

УДК 02.41.11



КОНСЬЮМЕРИЗМ И КОММУНИТАРИЗМ: ДВА ОБРАЗА СОЦИУМА

Давыдов Олег Борисович

Кандидат философских наук,
научный сотрудник Дальневосточного
федерального университета,
г. Владивосток,
e-mail: 328gr@rambler.ru

В работе анализируется соотношение консьюмеристской и коммунитарной концепций общества. Потребительская трансформация социальной реальности приводит к размыванию социальных связей за счет стремления индивидуумов к максимизации собственных благ. Эти тенденции в совокупности приводят к социальному кризису. Коммунитаристская философия предлагает альтернативу потребительской стратегии в идее сообщества как форме реализации добродетели и достижения общего блага. Сообщество является социальным и морально-этическим субъектом, способным поддерживать межличностные взаимосвязи и через это ограничивать индивидуальные потребности. Утверждается, что коммунитаристская стратегия обладает потенциалом противостоять негативным последствиям консьюмеризации социума.

Ключевые слова: коммунитаризм, консьюмеризм, индивидуум, сообщество, солидарность, общее благо.

CONSUMERISM AND COMMUNITARIANISM: TWO IMAGES OF SOCIETY

Davydov Oleg B.

Candidate of Philosophical Sciences,
Research fellow,
Far Eastern Federal University,
Vladivostok,
e-mail: 328gr@rambler.ru

The paper analyzes the relationship between consumerist and community society. Consumer transformation of social reality leads to the destruction of social ties, the desire of individuals to maximize their own pleasure. These trends in sum lead to a deep social crisis. Communitarian philosophy offers an alternative to the idea of consumer strategy. This idea sees the community as a form of implementation of solidarity and common good. Community is social, moral and ethical entity, able to withstand interpersonal ties and limit individual needs. The author argues that communitarian strategy can overcome negative effects of consumerization of the society.

Keywords: communitarianism, consumerism, individual, community, solidarity, common good.

Современный человек существует в обществе потребления. Этому обществу соответствуют специфические социальные взаимодействия и особое субъективное самовосприятие. Противоречия глобализации и глокализации приводят к возникновению новой социальной реальности. Процесс урбанизации, прошедший в развитых странах и продолжающийся в развивающихся, фактически разрушил локальное сообщество. Кроме того, массовая миграция в поисках работы или улучшения условий жизни так же значительно размывает коммуни-тарные связи. Однако упадок социальных структур и атомизация общества влекут за собой и противоположные тенденции. Автономизация и изоляция индивидуумов друг от друга сопровождаются концентрацией власти и управления в масштабных политических и экономических структурах. В результате массовизации потребления и формирования потребностей с привлечением средств массовой коммуникации происходит повсеместная гомогенизация социальной реальности, утрата значимых различий между сообществами.

Динамика развития социально-экономических систем к концу прошлого столетия привела к распространению и доминированию потребительского общества в планетарных масштабах. Несмотря на значимые различия между странами и регионами мира в уровне экономического развития, потребительский образ жизни и социальной ориентации стал глобальным. Постоянный рост потребностей стал движущей силой экономики, но и социальные и политические процессы стали весьма зависимыми также от фактора перманентного роста потребностей.

Потребительская социально-экономическая система строится на том парадоксе, что люди потребляют не то, что им действительно необходимо, но то, что они хотят потребить. Желания подменяют и вытесняют базовые необходимости и становятся движущей силой потребления. В консьюмеристском обществе индивиды являются не рациональными субъектами, но сингулярностями желания, движимыми страстью потребления. Человек действует не как рациональный субъект, а как движимая иррациональными импульсами машина желания. Потребитель стремится к некой вещи не потому, что она необходима для него или имеет высокую полезность для него, но лишь потому, что он желает ее потребить. Соответственно, консьюмеризм является социально-антропологическим феноменом не в меньшей степени, чем феноменом экономическим.

Возникает парадоксальная ситуация, когда потребности происходят из желаний индивидуумов, которые не могут их удовлетворить сами в силу своей обособленности, а средства для удовлетворения этих

потребностей находятся в управлении масштабных структур. Однако даже самая развитая и масштабная централизованная форма распределения неспособна выполнить требований всех сообществ и индивидуумов и учесть все потребности, как это может сделать сообщество на низовом уровне. Социально-политическая архитектура, которая раздает полномочия распределения ресурсов и обязанности по разным уровням – от самого высшего до локально-коммунитарного, является наиболее соответствующей все более усложняющимся реалиям современного мира.

