясь от шанса творчески реализовать себя, он обрекает себя на символическую смерть. Спаситься от нее он может, лишь изменив выбранный ранее путь, пересмотрев сложившиеся отношения с реальностью, отказавшись от власти желаний. И тогда, его рутинное существование способно обрести смысл, стать творческим процессом реализации его уникальности и удивительного преображения окружающей его реальности. Но возможно это перевоплощение лишь в результате осознания, что жизнь – это кропотливый творческий труд по познанию и преобразованию, прежде всего себя, а также окружающей действительности.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция; Республика, 2006. – 259 с.
2. Бродецька Ю.Ю. Бажання як механізми деформації індивідуальної та соціальної цілісності: постановка проблеми \ \ Мультиверсум.

Філософський альманах, Випуск 8(126). – К., 2013. – 236 с., С.221-233

3. Бродецька Ю.Ю. Превращение человека жалящего: анализ механизмов деформации человеческого потенциала // Вісник Дніпропетровського університету, 2014, Т. 22, Вип. 24 (2) Філософія, С. 31 – 37
4. Маркс К. Экономическо-философские рукописи 1844 года / Маркс К., Энгельс Ф., Соч. 2-е изд. Т. 42.

## Соціальна філософія і філософія історії

5. Синельников В. Путь к богатству, М.: Цен-трополиграф, 2006. – 218с.
6. Фромм Э. Здоровое общество. – М.: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006.- 539 с.
7. Miles St. Consumerism as a way of life. – L. etc.: Sage, 1998. – VIII, 174p.
8. Lloyd C. «Monster Homes R Us: American homes are monuments to conspicuous consumption», San Fransisco Chronicle, Oct. 14, 2005

Ю. Ю. БРОДЕЦЬКА<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Національна металургійна академія України (Дніпропетровськ), ел. пошта brodezkaja\_yulij@mail.ru, ORCID 0000-0001-9186-0767

## ПРАКТИКИ ДЕФОРМАЦІЇ ЦІЛІСНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ОБ'ЄКТИВАЦІЯ БАЖАНЬ ЯК СПАДЩИНА ЦИВІЛІЗАЦІЙНОГО ПРОГРЕСУ

**Мета.** Фокус дослідження зосереджений на аналізі феномена соціальної цілісності і практиках його деформації в сучасному суспільстві. Характер соціальності сучасної епохи вказує на ті глибинні проблеми і протиріччя, які актуалізують питання про її можливості. Культурна криза, духовний вакуум, актуалізація екзистенційних проблем сучасної людини змушують звернутися до проблеми конструювання, підтримання та функціонування цілісності соціальної реальності, а також механізмів і практик її деформації. **Методологія.** У ракурсі аналізу останніх набуває актуальності проблематика бажань, що активно інвестуються цивілізаційним прогресом в людське життя. В якості симулякрів природних механізмів індивідуальної активності - потреб, бажання виступають джерелами трансформації процесу гармонійного розвитку особистості (культурного споживання) в деструктивну стратегію цивілізації – споживацтво. У цих умовах саме споживання втрачає своє традиційне значення. З природного процесу щодо задоволення потреб і освоєння навколишнього світу, воно трансформується в тотальний руйнівний акт щодо реалізації конкретизованих бажань. Споживання переростає межі традиційної практики (воно вже не визначається лише продуктами харчування, одягом, машиною і т.п.). Воно стає активною масовою орієнтацією, практикою матеріалізації, заснованою на перетворенні оточуючого людини світу в річ, символ використання. Таким чином, споживання трансформується в практику тотального споживацтва. **Наукова новизна.** У зв'язку з цим, метою дослідження виступає аналіз потенціалу деструктивності споживацтва, чий характер стає реальною загрозою цілісності як індивідуального світу, так і соціальної реальності, оскільки детермінує розрив між реальним призначенням речей і їх придуманим сенсом, що наділяє їх бажаним ефектом (престижу, влади, матеріального багатства і т.п.). У цій ситуації актуалізується тенденція, коли речі втрачають своє дійсне призначення, а людина – свою активну роль. Вона більше не творець якісно нових продуктів, що наповнюють її життя змістом, а конформний пристосуванець, що рутинно відтворює ерзаци, якими наповнює своє життя. Матеріальне, а не духовне визначає цінність і сенс її життя, бажаний об'єкт, на отримання якого вона і спрямовує всі свої сили. Не творча праця, а рабська залежність від цивілізаційних «благ» керує людськими виборами. **Висновки.** Така деформація гармонійного розвитку людини і суспільства, традиційного порядку, трансформує характер людських відносин, перетворюючи їх на банальну практику споживацтва – використання. Бажання володіти, експлуатувати, використовувати змушує людину знецінювати навколишню реальність і її учасників, перетворює особистість в homo eonomicus, що калькулює свої знайомства, зв'язки, відносини. Саме така «коммерціалізація відносин», долаючи кордони економічної, політичної, правової сфер, посягаючи на сферу сімейних, дружніх відносин, визначає в цілому характер сучасного суспільства.

