

УДК 005.4+141.319.8

ДРУГАЯ СТОРОНА «ОБЩЕСТВА КОМФОРТА»

И. В. ЛИСОВСКАЯ*(Гродненский государственный университет)*

«Для меня нет никаких сомнений, что надвинувшаяся на наш мир глобальная катастрофа подготовлена скрытыми духовными катастрофами – духовной капитуляцией нашего современника»

А. С. Панарин

Исследуется проблема и тема «общества комфорта», главным атрибутом которого является бесконечное повышение комфортности жизни человека. Дан краткий анализ трансформаций аксиологической сферы человека в условиях современных социокультурных доминант. Акцентируется внимание на господствующих тенденциях современного общества: деформации сознания и высоких моральных ценностей, пропаганде чувственности, пренебрежении умственным, духовным и нравственным развитием личности, дефундаментализации образования, общем упадке культуры. Показано, что комфортно-потребительский образ жизни оказывает разрушительное воздействие на все стороны бытия современного общества, человека в частности, и выступает как источник опасности и риска в существовании человеческой цивилизации.

Введение. Проблема «общества комфорта» уже несколько десятков лет находится в сфере внимания, изучения и концептуализации со стороны философской, социологической, антропологической, экономической и политической наук. Идея формирования массового потребительского общества, осуществления «американской мечты» в виде общества всеобщего благоденствия и изобилия, культивируемая СМИ и навязываемая предпринимательской экономикой, охватила сегодня весь мир. Для современного капиталистического общества, часто именуемого еще и обществом изобилия материальных благ, обществом комфорта, обществом неуёмного потребления, характерно производство полезных благ для обеспечения комфорта и высокого уровня жизни. Комфорт становится сверхценностью, которая ориентирует производителя и продавца, маркетолога и рекламиста. Капитализм, якобы призванный обеспечить материальным достатком всех граждан, в действительности нацелен на получение и приумножение денег. Интенсификация процесса производства приводит к расширению круга потребляемых товаров, производство становится массовым, ориентируясь на абстрактного потребителя и его «усредненные потребности».

Проанализируем трансформации аксиосферы человека, его интеллекта, сознания, воли в условиях господства современной потребительской культуры, которая всеми средствами пытается внушить человеку, что главным предназначением его существования является бесконечное повышение комфортности жизни путем приобретения максимального количества материальных благ.

Основная часть. То, что мы сегодня называем обществом комфорта, представляет собой, скорее, совокупность чрезмерно раздутых естественных человеческих потребностей. Общество комфорта затуманивает наш разум, навязывает нам ложные потребности, убеждает нас в том, что нам жизненно необходимы какие-то предметы, преувеличивая их ценность. Эти ложные потребности подавляют человека, лишают его возможности выбора, лишают независимости. У нас отнимают право на нашу долю внутренней свободы: не какую-то абстрактную свободу, а нашу личную и персональную свободу пользоваться тем, чем мы предпочитаем пользоваться, и жить так, как мы хотим. Сегодня, как ни парадоксально, какими вещами человеку пользоваться, с какой целью и в течение какого срока решает за него производитель. Потребителей, предпочитающих продукцию той или иной компании, объединяет сознание общего благосостояния, общих интересов, общего ощущения, что о них заботится, их опекает, к ним приспосабливается целое общество, «поставленное на службу идее счастья». Предпринимательская экономика настолько тонко и эффективно воздействует на поведение потребителей, что сами люди степень такого воздействия не осознают, считают низкой или вовсе отвергают. Как отмечает В.И. Самохвалова, «Фактически уже и само сознание перестает принадлежать человеку: активное вмешательство в него СМИ, рекламы, использование психоманипуляций разного вида для того, чтобы убедить человека купить нужный товар или проголосовать за нужного политического лидера, делает его сознание отчужденным, не позволяющим ему адекватно идентифицировать себя» [1, с. 123].