Хотя акт наслаждения потребленным благом сущностно является индивидуальным, сам акт потребления и его репрезентация являются социальными феноменами. Как отмечает один из наиболее глубоких аналитиков общества потребления Ж. Бодрийяр: «Наслаждаются для себя, но, когда потребляют, никогда не делают это в одиночестве (это иллюзия потребителя, тщательно поддерживаемая всеми идеологическими рассуждениями о потреблении), а входят в обобщенную систему обмена и производства закодированных ценностей, куда, вопреки им самим, включены все потребители» [1, с. 108].

Современный консьюмеризм является не только социально-экономическим, но и морально-этическим феноменом. Многие исследователи отмечают деструктивное влияние консьюмеризма на ценностную структуру общества. Консьюмеризм конвертирует все ценности в единое унифицирующее измерение потребительской ценности: «он способствует окончательной победе экономических отношений над всеми прочими сферами, упрощает массового человека, обеспечивает победу материальных ценностей над духовными» [2]. Моральный кризис современного общества связан с проникновением рыночных и потребительских отношений во все сферы жизни. В особенности деструктивными последствиями это проникновение обладает в сфере социальных взаимодействий. Потребительская одномерность ценностей порождает одномерного человека, о котором писал Г. Маркузе.

Современный индивидуум находится в состоянии перманентной тревоги и стресса, которые являются не только следствием индивидуальных проблем, но и результатом действия социальной системы. Таким образом, «в состоянии ценностно-мировоззренческой паники и предельной раздробленности общество вынужденно считаться только с четко санкционированными системами вещей» [3, с. 111]. Соответственно, одна из ключевых проблем общества потребления заключается в том, что индивидуум в своем поведении в большей степени ориентируется на вещи и иные объекты потребления, чем на межличност-

ные взаимодействия. Другой человек для потребителя является безличным объектом, перед которым демонстрируются знаки потребления. В условиях потребительского общества утрачивается ценность непосредственного социального взаимодействия, не опосредованного символической системой знаков. Потребляемые вещи обретают избыточную смысловую нагрузку, заполняющую возникающий в результате ослабления межличностных взаимосвязей коммуникативный вакуум.

Тем не менее наблюдаемый триумф потребительского общества был бы невозможен без того, чтобы им предлагалась особая социально-антропологическая модель. В действительности такая модель существует, и она не является спонтанно возникшей, но имеет конкретную философскую историю. Речь идет о концепции автономного субъекта, сформированной и развитой в философии эпохи модерна. Для того чтобы достичь смысловых оснований складывающейся ситуации, необходимо обратиться к экспликации философских оснований современного субъекта.

В качестве альтернативы современному потребительскому обществу мы предлагаем коммунитаристский социально-философский проект. Данное направление философии, полагающее базовым элементом социальной реальности не автономного индивидуума и не социум, а сообщество, является широко представленным в современной философии. Кроме того, коммунитаризм имеет глубокие корни в классической философской традиции, восходящие к античности. Современный философский коммунитаризм сформировался в последней четверти прошлого столетия в результате критического обсуждения революционной работы американского философа Дж. Ролза под названием «Теория справедливости». Среди крупнейших современных представителей этого философского направления следует упомянуть Ч. Тейлора, А. Этциони, Р. Сэндела, М. Уолцера, А. Макинтайра.

Критика философии автономного субъекта, лежащей в основе общества потребления, является краеугольным камнем философии коммунитаризма. В своей классической книге «Источники самости: создание современной идентичности» [4] канадский философ Ч. Тейлор производит генеалогическое исследование становления автономной идентичности в философии и социальной практике. Потребительская эгоцентричность и асоциальность современного консьюмеристского «я» являются следствиями особого понимания субъекта как независимого центра мышления и воли, полагающего объективный мир сферой своего присвоения. Модерный субъект обладает универсальной свободой рациональной воли, способной отрешиться от конкрет-

ных социальных взаимодействий и случайных обстоятельств конкретной коммунитарной ситуации, в которой экзистирует эмпирический индивидуум.

Такое неангажированное метафизическое «я» выступает оппозицией по отношению к пониманию сущности человека как существа, укорененного в мире и социуме, которое было присуще античной и средневековой философии. Современный автономный субъект мыслится коммунитаристами как абстрактный, обезличенный и в сущности радикально отличающийся от фактической ситуации человеческой жизни.

Соответственно, исходя из указанной критики, коммунитаристы предлагают альтернативу модерному субъектоцентризму и находят ее в утверждении сообщества как фундаментальной онтологической и социальной реальности. Основанием коммунитаристской социальной философии является аристотелевская идея того, что человек является сущностно социальным существом. «Мы» является сущностной составляющей «я», которая не может быть элиминирована из него без нанесения фундаментального ущерба последнему. Эмпирический человек самым фактом своего рождения принадлежит к сообществу, которое характеризуется наличием определенной системы ценностей, системой социальных ролей и статусов, традиций, обычаев и т.д.

