

Сергій Турович

## ФІЛОСОФІЯ ГОСПОДАРСТВА С. БУЛГАКОВА ТА СВІТОГЛЯД СПОЖИВАЦЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

*У статті розглядається проблема актуальності філософії господарства С. Булгакова як альтернатива життєвому світогляду сучасного споживацького суспільства. Аналізується запропонована російським мислителем концепція споживання щодо теперішніх західних та українських реалій.*

**Ключові слова:** філософія господарства, споживацьке суспільство, псевдо-гедонізм, критерій свободи.

### ***С. Турович. Философия хозяйства С. Булгакова и мировоззрение общества потребления***

*В данной статье рассматривается проблема актуальности философии хозяйства С. Булгакова в качестве альтернативы жизненному мировоззрению современного общества потребления. Анализируется предложенная российским мыслителем концепция потребления в ее отношении к нынешним западным и украинским реалиям.*

**Ключевые слова:** философия хозяйства, общество потребления, псевдо-гедонизм, критерий свободы.

### ***S. Turovych. Bulgakov's philosophy of economy and the worldview of the consumer society***

*This article is concerned with the question of the contemporary relevance of Sergei Bulgakov's philosophy of economy, in its capacity as an alternative to the worldview of modern consumer society. The author analyzes the concept of consumption developed by the Russian thinker in conjunction with contemporary Western and Ukrainian realities.*

**Key words:** philosophy of economy, consumer society, pseudo-hedonism, asceticism, freedom criterion.

Значні переломні моменти сучасного буття людини, зумовлені глобалізаційними процесами, кризовими ситуаціями, ускладненням комунікативних зв'язків та посиленням соціальної нестабільності, потребують вироблення нових орієнтирів у царині філософського знання. Негативні зовнішні ефекти суспільного поступу спонукають до переосмислення раціоналістичної парадигми філософування та апеляції академічної філософії до її практичних та прикладних вимірів з ак-

центуванням проблем повсякденності й конкретних сфер життя: економіки, права, політики тощо. В зв'язку з цим, філософська рефлексія споживацького суспільства та філософії господарства С. Булгакова як його альтернативи мислиться актуальною, оскільки передбачає утвердження засадничих принципів виходу людини за межі споживацького ставлення до світу.

З-поміж вчених, що досліджують творчість С. Булгакова в наш час, варто виокремити, насамперед, представників т. зв. «школи Осипова» (МДУ ім. Ломоносова, Росія): Ю. Осипов, М. Елоян, І. Назаров, В. Корняков та ін.; в Україні аналізом творчої спадщини мислителя займаються В. Базилевич, Н. Гражевська, В. Кондрашова-Діденко. Серед дослідників творчості Булгакова з далекого зарубіжжя необхідно згадати такі імена, як Д. Данн, К. Струп, Р. Томпсон, Б. Галлахер тощо. Цікавою і досить характерною в плані опису сьогодення є стаття християнських економістів Д. Пейна і К. Марша із Університету Бейлора (США) [8], які, протиставляючи філософію господарства С. Булгакова світогляду сучасного ліберально-капіталістичного суспільства, переносять на сучасність твердження російського мислителя про гедоністичні (або ж епікурейські) підвалини цього суспільства [8, с. 42-44; 3, с. 642-645]. При цьому американські науковці не враховують докорінної зміни, які відбулися в самому типі суспільства, – перетворення останнього на споживацьке, що, на нашу думку, потребує деякого переосмислення.

Відтак, метою нашого дослідження буде аналітичний дискурс філософії господарства Сергія Булгакова як альтернатива домінуючому світогляду ліберально-капіталістичного суспільства з урахуванням змін, які відбулися в останньому. Особливості ж експлікації концептуальних засад вчення Д. Пейна, К. Марша та філософії господарства С. Булгакова спонукають до окреслення таких завдань:

- 1) переосмислити гіпотезу Д. Пейна та К. Марша про те, що гедонізм (епікуреїзм) є філософією споживацького суспільства;
- 2) виявити характерні риси споживацького суспільства в Україні;
- 3) дослідити запропоновану С. Булгаковим модель споживання та визначити її актуальність в умовах споживацького суспільства та особливостей його функціонування на вітчизняному ґрунті.

