

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2021, №1, Том 12 / 2021, No 1, Vol 12 <https://sfk-mn.ru/issue-1-2021.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/02SCSK121.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Напсо М.Д. Наслаждение как гедонистический принцип // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2021 №1, <https://sfk-mn.ru/PDF/02SCSK121.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Napso M.D. (2021). Pleasure as a hedonistic principle. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 1(12). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/02SCSK121.pdf> (in Russian)

**УДК 316.4**

**ГРНТИ 04.21.41**

**Напсо Мариана Давлетовна**

ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская государственная академия», Черкесск, Россия

Профессор кафедры «Философии и гуманитарных дисциплин»

Доктор социологических наук, профессор

E-mail: [napso.marianna@mail.ru](mailto:napso.marianna@mail.ru)

## **Наслаждение как гедонистический принцип**

**Аннотация.** Объектом настоящей статьи является проблематика гедонизма, а предметом – феномен наслаждения в качестве атрибута жизни современного человека. Исследуется сущность гедонизма, показывается его востребованность современным обществом потребления, раскрываются его специфика и отличия от принципов пуританской этики. Прослеживаются взгляды исследователей на социальную природу гедонизма, раскрывается содержание социально-философских и социологических концепций, в которых гедонизм представлен как особый способ мировосприятия и действия. Раскрываются особенности различных форм гедонизма, их воздействие на поведение и сознание индивида и общества в целом, соотношение в них рационального и чувственного. Удовольствия и наслаждения анализируются в различных ипостасях: как экзистенциальные явления, как образ жизни и система установок, как формы социализации и самореализации. Показывается, как принцип удовольствия приобрел в настоящее время всеобъемлющее значение, превратился в магистральный тренд и важнейший способ существования. Методологическую основу статьи составили онтологические принципы диалектики, позволившие представить явление гедонизма в его целостности и противоречивости, раскрыть условия его возникновения, проследить механизмы его развития в качестве социального феномена, актуальность подтверждается реалиями современного времени. Исследуется роль различных форм социального контроля, призванных регулировать процесс получения наслаждений. Статья содержит элементы научной новизны, которые могут быть сведены к следующим тезисам: (1) наслаждения являются составной частью современной жизни и онтологическим принципом бытия человека и общества; (2) общество потребления превратило наслаждения в своеобразный культ, создало условия для возникновения феномена гипергедонизма.

**Ключевые слова:** гедонизм; чувственность; наслаждение; счастье; пуританизм; аскетизм; эгоцентризм

Проблематика гедонизма, сущность которого состоит в признании принципа удовольствия в качестве основы и смысла человеческого существования, восходит к античности. Удовольствие является благом и счастьем, считал Сократ, а значит, оно должно быть удовлетворено, и чем быстрее, тем лучше. По мнению античных мыслителей, удовольствия должны подвергаться контролю – как внутреннему, так и внешнему, в противном случае теряется само содержание удовольствия. Так, Эпикур говорил о важности не только управления, но и – в ситуации необходимости – подавления желаний. Целью же всякого наслаждения являются, по его мнению, достижение атараксии, безмятежности и душевного равновесия, а также проявление умеренности в своем поведении по отношению к удовольствиям. Аристотель, которому принадлежит концепция эвдемонического счастья (в противовес гедонистическому), полагал, что человек счастлив тогда, когда имеет определенную цель в жизни, когда его действия оцениваются не только рационально, но и нравственно, когда он осознает необходимость следования не только и не столько своим желаниям, сколько социальным нормам и законам. Счастье в его представлении связано с понятиями долга и ответственности. В эпоху средневековья гедонизм не приветствовался, поскольку считался греховным явлением. В Новое время философы стали вести речь о различных типах гедонизма – разумном, ценностном, этическом, психологическом. С точки зрения разумного гедонизма, человек должен ставить пределы своим желаниям и удовольствиям, и в таком качестве они являются ценностью и благом, поскольку приносят ощущения счастья. Психологический гедонизм основывается на том, что индивиду присуще стремление к получению удовольствий и избеганию страданий. Смысл этического гедонизма сводится к пониманию удовольствия как блага, если оно, во-первых, морально оправдано, а во-вторых, отвечает не только интересам индивида, но и социума.

Сегодня проблематика наслаждений приобрела особое значение, и это связано с утверждением в западной культуре гедонизма как ценности. Итогом такого миропонимания явилось появление человека нового типа, сосредоточенного исключительно на себе и своих интересах. Современного человека можно без всякого преувеличения назвать существом, для которого удовольствия составляют важнейшую часть его жизни, поскольку они ассоциируются со счастьем. Да и в природе самого человека заложено стремление к получению чувственных наслаждений, ставших для многих смыслом существования, нравственным и культурным принципом. Общество потребления возвело этот принцип в абсолют, сформировав образ потребляющего и наслаждающегося человека. Возникла и соответствующая консюмеризму массовая культура, которая широко эксплуатирует наслаждения и удовольствия в качестве непреложных атрибутов бытия, а также факторов, обеспечивающих счастливое существование и эмоционально-ценностное восприятие мира. Так «принцип удовольствия» (З. Фрейд) обрел черты всеобщности, а «наслаждение приняло облик насущной потребности и фундаментального права» [1, с. 50].