**Ключові слова:** індивідуальна та соціальна цілісність, бажання, цивілізаційний прогрес, практики об'єктивації бажань, споживацтво.

## Соціальна філософія і філософія історії

I. I. BRODETSKAYA<sup>1</sup>

<sup>1</sup>The National Metallurgical Academy of Ukraine (Dnipropetrovs'k), e-mail brodezkaja\_yulij@mail.ru, ORCID 0000-0001-9186-0767

### DEFORMATION PRACTICES OF SOCIAL REALITY INTEGRITY: OBJECTIFICATION OF DESIRES AS THE INHERITANCE OF CIVILIZATION PROGRESS

**The purpose.** The interest of the article focuses on the analysis of the social integrity phenomenon and its deformation practices in the modern society. The character's sociality of the modern era indicates serious problems and contradictions that actualize the possibility of social integrity. The cultural crisis, spiritual vacuum, updated existential problems of the modern humanity forces to turn to the problem of the integrity constructing and maintaining and social reality functioning, as well as to the mechanisms and practices of its deformation. **Methodology.** Thus, in the analysis of the above mentioned points the problem of desires is getting more relevant, and these desires are actively being invested by the civilization progress in the human life. As simulacra of the natural mechanisms of individual activity (needs) desires help to transform the personality harmonious development process (cultural consumption) in a destructive civilization strategy – consumerism. Under these conditions consumption is losing its traditional meaning. From the natural processes of meeting the needs and developing the world it is transforming into a total destructive act that implements certain desires. Consumption grows borders of the traditional practice (it has not been already determined only by food, clothes, car, etc.). It is turning into an active mass orientation; practice of the materialization that is aimed to transform the surrounding world into a thing, a symbol of use. Thus, consumption transforms into a practice of total consumerism. **Scientific novelty.** In this context, the aim of the research is to analyze the destructive potential of consumerism, which nature is getting a real threat to the integrity of both individual world and social reality. This pattern of consumption determines the gap between a real purpose of the things and their contrived sense that gives them the desired effect (prestige, power, material wealth, etc.). In this situation, we can see updating of the tendency when things lose their true purpose, and man loses his active role. He is no longer a creator of qualitatively new products that fill his life with meaning. He is a conformal trimmer who routinely plays ersatz and fills his live with them. Material aspects rather than spiritual ones determine the value and meaning of human's life, they represent a desired object that he wants to receive. His choice is ruled not by creative work, but by the civilization "benefits" bondage. **Conclusions.** Such deformation of harmonious development of the man and society, and of the traditional order transforms nature of the human relations to turn them into a banal practice of consumerism – usage. The desire to own, exploit, use makes a human to devalue surrounding reality and its members, turns a human into a homo economics, who calculates his circle of friends, communication, relationships. Exactly such "commercialization of relationship" overcomes the limits of the economic, political and legal spheres and encroaches on the family, friendship sphere to determine the whole character of the modern society.

*Key words:* individual and social integrity, desire, the progress of civilization, the practices of the desires objectification, consumerism.

#### REFERENCES

1. Bodryar J. Obshchestvo potrebleniya. Yego mify i struktury. [Society consumption. His myths and structures] Moscow, Republic, 2006. 259 p.
2. Brodetska Y.Y. Bazhannia yak mekhanizmy deformatsii indyvidualnoi ta sotsialnoi tsilisnosti: postanovka problemy [Desires, as deformation mechanisms of individual and social integrity: problem statement]. Multiversum. Filosofsky almanac – Multiverse. Philosophical almanac, Vol. 8 (126). Kiev, 2013. pp. 221-233.
3. Brodetskaya Y.Y. Prevrashchenie cheloveka zhelayushchego: analiz mekhanizmov deformatsii chelovecheskogo potentsiala [Transformation of a man who wants: an analysis of human potential mechanisms deformation]. Vestnik Dnepropetrovskogo universiteta – Herald of Dnipropetrovsk University, 2014. Vol. 22, is. 24 (2) Philosophy, pp. 31 – 37.
4. Marx K. Ekonomicheskoye-filosofskie rukopisi 1844 goda [Economic and Philosophical Manuscripts of 1844]. Marx K., Engels F., Collected Works, 2nd ed. T. 42.

© Бродецька Ю. Ю., 2014

## **Соціальна філософія і філософія історії**

5. Siņeļnikov V. Put k bogatstvu. [The Way to Wealth], Moscow, Tsentropoligraf, 2006. 218 p.
6. Fromm E. Zdorovoe obshchestvo [A healthy society]. Moscow, AST MOSCOW: KEEPER, 2006. 539 p.
7. Miles St. Consumerism as a way of life. – L. etc.: Sage, 1998. VIII, 174 p.
8. Lloyd C. Monster Homes R Us: American homes are monuments to conspicuous consumption, San Fransisco Chronicle, Oct. 14, 2005

Поступила в редколлегию 26.07.2014

Принята к печати 28.11.2014