

УДК 342.042

**МАТЕРИАЛЬНЫЕ БЛАГА В КОНТЕКСТЕ  
СМЫСЛОЖИЗНЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА**

---

**MATERIAL BENEFITS IN THE CONTEXT  
OF LIFE-MEANING VALUES  
IN THE MODERN CONSUMER SOCIETY**

**Маслодудова Наталья Владимировна,**  
*доцент кафедры гуманитарных и социально-  
экономических дисциплин Сибирского юридического  
института МВД России (г. Красноярск),  
кандидат философских наук, доцент*



nata.maslodudova@yandex.ru

**Ключевые слова:**

ценностные ориентации, смысложизненные ценности, потребительское общество, материальные блага.

В статье на основе анализа особенностей потребительского общества и материалов социологических исследований демонстрируются последствия неограниченного влияния материального потребления на духовность личности. Отказ от разумного потребления не только порождает новую форму зависимости человека, но и затрудняет реализацию эвдемонизма как смысложизненной ориентации.

**Keywords:**

value orientations, life-meaning values, consumer society, material benefits.

Based on the analysis of the characteristics of the consumer society and the proceedings of sociological research, the article considers the consequences of the unlimited influence of material consumption on the spirituality of the individual. Refusal of rational consumption not only gives rise to a new form of human dependence, but also complicates the realization of eudaimonism as a life-orientation.

**И**зучая специфику законов общественного развития и выделяя такую их особенность, как недолговечность, в очередной раз понимаешь, какую гениальную мысль выдвинул К. Маркс, сформулировавший закон невозможности удовлетворения человеком его постоянно растущих потребностей. Потребности выражают взаимосвязь между производством и потреблением материальных и духовных благ, а удовлетворение витальных потребностей ведет к возникно-

вению новых, что очень хорошо продемонстрировано в иерархической пирамиде потребностей А. Маслоу [8]. Именно это порождение новых потребностей К. Маркс и Ф. Энгельс назвали первым историческим актом [6], отметив, что это отличает человека как субъекта своего исторического процесса, преобразующего природную и социальную среду, от животного, приспособляющегося к среде. «Размер так называемых необходимых потребностей, равно как и способы их удовлетворения, сами представляют собой продукт истории и зависят в большой мере от культурного уровня страны...» [5, с. 182].

Очевидно, что это один из немногих общественных законов, который работает наверняка и не теряет актуальности. Современное потребительское общество, ориентированное на все большее потребление и производство продукции, невольно втягивает человека в зависимое положение, делая его рабом рынка. В этом смысле новую актуальность получают слова Ж.-Ж. Руссо, написанные в XVIII веке: «Человек рожден свободным, а между тем везде он в оковах!» [9]. Ж. Бодрийяр еще в 1970 году в работе «Общество потребления» назвал потребление цепной психологической реакцией, природа которой бессознательна. По мнению данного автора, потребление предметов больше не связано с их сущностью, а избыток предметов потребления указывает на мнимое изобилие, которое делает современное общество обществом самообмана, где невозможны ни подлинные чувства, ни культура [1]. Конечно, само желание приобрести материальные блага невозможно осуждать, так как это следствие нашей биосоциальной сущности, согласитесь, спать на ортопедическом матрасе гораздо удобнее, чем на рогожке. Но нельзя не увидеть в этом желании современного человека подмену истинных ценностей. «В погоне за материальными благами люди забывают, что машина – это средство передвижения, телефон – средство коммуникации, шуба – средство для сохранения тепла, а все вместе – это всего лишь вещи, которые созданы для того, чтобы служить человеку, которые сами по себе не дают ему возможности быть кем-то, а лишь позволяют кем-то казаться. В этом театре мнимых личностей человек окончательно теряет свое собственное «Я». Люди не существуют в полном смысле этого слова, а постоянно расширяют свой мир через приобретение вещей, сводя свою жизнь к постоянной гонке за обладанием» [11]. Овеществленный продукт труда, созданный руками человека, начинает господствовать над ним самим. «Чем больше рабочий выматывает себя на работе, тем могущественнее становится чужой для него предметный мир, создаваемый им самим против самого себя» [4, с. 88], тем беднее материально и духовно сам человек.

Реклама, играя на самых тонких струнах человеческой души (например, самоуважении), заставляет нас поверить, что для того, чтобы быть успешным и счастливым, необходимо иметь машину класса люкс, виллу у моря, самый сов-

ременный iPhone и одежду из последней коллекции известных модельеров, бюджетный вариант которой начинается от 500 тыс. рублей.