По убеждению многих ученых, как в России, так и Беларуси уже сложилось постиндустриальное «общество потребления», характеризующееся распространением «массовой культуры», абсолютизацией материальных потребностей человека и приданием потребительству статуса высшей социальной, нравственной ценности. Однако в отличие от богатых западных соседей, главный потребляемый товар в России

на массовом уровне – образы и иллюзии. Большинство населения довольствуется виртуальным обществом потребления (комфорта), которое наблюдает на экранах своих телевизоров, в супермаркетах и на улицах больших городов. Ради того, чтобы покупать эти иллюзии, порой приходится экономить даже на продуктах питания или качественных товарах повседневного спроса. Мощь современного общества «комфорта» обеспечивается не военной силой, не финансовыми потоками, не природными ресурсами, а господством в массовом сознании культа тотального потребительства. И СМИ играют в этом колоссальную, можно сказать, даже первостепенную роль. Потребительство – безрассудное, инстинктивное поведение, разогреваемое СМИ. Реклама в большей своей части апеллирует именно к простейшим человеческим инстинктам.

Анализируя проблемы потребительства в современном обществе, исследователи приходят к общему пониманию того, что идеология и практика техногенно-потребительской стратегии развития, основанная на безграничном росте материальных потребностей, безудержной технико-экономической экспансии и социальной конкуренции, привела в конце концов все человечество на грань глобальной катастрофы. Выступая на V Белорусском международном медиафоруме, глава Администрации Президента Республики Беларусь В.В. Макей отметил, что сегодня мир наблюдает глобальную утрату нравственных основ и ценностных ориентиров общества: то, что вчера казалось незыблемым, сегодня уничтожается, что мыслилось как стабильность, подвергается поруганию, тайное и сокровенное подменяется наглым [2, с. 6]. Не удивительно, что сейчас исследователи все с нарастающей тревогой заговорили об антропологической катастрофе – утрате человеком человеческого, измельчании и деградации человека, духовном оскудении, формировании «человека механического». Существующая рыночная сфера притупляет у экономического человека человеческие чувства. Типичным порождением потребляющего общества становится человек достаточно зрелый в практическом, жизненном смысле (приземленный) и инфантильный в духовном. А как иначе, если общество потребления отрицает традиционные высокие моральные ценности, необходимость всестороннего умственного, духовного и нравственного развития человека. Сегодня потребление и самореализация любой ценой – превыше всего, а главенствующую позицию в жизни занимают три фетиша: шопинг, зрелища и празднества. Сегодня у большинства людей складывается (если уже не сложился) особый образ мыслей, особое понимание действительности, выражаемое в следующих постулатах: 1) все покупается, продается и имеет свою цену; 2) чем больше имеешь денег, тем больше можешь купить; 3) если что-то не удовлетворяет твои потребности, выброси и купи новое (отсюда «эра одноразовых вещей»). Деньги правят современным миром. Абсолютно всё покупается и всё продается! Человек вынужден обращаться даже с собой как с товаром, который старается продать повыгоднее, руководствуясь высшим принципом рынка – наивысшей эффективностью. Отступают на задний план истина, мораль, справедливость, достоинство и другие общечеловеческие ценности, когда они не соответствуют прежде всего личным интересам.

Сегодня деньги заняли прочное место в быту человека, став тем самым мощным источником формирования обыденного сознания и соответствующего социального поведения. Через призму денег происходит выработка системы ценностей, рождается новая аксиология, новая этика. Человек перестает задумываться о смысле жизни, о цели своего существования. Подлинную и уже утраченную человеческую сущность бытия, он стремится заменить неподлинным принципом «обладания». Для современного человека «ценно» иметь дорогую просторную квартиру (а лучше дом) в престижном микрорайоне, машину новой марки, загородную дачу, мобильный телефон последней модели и т.д. Деньги диктуют свою политику, навязывают свое мировоззрение, свою философию.