Нельзя не признать того, что наслаждения столь же важны, как ценности материального и духовного свойства, они представляют собой специфический способ восприятия и отражения мира. Рациональность и чувственность, как известно, взаимосвязаны, бытие предстает и воспринимается в единстве логических и чувственных образов, на что обращали свое внимание многие исследователи, подчеркивая несомненное воздействие удовольствий на сознание и поведение индивидов. Еще П. Сорокин, говоря о типах культур, выделил (наряду с идеациональным типом – с главенством в нем религиозных ценностей и сверхчувственного – и идеалистическим, которому присуще господство духовного над материальным) чувственный (или сенситивный) тип культуры. Его основу составляют, считал исследователь, практический интерес (прагматизм) и гедонизм, понимаемый как удовлетворение чувственных желаний. Согласно точке зрения социолога, возникновение того ли иного типа культуры сопровождается, с одной стороны, формированием соответствующего этому типу индивида с

особым стилем мышления и характером действия, а с другой – разным соотношением в социальном бытии чувственного и рационального. Наслаждение по-разному понимается исследователями: так, для Р. Барта, оно есть высшая мера удовольствия, поскольку основывается на таких понятиях, как удобство и комфорт; Ж. Лакан, как и С. Жижек, видит в нем избыточное удовольствие [2, с. 142].

В культуре общества потребления чувственности отведено особое место, олицетворением чего стало появление Homo Sensitive. Европейской культуре свойственны гедонизм и утилитаризм: для гедониста наслаждение является своеобразным культом, а сама жизнь предстает как бесконечный круговорот постоянно возрастающих желаний эгоистического характера, составляющих основу удавшейся жизни. Современный человек, по справедливому мнению французского исследователя Ж. Бодрийера, «обязан быть счастливым, влюбленным, расхваливающим (расхваленным), соблазняющим (соблазненным) ... эйфоричным и динамичным», а это предполагает «систематическое использование всех возможностей наслаждения» [3], чрезмерная увлеченность которыми приводит к их превращению в иллюзии, в симулякры. Охватывая пространство человеческой жизни, они формируют такое индивидуализированное бытие, в котором наслаждения становятся важнейшей жизненной стратегией, обеспечивающей, как представляется многим, свободу в ее подлинном выражении. В отличие от гедонизма, утилитаризм основу действий человека и системы его нравственных установок видит в пользе, в которой заключены истина и смысл человеческого существования.

Современный мир сформировал новый тип человека с его ориентацией на успех. Целью жизни стали деньги, престиж, социальный комфорт – олицетворения счастья, и в первую очередь – деньги, именно они дают ощущения собственной значимости. В практической жизни человек видит себя существом, стремящимся к «иметь», поэтому счастье сводится к тому, чтобы реализовывать свои желания, и чем их больше – тем лучше. Вещи, в представлении многих, создают условия для получения наслаждений разного рода, но в реальной действительности они приводят к появлению не счастливого, а несчастного человека, писал Э. Фромм, поскольку смысл счастья сводится не к тому, чтобы «являться», а к тому, чтобы «казаться». Отсюда повышенный интерес к своей персоне, внешнему облику, телу и сексуальности в целом. Это и ориентация индивида и общества на максимальное обогащение и безудержное потребление этих индикаторов социального благополучия. Итогом следования установкам подобного рода является возникновение «одномерного» человека с деформированным сознанием. Модус обладания и культ наслаждений (свидетельство тому – развитая система досуга и развлечений) становятся преобладающими, поскольку они якобы дают ощущения свободы и независимости. Однако в реальности человек оказывается заложником запрограммированных установок, которые лишают его свободы выбора, освобождают от социальной ответственности, создают пространство пустоты, делают его жизнь, согласно мнению Э. Фромма, непродуктивной.