Порівнюючи запропоновану С. Булгаковим характеристику особливостей світогляду ліберально-капіталістичного суспільства із характеристиками, які дають останньому (в більш пізньому його варіанті) сучасні автори, можна помітити багато спільного. Насамперед, ідеться про «естетизацію» потреб людини, кількість яких, своєю чергою, невинно зростає. Булгаков пише: «Епікуреїзм поступово розви-

вається із грубого гедонізму в естетичний: шкала фізіологічних потреб надто обмежена, тому щоб видобувати з їх допомогою якнайбільшу кількість насолод, їх потрібно витончувати, рафінувати. І це найвірніше здійснюється шляхом притягнення естетики на службу чуттєвості» [3, с. 641]. Подібні вирази для аналізу споживацького суспільства використовує Ж. Бодрійяр: «Нема меж у «потреб» людини в якості соціальної істоти... Травна система обмежена, але культурна система харчування безкінечна» [2, с. 91]. Не суперечить вищенаведеним цитатам і думка З. Баумана: «взаємовідносини [споживачів] зі світом носять перш за все *естетичний* характер: вони сприймають світ як харч для почуттів» [1, с. 134].

Незважаючи на цю та інші спільні риси, існує момент, який виявляє докорінну відмінність між «традиційним» ліберально-капіталістичним суспільством та суспільством споживацьким. Якщо Булгаков у свій час ще міг стверджувати, що «прагнення до радості або щастя... не може бути поставлено в обов'язок» [3, с. 655], то Бодрійяр – через кілька десятиліть років – стверджує вже про «*імперативний наказ* розважатися, використати до дна всі можливості, змусити себе хвилюватися, насолоджуватися або приносити задоволення» (курсив мій – Т. С.). Дієвість цього «наказу», або ж так званої «fun-morality», зумовлена явищем структурної злиденності; остання (пов'язана не з нестачею необхідних для виживання благ, а з «виробництвом привілеїв» та прагненням зайняти певне місце на статусній драбині) заміщує собою злиденність звичайну, яка для жителів розвинутих країн стає все менш актуальною в зв'язку із зростанням рівня добробуту. Споживча цінність товару відходить на другий план, об'єктами маніпулюють «як знаками, які відрізняють вас або приєднуючи вас до вашої власної групи... або відділяючи вас від неї і приєднуючи до групи з більш високим статусом». Споживач «повинен розвивати постійну активність. Інакше він ризикує задовольнитися тим, що має, і стати асоціальним» [2, с. 87-110].

Таким чином, споживацьке суспільство набуває тоталітарного характеру, який закріплюється, насамперед, впливом з боку ЗМІ, що переформатовують сприйняття середньостатистичного індивіда, зрівнюючи за значенням різноманітні масиви інформації: від реклами гігієнічних засобів до репортажів з гарячих точок [2, с. 158-162]. Також значну роль у формуванні споживацького способу мислення відіграє комерціалізація суспільного простору. Найнебезпечнішим наслідком останньої є ліквідація притаманних будь-якому більш-менш традиційному суспільству аналогів грецьких агор – місць, де інформація, що надходить «ззовні», певним чином відфільтровується та «просію-

ється» і де формується суспільна думка. Торгово-розважальні центри, які замінюють собою традиційні парки та сквери, як справедливо зазначає З. Бауман, спроектовані таким чином, щоб у людей «не виникало бажання зупинитися, подивитися одне на одного, замислитися, поміркувати і посперечатися про щось інше, крім виставлених товарів» [1, с. 41]. Відбувається урізування комунікації між індивідами, яке значно полегшує маніпулювання масою.

Отже, за умов нового типу суспільства, споживчі цінності більше не є безпосереднім об'єктом споживання, а імітація та демонстрація отримання насолоди замінюють собою саме її отримання. Крім того, споживання із права перетворюється на обов'язок. Тобто, говорити про гедонізм (епікуреїзм) як актуальну філософію споживацького суспільства не доводиться. Його місце зайняла своєрідна імітація гедонізму, до якої індивіда змушують за допомогою різних засобів впливу. А тому, на нашу думку, філософією споживацького суспільства стає *тоталітарний псевдогедонізм*.