Сегодня деньги опосредуют и личные отношения между мужчинами и женщинами. Социологическое исследование «Восприятие мужчинами и женщинами друг друга», проведенное в различных регионах Брестской области (350 респондентов), показало, что женщины в выборе партнера руководствуются преимущественно меркантильными, денежными соображениями. Наибольшим успехом у современных женщин (73,7 %) пользуются мужчины, обладающие материальным достатком. В качестве объекта симпатии 29,6 % указали на лиц, занимающих высокое положение в обществе, и только 22,0 % ориентированы на гармонию в отношениях, отдавая предпочтение «внимательным и заботливым». По мнению 10,4 % опрошенных, женщин интересуют «физически привлекательные» мужчины. И совсем единицы обращают внимание на мужчин, обладающих высоким образованием [3, с. 45].

Меняется общественная психология человека; интенциональность сознания приобретает сугубо «денежный» характер. Иными словами, сегодня мы становимся свидетелями рождения новой, монетаристской ментальности. Происходит искусственное расширение функций денег. То обстоятельство, что деньги способны удовлетворять бытовую потребность человека, служат источником комфорта и материального благополучия, – не требует доказательств. Как ни странно, сегодня становится актуальным серьезный анализ видимой взаимосвязи наличия финансовых излишков, с одной стороны, и духовного бытия личности, его подлинной свободы, возможности творческой реализации, общественного признания – с другой. Если внутренние духовные ресурсы оказываются исчерпанными (или переживаются как таковые), возникает скрытый комплекс неполноценности. Все надежды обращены на общественный авторитет; именно он должен оправдать экзистенцию человека, доказать ему его же полноценность и духовную

целостность. Именно на этом этапе духовного кризиса и возникает идея о чисто механистической самореализации. Незыблемая вера в «общественное мнение» как высшее мерило ценностей провоцирует неудовлетворенное самосознание на псевдорешения. Духовная пустота может быть компенсирована иной возможностью – возможностью признания через экономическую исключительность. Концентрация вокруг человека капитала ассоциируется в общественной психологии с продуктивной энергией, силой воли и неординарностью личности. Именно таким образом современный человек, преодолевая собственную пассивность и слабость, в корне изменяет свое бытие, перестраивает вокруг себя мир, подчиняет его своей цели и заставляет жить по собственным правилам. Возникает образ сверхчеловека, эталона благополучия, некой идеальной модели экстравертивности. Как это ни парадоксально, но финансовое возвышение субъекта все чаще и чаще рассматривается в качестве общественного признания его значимости и исключительности, в качестве высшей и наиболее полной реализации его интеллектуальных способностей.

Другим способом бегства от реальности и реализации человеком своих природных потенциальных способностей является «потребительский фетишизм», иначе говоря, престижное потребление. Для современного потребителя характерны расточительные траты на товары или услуги с преимущественной целью продемонстрировать собственное богатство и поддержать определенный социальный статус. Для утверждения и регулирования такого образа жизни служит реклама, цель которой – не столько способствовать продаже того или иного товара, сколько внедрить в общественное сознание образ целого общества, эти товары потребляющего. Подобное потребление принципиально не знает предела, насыщения, поскольку имеет дело не с вещами как таковыми, а с культурными знаками, обмен которыми происходит непрерывно и бесконечно. Однако знаки эти, хотя и обладают высокой семиотической ценностью, но оторваны от собственно человеческих, личностных или родовых, смыслов; это знаки дегуманизированной культуры, в которой человек отчужден. Это обстоятельство свидетельствует о наступлении эпохи символического (не функционального) потребления, эпохи манипулирования культурными кодами и формирования соответствующей иерархии ценностей. А именно: ценность интеллекта нивелируется, ценность науки примитивизируется до инструмента создания новых материальных благ. Ценность музыки сводится до создания новых музыкальных продуктов-однодневок. Ценность прозы рассматривается в примитивном, но захватывающем сюжете. Такие романтические ценности, как любовь во имя творчества, жажда подвига в борьбе добра над злом, долг защиты слабого от сильного, борьба за справедливость, полностью отрицаются в практической жизни. Пропагандируются примитивные ценности, которые легко получить за деньги.