Счастье как гедонистическая установка пронизало все пространство современного общества. Праздный образ жизни, праздничность, удовольствия становятся основополагающими принципами организации бытия (и не только на уровне отдельного индивида), поскольку именно праздник, согласно опросам, способствует освобождению от диктата общества и воздвигаемых им социальных барьеров и всевозможных запретов. Достижение счастья через ощущения радости и наслаждений оставляет основу жизнедеятельности человека консьюмеристского мировоззрения. Эти удовольствия «добываются ценой непомерных усилий. Находясь в состоянии праздника, а значит – вкушая удовольствия, индивид как бы «перерождается», он более свободно вступает «в неформальные отношения на основе измененных ... моральных, этических, эстетических и частично правовых норм... Именно в праздник человек получает реальную возможность через разрешенное

поведение временно подавить ... бессмысленность и нелепость элементов отчужденной жизни» [4, с. 159]. Бытие, лишённое наслаждений, считается в некоторой степени трагичным, поэтому праздничность демонстрируется, выставляется напоказ, именно через праздник утверждают себя в качестве преуспевших людей. Следствием расширения пространства праздника стало появление т. н. праздничной культуры: индивиду «вменяется в обязанность наслаждаться, он становится предприятием по наслаждению и удовлетворению» [3]. Жизнь как праздник позволяет скрыть (или же не замечать) существующее социальное неравенство, микшировать социальные различия. Но праздник в форме игры имеет свои плюсы, он стимулирует процессы социализации и адаптации. Но в ситуации, когда удовольствия становятся смыслом бытия, происходит процесс деградации – нравственной, морально-этической, человеческой.

Общество потребления, утверждая гедонизм в качестве нормы-установки, создает условия для формирования т. н. эгоистической культуры: индивидуализм как мировоззрение и как образ жизни утверждаются в массовом сознании. Ценности традиционной культуры, связанные с понятиями долга и ответственности, противостоят императивам т. н. счастливой жизни, которые превращают удовольствия в своеобразный фетиш. И тогда желания плодят самих себя, а человеческая жизнь превращается в бесконечную погоню за наслаждениями. Формула «я есть то, чем владею, и то, что потребляю» стала для многих жизненной платформой. Но «любовное» к себе отношение заключается не только и не столько в демонстрации своего успеха, сколько в уважении себя как рационально мыслящего и творчески действующего субъекта. И лишь в таком контексте можно вести речь о подлинности существования, что дает ощущения счастья и удовлетворенности жизнью. В противном случае, как это имеет место, происходит процесс отчуждения человека, реальность жизни замещается ирреальностью, а «бытие-здесь-и-сейчас» – бытием в мире иллюзий. Симулякры наслаждений «стремятся легализоваться» [5, с. 239], а само наслаждение (или удовольствие) «объективируется, перемещается из сферы внутреннего, субъективного на поверхность, становясь определенным законом общественного бытия» [6, с. 32].

Так наслаждение выступает в форме симуляции счастья, а «порядок симуляции ... принуждает человека к определённом поведению, но формой принуждения является уже не предписание, а расписание» [7]. В итоге принцип удовольствия вступает в противоречие с принципом реальности, который требует гедонистической соразмерности, а индивид становится «механизмом» по производству и воспроизведению наслаждений. Этому способствует и широкое использование современных технологий, утверждающих культ наслаждений – как реальных, так и виртуальных. Принцип удовольствия, таким образом, приобретает всеобщий характер, он становится своего рода обязанностью, ему необходимо следовать, его надо постоянно поддерживать. В противном случае вполне возможно осуждение со стороны окружения, близких и знакомых, более того, велика опасность выпадения из социального контекста, превращения в человека, играющего не по правилам. Так удовольствие в широком смысле слова «воспринимается потребителем и воспроизводится...» [8, с. 226].

Господство гедонистических установок стало кодовым (знаковым) для современного времени. На смену пуританской морали, которая господствовала в западной культуре продолжительное время, пришла гедонистическая, что было связано в первую очередь с возникновением общества потребления, коренным образом трансформировавшего систему социальных ориентиров и ценностных установок. Аскетическая мораль и аскетический образ жизни приходили в противоречие с требованиями философии гедонизма. Процесс становления среднего класса сопровождался рядом процессов – неприятием догматизированных традиций и жестких форм регуляции социальных отношений, стремлением к получению удовольствий, все более превращавшихся в соблазн. Принцип удовольствия оказался сопряженным с феноменом расточительства как условием манифестации успешности жизни. Т. н. гедонистический уклон становится характерным для представителей всех социальных слоев:

на смену бережливости «пришла» безудержная трата без оглядки на возможные негативные последствия, чему способствовала и способствует расширяющаяся практика кредитования. (Несмотря на то, что во многих странах наблюдается отказ от чрезмерного потребления, все же оно продолжает существовать, более того, темпы и объемы потребления имеют тенденцию к росту, что подтверждается социологическими исследованиями). Соблазн покупки очаровывает, приносит ни с чем несравнимое удовольствие: «соблазн вездесущ: он в красоте и уродстве, добре и зле ... – любую похоть соблазн способен оплести своим кружевом, зажечь обольстительным лоском и включить в свою игру – обратив в искушение приманки» [1]. Современное общество эксплуатирует соблазн и гедонистический тренд, низводит наслаждения и удовольствия к простому переживанию, в котором чувственность все более утрачивается.