Щодо пострадянського простору, то тут, як вважає В. Ільїн, споживацьке суспільство не існує в його дійсній формі – через низький рівень доходів більшості населення. Замість «повноцінного» суспільства цього типу, населення економічно нерозвинених країн – за винятком невеликих забезпечених груп – отримує його віртуальний сурогат. «Виник парадоксальний синтез незрілого капіталістичного способу виробництва і глобальної повсякденної культури консьюмеризму» [5, с. 13] – це написано автором про Росію, але, безперечно, стосується і України також. «Революція домагань» на вітчизняних теренах відбулася раніше, ніж революція якості життя, тому західні моделі споживання без будь-якої адаптації, а іноді навіть осмислення переносяться на бідний вітчизняний ґрунт. Статусне споживання може витіснити собою навіть споживання товарів першої необхідності – про це говорить, наприклад, М. Мاستинець [6]. Очевидно, що т. зв. структурна злиденність у таких випадках займає в суспільній свідомості більш важливе місце, ніж злиденність звичайна. Проте, якщо в розвинутих країнах згадана заміна відбувається за рахунок зростання загального рівня добробуту, то в Україні, де 13% населення витрачає 75-100% своїх доходів на продукти харчування (дані на кінець 2009 року) [7], її причини, очевидно, є дещо іншими. Безперечно, частково це явище можна пояснити недостатнім рівнем культури споживання, наявним у жителів України. Основна ж причина, на нашу думку, полягає в іншому. Оскільки «доказ через предмет» притаманний нижчим класам [2, с. 86] (а саме такими відчують себе українці, мимоволі

потрапивши в жорстку систему глобальної боротьби за статус), то вітчизняний варіант споживацького суспільства найповніше розкриває притаманні останньому недоліки та хвороби – в гіпертрофованому, а тому доступному вигляді. Деформована структура споживання, що її можна спостерігати в Україні, підкреслює тоталітарний характер споживацького суспільства. Жителі країн третього світу, які знаходяться внизу глобальної статусної драбини, спрямовують свої зусилля на те, щоб отримати знаки добробуту, якими володіють жителі розвинутих країн. Суперечлива ситуація, яку З. Бауман іронічно охарактеризував як прагнення «бродяг» стати «туристами» [1, с. 133-136].

Щодо впливу на свідомість мас за допомогою ЗМІ та комерціалізації суспільного простору, то в сучасній Україні ці процеси є надто очевидними.

Отже, в нашій країні консьюмеризм виявляє себе загалом з негативного боку. «Пом'якшуючі» чинники – високі рівні економічного добробуту та культури споживання – поки що відсутні. Залучення українців до глобальної статусної драбини за умов недостатньої купівельної спроможності спричиняє ірраціональні викривлення структури споживання. Наявність цих викривлень, своєю чергою, підтверджує тоталітарний характер споживацького суспільства. Як бачимо, говорити про гедонізм як домінуючу філософію споживацького суспільства по-українськи також не доводиться. Незважаючи на те, що Україна перебуває на значно нижчому етапі розвитку капіталізму, ніж західні країни, наше суспільство стрімко перебудовується згідно із *псевдогедоністичними* «ідеалами».

У зв'язку з радикальною зміною світогляду, притаманного теперішньому ліберально-капіталістичному суспільству, необхідною, на нашу думку, є і зміна погляду на філософію господарства С. Булгакова як джерело альтернатив. Логічною здається конкретизація напряму дослідження в бік концепції споживання, яка, вважаємо, є одним із тих елементів вчення Булгакова, які й до цього часу залишаються актуальними.

С. Булгаков на сторінках своїх робіт розглядає споживання у двох аспектах: *всезагальному* (в межах всесвіту) та *індивідуальному*. В першому аспекті (книга «Філософія хозяйства») мислитель трактує його як «єдність [природи], що проявляється в дії». Сама можливість споживання, за Булгаковим, ґрунтується на «метафізичному комунізмі світобудови» – першопочатковій єдності буття взагалі. під час споживання людина – як і будь-яка інша істота – поєднується з *цілим* світу, «причащається його плоті». В цьому значенні саме життя є «здатністю

споживати світ», а смерть – то є «вихід за межі цього світу, втрата здатності спілкування з ним» [4, с. 65-75].

Очевидно, що сприйняття споживання як єднання зі всесвітом кардинально відрізняється від його сприйняття як способу конструювання соціальної ідентичності.