Весьма серьезные проблемы возникают в связи со структурной организацией научного труда и вузовского преподавания. Отдается приоритет прикладным наукам, а фундаментальные знания рассматриваются как второстепенные, менее релевантные. Это приводит к тому, что молодежь все чаще выбирает сферы деятельности, не связанные с наукой; специалисты высшей квалификации мигрируют за пределы страны, происходит постепенная «утечка мозгов». Многие ученые (В.И. Кочетков, А.И. Ракилов) полагают, что недостаточное развитие фундаментальных научных исследований не только лишает прикладные разработки теоретической базы, не позволяя создавать прорывные образцы средств деятельности, но и обрекает общество на отставание в важнейших сферах общественного производства. Обосновывается тезис, что технократический подход к образованию ведет к подготовке однобоких функционеров, выполняющих стандартные операции и процедуры. «При этом вне поля зрения остается необходимость развивать в человеке творческое мышление, способность различать добро и зло, прекрасное и безобразное, потребность занимать социально оправданную гражданскую позицию по отношению к происходящим в обществе событиям» [4, с. 39]. Чтобы не отстать от темпов развития мировой культуры, необходимо существенное финансирование науки и осознание того, что знания превращаются в важнейший ресурс развития современного общества.

Наконец, общество потребления порождает небывалое напряжение в отношениях людей и природы. Это противоречие имеет два измерения: человек и окружающая среда, человек и его здоровье. Первое находит свое выражение в постоянном росте популярности и разнообразия так называемых практик трансгрессии, в которых человек преступает тот или иной запрет, норму, закон. Исследуя антропологические новации современности, С.С. Хоружий пишет: «Трансгрессия означает буквально – преступание. Сюда входят самые различные вещи – открытые нарушения норм морали, акты религиозной профанации и кощунства, садомазохистские извращения, насилия и кражи, делаемые ради острых ощущений, и т.д., вплоть до актов суицида и терроризма» [5]. Автор отмечает, что человек выступает здесь как «существо преступающее»: существо, имеющее тягу, одержимое желанием и влечением преступить все возможное, любую черту, которую перед человеком провела реальность или даже сама его природа; и преступание как таковое возводится в фундаментальную антропологическую установку. В таком поведении исследователь усматривает новую черту современного человека – тягу ко всякому необычному, экстремальному опыту. Человек практикует любые, зачастую рискованные и губительные методики достижения экстремальных ощущений и состояний. Экстремальными городскими играми увлекаются сотни тысяч молодых людей. Это и гонки на автомобилях, и прыжки с парашютами с заброшенных вышек и труб, и игры на городское ориентирование на опасных объектах. Но такие увлечения вовсе не безопасны. Несчастные случаи и гибель игроков – не редкость. Молодежь, а в последнее время и дети, практикуют эти игры с целью получения максимального удовольствия, ярких эмоций, «кайфа». Молодые люди разучились по-

лучать удовольствие от прочитанной книги, от просмотра художественного фильма, от полноценного человеческого общения, наконец. Интернет пестрит сайтами экстремальных игр, предлагающими подробную инструкцию по их проведению. Увлечения детей и подростков опасными играми – явное свидетельство духовного опустошения и оскудения, чрезмерной рационализации жизни. Источником этих проблем, по мнению М. Сандомирского, выступает кризис традиционной семьи, забвение семейных ценностей. Автор уверен, что разрушение большой традиционной семьи осложняет передачу опыта старших поколений младшим, обрывает цепочку наследования духовного потенциала, формирует дефицит любви, внимания и душевного тепла [6, с. 75].

Безудержное потребление оказывает разрушительное воздействие и на окружающую природу. За многие технические достижения приходится расплачиваться дорогой ценой: загрязнением воздуха, воды и почвы, деградацией природы, нарастающим снижением биоразнообразия, появлением экологических заболеваний человека. Утверждая себя как высшую ценность, человек претендует на роль единственного и бесконтрольного хозяина земли и небес: происходит обожествление земного и телесного индивида. В то время как природа лишается духовного измерения и превращается в обезличенное предметное поле, управляемое и изменяемое разумным существом с целью удовлетворения постоянно растущих человеческих потребностей. Таким образом, в социуме духовная культура становится на службу технике и экономике, а технико-экономическая императива занимает центральное место в обществе.