В таких условиях ставить пределы процессу самоограничения сложно, поскольку общество программирует индивида на вполне конкретные социальные действия, которые соответствуют гедонистическим установкам и практике избыточного потребления. Наслаждения активно используются различными структурами «как инструмент усиления господства, ориентированного на интенсификацию не только «возвышенных» стремлений ..., но и потребностей грубой чувственности и телесности...» [9, с. 109]. В этих процессах велика роль рекламы, которая своей агрессивной напористостью подавляет свободу выбора (хотя сегодня она становится все более взвешенной и рациональной). Овладевая массами, гедонизм формирует пространство эгоизма и эгоцентризма, делает мир бессердечным и бездушным. Возникают новые формы и способы социализации, которые приводят к последствиям различного характера. С одной стороны, через механизмы удовольствий и наслаждений индивид ощущает себя свободным и раскрепощенным, а с другой – абсолютизация гедонистического начала приводит к вульгаризации желаний. В такой ситуации ценности альтруизма и человеколюбия оказываются отброшенными за ненадобностью, а гедонизм, формируя мир приятных ощущений и впечатлений, превращается в стимул и практику повседневной жизни, становясь выражением «внешней свободы человека» [10, с. 129].

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. Соблазн. – М, 2000. – 319 с. – Доступ: <https://yandex.ru/search/?lr> (дата посещения: 23.04.2020).
2. Татаринцева Е.А. Отношение к понятиям удовольствие и наслаждение в разные исторические эпохи // Аналитика культурологии. – 2013. – №3 (27). – С. 143–147.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. – Доступ: <https://monocler.ru/zhan-bodriyyar-telo/> (дата посещения: 09.04.2020).
4. Мулявка Н.В. Становление гедонистической парадигмы: опыт рефлексии изнутри // Вестник Башкирского университета. Философия, социология, культурология и политология. – 2010. – Т.15. – №1. – С. 158–161.
5. Мальцева С.М., Кубышева О.О. Гедонистический образ жизни в современном обществе потребления // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – №8 (34). – С. 237–241.
6. Панкова Е.С. О субъекте наслаждения: фетишизация и проблема Другого // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2016. – № 5. – С. 31–34.
7. Аликин В.А. Игра и реальность в философии Ж. Бодрийяра // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2014. – №1 (15). – Доступ: [https://library\\_22443527\\_54258096\(1\).pdf](https://library_22443527_54258096(1).pdf)-Adobe Reader (дата посещения: 17.04.2020).
8. Конева А.В. Визуальные практики моды // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – Т. 1. – №3. – С. 223–227. – Доступ: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnye-praktiki-mody> (дата посещения: 10.02.2021).
9. Черных С.С. Власть и наслаждение: философско-антропологический ракурс // Гуманитарий Юга России. – 2018. – Т. 7. – №1. – С. 103–111.
10. Касьянова Е.В. Идеалы эскапизма и гедонизма в XXI веке: возрождение этики удовольствия // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2012. – №3 (13). – С. 123–130.

**Napso Mariana Davletovna**

North-Caucasus state academy, Cherkessk, Russia  
E-mail: [napso.marianna@mail.ru](mailto:napso.marianna@mail.ru)

## **Pleasure as a hedonistic principle**

**Abstract.** Object of present article is the hedonism problematics, and a subject – a phenomenon of pleasure as attribute of life of the modern person. The essence of hedonism is investigated, its demand is shown by a modern consumer society, its specificity and differences from principles of puritan ethics reveals. Sights of researchers at the social nature of hedonism are traced, the maintenance of socially-philosophical and sociological concepts to which the hedonism is presented as a special way of attitude and action reveals. Features of various forms of hedonism, their influence on behaviour and consciousness of the individual and a society as a whole, a parity in them rational and sensual reveal. Pleasures and pleasures are analyzed in various forms: as the existential phenomena, as a way of life and system of installations, as socialisation and self-realisation forms. It is shown, how the pleasure principle has got now universal value, has turned to the main trend and the major way of existence. The methodological basis of article was made by ontologic principles of the dialectics, allowed to present the hedonism phenomenon in its integrity and discrepancy, to open conditions of its occurrence, to track mechanisms of its development as a social phenomenon, the urgency proves to be true realities of modern time. The role of various forms of the social control, called to regulate process of reception of pleasures is investigated. Article contains elements of scientific novelty which can be shown to following theses: (1) pleasures are a component of modern life and an ontologic principle of life of the person and a society; (2) the consumer society has transformed pleasure in an original cult, has created conditions for occurrence of a phenomenon of hyperhedonism.

**Keywords:** hedonism; sensuality; pleasure; happiness; puritanism; asceticism; egocentrism