Индивидуум не может сформироваться как личность вне этого конкретного сообщества, и, соответственно, его ошибочно представлять как автономного субъекта, главной добродетелью которого является необусловленный потребительский выбор. Таким образом, коммунитаристы, в противоположность индивидуалистической концепции, отстаивают аристотелевскую этику, в которой «предполагается важное различие между тем, что считает благом конкретный индивид в конкретное время, и тем, что на самом деле является для него благом» [5, с. 204]. В проекции на практику потребления эта идея означает то, что желание индивидуума потребить нечто не совпадает с наличием объективной потребности индивидуума в благе.

Однако современная социальная реальность характеризуется именно такой предпосылкой ситуацией атомизации, разобщенности и эгоистичности. Не в последнюю очередь это происходит именно под влиянием консьюмеристских тенденций. Потребитель – это онтологический одиночка, он руководствуется лишь собственным ненасытным желанием потреблять, стремясь выйти в своем желании за любые социальные, моральные или трансцендентные границы. Современному человеку приходится существовать в массовом потребительском об-

шестве, которое оставляет для него место лишь автономной индивидуальности, изъятой из контекста актуально коммунитарного «мы».

Потребительский индивидуализм предполагает неограниченную индивидуальную свободу, которая мыслится основным условием для свободного выбора. Тогда как для коммунитаристов такое понимание свободы является неприемлемым, поскольку оно бессодержательно и абстрактно. Абсолютная, ничем не ограниченная свобода – это отсутствие свободы, а реальная свобода есть всегда компромисс между индивидуальными интересами и требованиями сообщества, к которому принадлежит данный индивидуум. Более того, индивидуум не может быть свободным вне сообщества, поскольку именно сообщество предоставляет ему защиту и условия для самореализации своего потенциала, в том числе и свободы выбора.

Онтология коммунитарной социальной реальности заключается в интерпретации человеческой экзистенции как формы сосуществования с другим. Человеческая личность не тождественна индивидууму, как и не представляет она и автономной от другого монады. Личность онтологически обращена не внутрь себя, а вовне, к другому, и, воспринимая его влияние, обретает себя. Можно провести аналогию личности с центробежным центром или центростремительной периферией. Таким образом, «я» и другой образуют онтологически укорененное сообщество, которое фактически определяет основные параметры их существования, включая морально-этическую ориентацию, понимание добродетелей и общего блага.

Таким образом, консьюмеризм и коммунитаризм как философские позиции и социальные практики находятся в отношении диалектических противоположностей. Концепция автономного индивидуума, соответствующая потребительской парадигме, является весьма проблематичной с позиции развития социальных взаимодействий и морально-этического развития. Фактическое состояние современного общества потребления наглядно демонстрирует то, что автономизированный, изъятый из локального сообщества, индивидуум является не рациональным субъектом, делающим осознанный и свободный выбор, а машиной желаний, подверженной внешним манипуляциям. В свою очередь, коммунитаристская модель личности как неразрывно связанной и происходящей из сообщества, а потому обладающей добродетелями и пониманием общего блага, имеет потенциал для преодоления негативных тенденций, приведших к кризисным явлениям.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006. 269 с.
2. Федотова В.Г., Колпаков В.А., Федотова Н.Н. Меняющаяся социальность: будущее капитализма [Электронный ресурс]. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=332&Itemid=52 (дата обращения: 05.07.2016).
3. Кузнецов Д.А. Коллективный субъект антиконсьюмеризма: к постановке проблемы // *Философия и общество*. 2013. № 2. С. 100–119.
4. Taylor C. Sources of the Self: The Making of the Modern Identity. Harvard, 1992. 624 p.
5. Макинтайр А. После добродетели. Исследования по генеалогии морали. М., 384 с.

References

1. *Bodriyar Zh.* Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury. M., 2006. 269 s.
2. *Fedotova V.G., Kolpakov V.A., Fedotova N.N.* Menyayushchayasya sotsial'nost': budushchee kapitalizma [Elektronniy resurs]. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=332&Itemid=52 (data obrashcheniya 05.07.2016).
3. *Kuznetsov D.A.* Kollektivniy sub'ekt antikons'yumerizma: k postanovke problemy // *Filosofiya i obshchestvo*. 2013. № 2. S. 100–119.
4. *Taylor C.* Sources of the Self: The Making of the Modern Identity. Harvard, 1992. 624 p.
5. *Makintayr A.* Posle dobrodeteli. Is-sledovaniya po genealogii morali. M., 2000. 384 s.