Обращаясь к цели нашего исследования, можно констатировать, что комфортно-потребительский образ жизни оказывает разрушительное воздействие на все стороны бытия современного общества, и человека в частности, и выступает как источник опасности и риска в существовании человеческой цивилизации, становится причиной роста и углубления глобальных проблем и конфликтов. Человек, отрекающийся от духовности в пользу материального благополучия, подменяющий истинные общечеловеческие ценности лжеценностями, отказывающийся от интеллектуального развития в пользу комфортности жизни, движется в направлении примитивизации, деградации человеческой сущности и приближении к «царству посредственности» (В.И. Самохвалова), характеризуемому однообразием, упрощением социальных отношений, тотальной пассивностью человека.

Многие исследователи констатируют общесистемный кризис техногенно-потребительской модели мирового развития и приходят к пониманию выработки новой парадигмы цивилизационного развития, не сводимой к «рыночному фундаментализму», когда высшей ценностью становятся деньги и материальный комфорт. Так, А.В. Бузгалин в своей работе «Перспективы России в глобальной неэкономике» подчеркивает, что главным ресурсом и целью стратегии преодоления системного кризиса современного общества является человек, формирование «экономики для человека». Он отмечает, что только человек должен стоять в центре экономики будущего, в отличие от современной капиталистической индивидуальной экономики, обеспечивающей производство вещей, и постиндустриальной экономики, которая хоть и расширяет возможности развития человека, но подчиняет его решению той же задачи. «Не традиционный рациональный Homo economicus, а Homo creator – человек творческий, способный ориентироваться в своей деятельности не только на новые ценности – материальные гарантии, но прежде всего на такие мотивы и стимулы труда и новаторства, как свобода деятельности, самореализация, прогресс творческого содержания труда, рост свободного времени, преодоление отчуждения человека от власти, собственности, другого человека как основа и следствие этого – преодоление самоотчуждения» [7, с. 303].

В свою очередь Ф.В. Иванов, И.В. Фотиева, М.Ю. Шишин полагают, что спасением от грозящих миру экологической и антропологической катастроф может и должен стать переход к духовно-экологической (или ноосферной) цивилизации. Основные идеи можно свести к следующим положениям: 1) научно-технический прогресс, производство материальных товаров и услуг, политические и финансово-экономические интересы должны быть не целью, а всего лишь средством гармонизации отношений между обществом и природой, подспорьем для утверждения высших идеалов человеческого существования: ненасилия, всеобщего творческого развития и нравственного совершенствования, сердечного отношения к другому человеку и к иной культурной традиции; 2) экономика и техника должны обслуживать духовную культуру, так как только последняя обеспечивает воспроизводство человека как духовно-нравственного существа. Главным условием цивилизационной трансформации, как полагают авторы, является смена идейных установок и ценностных приоритетов в сознании людей. Ценностными основаниями ноосферной цивилизации они считают категории всеединства, сердца, правды, софийности, соборности [8, с. 11].

Выдающийся американский социолог А. Этциони считает, что на смену консьюмеризму должна прийти усмиренная экономика и нормативная культура, которая славит позитивные смыслы и цели – такие, как коммунитаристские и трансцендентальные источники человеческого процветания. Под коммунитаризмом он понимает вложение сил и энергии в отношения с другими людьми, служение общему благу, оказание социальных услуг, а также участие в добровольных организациях и публичной жизни. Под трансцендентальными – стремления духовные: религиозные, творческие или артистические. Исследователь пишет «процветание человека достигает своего наивысшего уровня там, где самовыражение людей обретает сильное коммунитаристское измерение или, по крайней мере, не возникает конфликта

между трансцендентальными и коммунитаристскими стремлениями – главными источниками человеческого процветания» [9, с. 58]. Энциони указывает на то, что необходимо помочь людям осознать: сдерживаемое потребление, ограниченное базовыми условиями существования и важнейшими потребительскими товарами, не является признаком жизненной неудачи, а знаменует социальное освобождение. Таким образом, осуществляется постепенное движение в сторону процветающего общества, в котором добровольная ограниченность в потреблении рассматривается не как форма лишений, а как позитивное выражение приверженности новому образу жизни в соответствии с новыми культурными нормативами.