Быстро меняющийся стандарт предлагаемого потребления, как некий образ достатка материального блага, не оставляет человеку времени для того, чтобы решить, что действительно может быть для него необходимым и достаточным. В погоне за предлагаемым стандартом материального блага люди перестают ощущать счастье от самой сегодняшней жизни, рассматривая ее лишь как ступень для достижения ожидаемого. Эвдемонизм как смысложизненная ориентация, выдвинутая еще Эпикуром в Древней Греции, является до сих пор одной из самых значимых в этической философии. Человек рожден для счастья, которое каждый и во все времена понимал и понимает по-разному, но эвдемонистическая составляющая рассматривается как имманентная для духовного здоровья человека. Потеря ощущения счастья чревата личностным расстройством вплоть до суицидальных устремлений. Конечно, это вовсе не означает, что жизнь – нескончаемый праздник, но сам факт осознания своей смертности заставляет человека ценить жизнь такой, какая она есть. Исследователи, занимающиеся динамикой ценностей в России, отмечают некоторую ностальгию части современного российского общества по советскому времени периода застоя. В частности, С.В. Мареева, представляя в статье «Динамика норм и ценностей россиян» результаты эмпирического анализа норм и ценностей россиян по данным общероссийских исследований ИС РАН и Всемирного исследования ценностей, отмечает, что «доля сторонников общества социального равенства в последние 15 лет стабильно составляет более 60%, в то время как на общество индивидуальной свободы ориентировано около трети россиян» [3]. При этом она справедливо отмечает, что «сам по себе выбор социального равенства как более предпочтительного еще ни о чем не говорит, поскольку интерпретация этого равенства может быть различна – и как равенства прав, и как равенства возможностей, и как равенства положения и условий жизни» [3]. Учитывая эту особенность, указанная выше ностальгия, на наш взгляд, в большинстве случаев связана не с социальным равенством и отсутствием олигархов, а с чувством удовлетворенности от собственной жизни.

Современное общество с его быстро меняющимися образцами не позволяет человеку получить подлинного удовольствия и насладиться тем, что ему удалось добиться на каждом определенном этапе. Ярким примером может служить представление продукции Apple. В 2017 году компания выпустила три новые модели: iPhone 8 и iPhone 8 Plus, а несколько недель спустя – радикально переработанный iPhone X. Тот, кто только что приобрел iPhone 8 и был от этого счастлив, уже через 30 минут испытал разочарование, а через несколько недель – новое чувство неудовлетворенности. Быстро меняющиеся коллекции одежды, образцы современной бытовой и цифровой техники, новые линейки ав-

томобилей и строящиеся жилые комплексы бизнес-класса – все это, несомненно, направлено в целом на улучшение жизни человека, если у него есть возможность этим обладать. Однако надо четко понимать, что разумное потребление, призыв к социальному равенству и возможная экспроприация не решают проблемы неудовлетворенности жизнью, так как люди сегодня не хотят быть одинаково бедными. Люди потребительского общества воспитаны в желании обладать всем самым лучшим. И если у тебя нет самого лучшего, то тебе не добавит удовольствия осознание того, что этого нет и у твоего соседа.

Мы обратились через онлайн-сервис «Google формы» к представителям молодого поколения (возраст от 19 до 21 года) с вопросами, анализ которых позволил дать представление о системе ценностей современной молодежи. Всего были опрошены 464 человека [7]. Первый вывод, который был сделан, что в современном российском обществе даже среди представителей одной возрастной группы присутствуют носители совершенно разных нормативно-ценностных моделей. Кроме того, обнаруживается тот факт, что идеальные ценности, которые часто рассматриваются как термальные (смысложизненные), а потому мыслятся и провозглашаются как истинные и достойные, расходятся с реальными ценностями, обладание которыми вызывает у молодых людей непроизвольное уважение, зависть и стремление подражать. Например, такая идеальная термальная ценность, как семья и любовь, совмещается с такой реальной ценностью, как прагматизм в отношениях и удобство совместного проживания. Совпадение идеальных и реальных ценностей является основанием считать человека цельной личностью, что, в свою очередь, выступает признаком развитой индивидуальности. Несовпадение же свидетельствует об обратном. Именно этот факт может служить объяснением того, что только треть россиян, по результатам исследования С.В. Мареевой, «выбирает общество индивидуальной свободы, и при этом указанная цифра стабильна и не демонстрирует тенденций к росту» [3]. Это объясняется и тем, что молодые люди связывают индивидуальную свободу с материальной независимостью. В частности, на вопрос о том, что является основанием свободы личности, опрашиваемые в большинстве случаев выбирают материальную независимость, а не самоограничение, которое в потребительском обществе может быть единственным условием подлинной свободы личности, понимаемой как возможность выбора. Именно в этом выборе проявляется гуманистическая ценность свободы, связанная с торжеством собственного достоинства, – не рабское следование установленным образцам и стандартам, а достигнутая гармония человека с самими собой. «Человек свободен в возможности делать собственный выбор и действовать в соответствии со своими целями и интересами» [2].