Щодо індивідуального споживання, то С. Булгаков у своїй статті «Об экономическом идеале» пропонує для його врегулювання таку формулу: «примножуй свої потреби, поки цього потребує життя духу і людська гідність, але і вмій скорочувати їх, оскільки воно ж цього потребує». Матеріальне життя, за Булгаковим – не самоціль, а лише засіб для служіння вищій меті, якою для людини є «робота духовна». Головною умовою духовного життя є внутрішня свобода від «світу цього», тому мислитель закликає одночасно і до боротьби з убогістю, і до боротьби з розкішшю, оскільки «як при вбогості свобода духу скасовується зовнішнім обмеженням, так при багатстві – зовнішньою спокуюсою. Розкіш і вбогість однаково антикультурні» [3, с. 649-658]. Якщо в розвинутих країнах перший етап згаданої боротьби загалом уже пройдено, то в сучасній Україні, як ми бачили вище, парадоксальним чином поєднуються і перший, і другий види «скасування свободи духу».

На нашу думку, булгаковський критерій свободи може бути успішно застосований для визначення верхньої та нижньої меж індивідуального споживання (визначення верхньої межі актуальне як для західного, так і для українського суспільства; нижньої – в першу чергу для українського), а також для вирівнювання структури індивідуального споживання на користь необхідних товарів (це, знову ж таки, стосується насамперед України).

Хоча, в сенсі боротьби з негативними впливами ЗМІ та комерціалізації суспільного простору філософія господарства С. Булгакова не може запропонувати нічого конкретного – вченому ці явища (принаймні, в теперішніх їх масштабах) були невідомі.

Таким чином, при здійсненні аналізу особливостей функціонування споживацького суспільства в реаліях сучасного буття було виявлено, що гіпотеза про гедонізм як життєву філософію сучасного ліберально-капіталістичного (споживацького) суспільства, яку, за аналогією, висувають услід за С. Булгаковим Д. Пейн і К. Марш, є досить суперечливою. Цей висновок справедливий як для західного споживацького суспільства, так і для його вітчизняного різновиду, – незважаючи на кардинально різні ступені соціального та економічного розвитку. В обох випадках місце гедонізму займає тоталітарний псевдогедонізм, який – якщо говорити про Україну – в умовах низь-

ких рівнів добробуту та споживацької культури населення набуває особливо парадоксальних форм. Втім, характеристики, які в свій час давав Булгаков ліберально-капіталістичному ладу, та (тим більше!) його концепція споживання і до сьогоднішніх днів залишаються надзвичайно актуальними. Хоча, існує деяка обмеженість застосування концепції С. Булгакова – зі зрозумілих причин, мислитель не міг у свій час описати та оцінити такі характерні для споживацького суспільства явища, як переформатування свідомості мас за допомогою ЗМІ та прогресуючої комерціалізації суспільного простору. Поряд із тим, запропонований російським вченим критерій свободи може бути застосований для визначення обсягів та структури індивідуального споживання і в сучасних реаліях – причому як в умовах західного споживацького суспільства, так і в умовах вітчизняного його різновиду.

### Література

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / З. Бауман ; пер. с англ. М. Л. Коробочкиной. – М. : Весь мир, 2004. – 188 с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. – М. : Республика, 2006. – 269 с.
3. Булгаков С. Н. От марксизма к идеализму. Статьи и рецензии. 1895-1903 / С. Н. Булгаков ; сост., вст. статья и комментарии В. В. Сапова. – М. : Астрель, 2006. – 1008 с.
4. Булгаков С. Н. Философия хозяйства / С. Н. Булгаков. – М. : Наука, 1990. – 412 с. – (Социологическое наследие).
5. Ильин В. И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность [Электронный ресурс] / В. И. Ильин. – Режим доступа : [http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol05\\_2/ilyn.pdf](http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol05_2/ilyn.pdf).
6. Мастинец М. В. Общество потребления в Украине до и после финансового кризиса: социологический анализ и экспертный прогноз / М. В. Мастинец // Потребление как коммуникация – 2009: Материалы 5 международной конференции, 26–27 июня 2009 г. – СПб. : Интерсоцис, 2009. – С. 126-128.
7. Черних П. Бідність в Україні – абсолютна відносність... [Електронний ресурс] / П. Черних. – Режим доступу : <http://economics.unian.net/ukr/detail/31668>.
8. Payne, D.; Marsh, C. Sergei Bulgakov's «Sophic» Economy: An Eastern Orthodox Perspective on Christian Economics [Электронный ресурс] / D. Payne, C. Marsh // Faith & Economics, 53 (2009) : 35-51. – Режим доступу до журн. : <http://groups.yahoo.com/group/sbulgakov>.