Мы остановились лишь на некоторых исследователях, подтверждающих и развивающих идею о том, что у мировой цивилизации возможно будущее, если источником будет выступать не предпринимательская экономика, стимулирующая товарное производство и рыночные отношения, а внутреннее развитие личности, возможность её самосовершенствования, продуцирования знаний, способных изменить не только окружающий мир, но, что гораздо более важно, окружающих людей.

Заключение. Постепенное «девальвирование» человека приведет к количественному преобладанию усредненных людей (полуавтоматов, обезличенных), а значит общество перейдет на более низкий уровень. В целом же последовательная деградация от этапа к этапу обозначит процесс вырождения человека. То есть чтобы не допустить исчезновения рода человеческого, необходима смена приоритетов мировой цивилизации, а ныне торжествующее общество «комфорта» должно ставить своей главной целью не материальную комфортность жизни человека, а подлинное его предназначение в мире – формирование целостной, гармонически развитой, сильной и ответственной творческой личности, устремленной к интеллектуальному и эмоциональному совершенствованию. Общество, в котором на первый план выдвигаются такие принципы, действительно комфортно для жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Самохвалова, В.И. Проект глобализации и метафизический мегапроект человека / В.И. Самохвалова // *Философские науки*. – 2003. – № 3. – С. 112 – 131.
2. Макей, В.В. Современные масс-медиа – важнейший инструмент формирования общественного мнения / В.В. Макей // *Беларуская думка*. – 2010. – № 6. – С. 4 – 7.
3. Соколовская, В.Г. Идентификация мужчины: взгляд женщины / В.Г. Соколовская // *Вестн. Брест. ун-та. Серия гуманитарных и общественных наук*. – 2004. – № 2. – С. 43 – 49.
4. Кирвель, Ч.С. Одномерность противоречит стабильности / Ч.С. Кирвель, А.А. Бородич // *Беларус. думка*. – 2010. – № 6. – С. 38 – 47.
5. Хоружий, С.С. Современная антропологическая ситуация в свете синергической антропологии / С.С. Хоружий // *Выступление на научном семинаре филос. фак. Новгород. гос. ун-та в апреле 2006 г.* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://synergia-isa.ru/?page_id=3602. – Дата доступа: 25.11.2011.
6. Сандомирский, М.Е. Психоматика и телесная психотерапия: практ. рук. / М.Е. Сандомирский. – М.: Независимая фирма «Класс», 2005. – 592 с.
7. Перспективы России в глобальной неоэкономике. – Экономика знаний и инноваций / А.В. Бузгалин [и др.]; под ред. А.В. Бузгалина. – М.: Экон. фак. МГУ; ТЕИС, 2007. – 364 с.
8. Иванов, А.В. Время великого размежевания: от техногенно-потребительской – к духовно-экологической цивилизации / А.В. Иванов, И.В. Фотиева, М.Ю. Шишин // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7. Философия*. – 1999. – № 6. – С. 3 – 23.
9. Энциони, А. Что придет на смену консьюмеризму? / А. Энциони // *Свободная мысль*. – 2009. – № 8. – С. 53 – 62.

Поступила 15.11.2011

THE OTHER SIDE OF SOCIETY OF COMFORT

I. LISOUSKAYA

The article deals with the problem and theme of «society of comfort» the primary aim of which is an endless increase of comfort of human life. The objective of research is to analyze the transformation of value sphere of a person in conditions of modern sociocultural dominants. The author attracts attention to the major tendencies of modern society: deformation of consciousness and high moral values, propaganda of sensuality, mental, spiritual and moral neglect of development of personality, defundamentalization of education, general decline of culture. It is concluded that the comfort-consumer way of life destructively influences all sides of life of modern society, and man in particular, and appears a source of danger and risk in existence of a human civilization.