Второй вывод касается того, что потребительское общество сильно изменило нашу систему ценностей, которая является важнейшей характери-

кой духовного мира человека, его мотивационной сферы и его индивидуальности. Очевидно, что личностная система ценностей всегда формируется, основываясь на ценностях, которые являются доминирующими в конкретном обществе, а они, в свою очередь, влияют на выбор индивидуальной цели каждого отдельного человека и на определение способов ее достижения. Современные молодые люди ориентированы на достижение достаточно высокого уровня материального блага, который нельзя в современных социально-экономических условиях обеспечить выбранной профессией (опрашивались будущие педагоги, работники правоохранительных органов и медики). Четкое понимание молодыми людьми, что представляемый уровень желаемого материального блага связан с иными сферами деятельности, позволяет предположить, что большая часть из опрошенных не будут работать по той специальности, которой они обучаются. А та часть, которая будет вынуждена остаться в профессии, будет обречена на постоянное недовольство своим материальным положением. Интерес к легкому заработку (участие в компьютерных играх, телешоу, блогерство), получению пассивного дохода (рента, проценты по вкладам и т.п.) среди молодых людей настолько высок, что, применяя метод И. Канта проверки истинности «от единичного ко всеобщему», можно предположить, что социально значимые профессии в современном представлении – это удел неудачников или одержимых.

Современный гуманист Д.С. Соммэр, разработавший концепцию научной основы морали («физика морали»), в книге «Мораль XXI века» отмечает, что человечество в конце XX века пришло «к умственной и психологической гомогенизации людей» и сейчас переживает «тиранию масс», превращающую человека «в самую жалкую посредственность» [10, с. 28, 29]. Становясь частью толпы, человек как бы спускается ниже по лестнице цивилизации, приближаясь к варварству. При этом, как любой спуск, он всегда происходит гораздо быстрее, чем подъем. Глядя на то, что происходит сегодня в мире (начиная от поведения людей, казалось бы, на безобидных ночных распродажах, активно рекламирующих безумие, как некий образец, до трансляций в интернете убийств, совершенных террористами), соглашаешься с утверждением Д.С. Соммэра о том, что «при расстройстве человека в толпе значительно ослабевает его разум» [10, с. 31].

Делая вывод, хотелось бы отметить, что в гипотетической возможности превращения в толпу под воздействием общих тенденций и частного обогащения независимо от его источника кроется опасность и трагедия как для самого человека, так и для общества в целом, так как при этом теряются действительно общезначимые функции всех существующих социальных институтов.

## Библиографический список

1. Бодрийяр, Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр. – М., 2006. – URL: [http://royallib.com/book/bodriyyar\\_gan/obshchestvo\\_potrebleniya.html](http://royallib.com/book/bodriyyar_gan/obshchestvo_potrebleniya.html) (дата обращения: 28.10.2019).
2. Кант, И. Критика чистого разума / И. Кант. – URL: <https://iphlib.ru/library/library/collection/antology/document/HASH8a3f9f3288ef09055f62a1> (дата обращения: 26.08.2019).
3. Мареева, С.В. Динамика норм и ценностей россиян / С.В. Мареева. – URL: <http://naukarus.com/dinamika-norm-i-tsennostey-rossiyan> (дата обращения: 28.10.2019).
4. Маркс, К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Т. 42.
5. Маркс, К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Т. 23.
6. Маркс, К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Т. 3.
7. Маслодудова, Н.В. Ценностные ориентации современной молодежи российских регионов / Н.В. Маслодудова, В.Е. Шинкевич // Социально-гуманитарные знания. – 2019. – № 5. – С. 214 – 216.
8. Маслоу, А.Г. Мотивация и личность / А.Г. Маслоу. – URL: [http://www.bimbad.ru/docs/maslow\\_motivation\\_and\\_personality.pdf](http://www.bimbad.ru/docs/maslow_motivation_and_personality.pdf) (дата обращения: 28.10.2019).
9. Руссо, Ж.-Ж. Об Общественном договоре / Ж.-Ж. Руссо // Трактаты. – М., 1998. – URL: <http://lib.ru/FILOSOF/RUSSO/prawo.txt> (дата обращения: 28.10.2019).
10. Соммэр, Д.С. Мораль XXI века / Д.С. Соммэр. – М., 2013.
11. Шинкевич, В.Е. Смыслжизненные ориентации как критерий направленности развития личности, профессиональной культуры сотрудника органов внутренних дел / В.Е. Шинкевич, Н.В. Маслодудова // Вестник Казанского юридического института МВД России. – 2017. – № 1(27).