

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

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

2020, №3, Том 11 / 2020, No 3, Vol 11 <https://sfk-mn.ru/issue-3-2020.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/21SCSK320.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Напсо М.Д. «Модус обладания» в обществе потребления // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2020 №3, <https://sfk-mn.ru/PDF/21SCSK320.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Napso M.D. (2020). «Modus of possession» in a consumer society. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 3(11). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/21SCSK320.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

«Модус обладания» в обществе потребления

Аннотация. Объектом исследования является феномен потребления, а предметом – «модус обладания» в обществе консьюмеризма. Анализируются понятия «модус обладания» и «модус бытия», их противоречивая взаимосвязь и взаимообусловленность. Акцентируется внимание на особенностях функционирования «модуса потребления» в современном обществе, рассматривается характер действия «иметь», его доминирование над «быть», прослеживаются последствия «модуса иметь» для бытия индивида и общества. Исследуется социальная природа чрезмерного и демонстративного потребления, раскрываются особенности его воздействия на индивидуальное и коллективное сознание. Показывается зависимость поведения индивида от чрезмерности следования «модусу потребления», от насаждаемых современным обществом мировоззренческих и ценностных ориентиров. Прослеживается влияние вещей на формирование психологии «иметь», на восприятие индивидом себя в качестве успешно реализованной личности. Показывается то, чем оборачивается для индивида его зависимость от принципа «иметь», от мира «вещных» отношений. Исследуются различные «модусы бытия» – бытие экзистенциальное и бытие иллюзорное, рассматривается их воздействие на выбор жизненных стратегий. Обращается внимание на важность следования принципу разумного, «здорового» потребления, использования рациональных практик и осмысленных действий. Методологическую основу анализа составили принципы объективности, конкретности, позволившие наиболее полно выявить социальную сущность «модуса потребления» в обществе консьюмеризма. Статья содержит элементы научной новизны, которые заключаются в обосновании ряда положений: (1) исследование социальной природы «модуса обладания» является актуальным для общества, в котором «иметь» господствует над «быть»; (2) ограничение «модуса потребления» содержит возможности превращения иллюзорного бытия в экзистенциальное.

Ключевые слова: «модус обладания»; «модус бытия»; консьюмеризм; демонстративное потребление; статус; престиж; иллюзия

В работе «Иметь или быть?» американский социолог, психолог и философ Э. Фромм исследует (наряду с другими проблемами) природу двух модусов человеческого существования – «модуса обладания», свойственного обществу потребления, и «модуса бытия», характерного для экзистенциального общества. В мире бытия «модус обладания» символизирует способ существования, который имеет своим следствием – несмотря на втянутость индивида в круговорот «вещных» отношений – социальное отчуждение и одиночество. Сам индивид превращается в предмет купли и продажи, он становится товаром, имеющим свою цену, его бытие оказывается пронизанным товарно-денежными отношениями, а значит, смыслом человеческого существования – «модуса бытия» – становится нацеленность на постоянное и вечное потребление. Этому процессу трудно противостоять, поскольку его развитие сопряжено с «символическими структурами, которые чрезвычайно трудно распознать во всей множественности вещественного мира» [1, с. 67]. Процесс постоянного приобретения становится сродни «Сизифову труду», бесполезному по своей сути, который оборачивается пустотой бытия индивида.

«Модус обладания» является одним из инструментов, с помощью которого индивид реализует себя в различных сферах жизнедеятельности – экономической, финансовой, социальной, статусной и т. д. Человеку для жизни важно чем-то обладать, обладание конкретным (или же символом, в нем заключенным) приносит или должно приносить человеку некоторое удовольствие или наслаждение. Но чрезмерная увлеченность «модусом обладания» приводит к тому, что смыслом человеческого существования становятся вещи, а потребление превращается в потребительство. «Иметь» одерживает верх над «быть», и чем больше человек имеет (не только с точки зрения материальных ценностей, но и с точки зрения, к примеру, власти над людьми), тем значимее он становится – как для себя самого, так и для других. Когда обладание вещами превращается в идефикс, происходит не только отчуждение человека от себя самого, от своей естественной природы, но и его духовное оскудение.

С точки зрения Э. Фромма, мир рыночных отношений деформирует сознание, которое оказывается нацеленным на постоянное приобретение ради «модуса обладания», символизирующего успех в его широком понимании. Так вещи становятся неким демиургом, они делают человека зависимым от «модуса обладания», что ведет на практике к утрате личности самой себя. В процессе своей эволюции человек создал множество артефактов, «его творение стоит теперь над ним и подавляет его. Он чувствует себя уже не творцом и господином, а лишь слугою вылепленного им голема. И чем более могущественны и грандиозны развязанные им силы, тем более слабым созданием ощущает себя он – человек. Ему противостоят его же собственные силы, воплощенные в созданных им вещах, силы, отныне отчужденные от него. Он попал под власть своего создания и больше не властен над самим собой. Он сотворил себе кумир – золотого тельца...» [2]. Индивид не свободен в выборе, выбор осуществляется современной экономической системой, ориентированной на максимальное удовлетворение постоянно растущих потребностей, формированием которых также умело манипулируют. В силу этого пропагандируется стремление к обладанию как символу успешности. Так, обладание выступает в разных формах: экзистенциальное обладание, которое является объективно необходимым, и обладание ради обладания. (...Обладание относится к вещам, тогда как бытие относится к экзистенциальному опыту человека, который, в отличие от вещей, не поддается описанию. Именно он раскрывает внутреннюю сущность человека» [3]). Позитивное решение этой дилеммы индивидом возможно тогда, когда он критически осмысливает свои действия, приводит их в соответствие с преследуемыми целями и исповедуемыми ценностями нравственного характера. Одним из условий формирования Нового человека, а значит, и Нового общества, считал Э. Фромм, являются отказ от «иметь» в пользу «быть», формирование разумного «модуса потребления».

В «модусе бытия» определяющим становится, таким образом, «модус обладания». Он влияет на сознание и поведение индивида, на выбор социокультурных и морально-этических ценностей и предпочтений, на процессы самоутверждения, и в этом смысле в своем чрезмерном виде он является феноменом, содержащим угрозы для бытия отдельного человека и социума в целом. Эти угрозы заключаются в том, что формируется обширное пространство социальных иллюзий, подменяющих реальность ирреальностью. Человек превращается в существо, зависящее от «модуса обладания»: не «иметь», в представлениях многих, означает не «быть». Поскольку «современный человек ощущает себя одновременно и товаром, и продавцом, его самоуважение зависит от условий, которые он не может контролировать. Если он добивается успеха, то осознает себя достойной личностью, если же нет, то считает себя неудачником...» [4]. Бытие, основным принципом существования которого является «модус обладания», делает из человека раба своих желаний, существом, зависящим от «иметь». Сущность такого человека заключается, по мнению Э. Фромма, в том, что «я есть то, чем я обладаю и что я потребляю» [5].

Общество потребления возводит «иметь» в культ, которому необходимо следовать. Так «модус обладания» выступает в качестве не только необходимого атрибута современной жизни, но и социального стимула, обеспечивающего позитивное существование «модуса бытия». Он выступает в качестве дифференцирующего инструмента, а также механизма, с помощью которого реализуются устремления индивида в его социальной деятельности. Создаваемая обществом потребления система ценностей определяет стиль и образ жизни как социума в целом, так и отдельных индивидов. В первую очередь речь идет о ценностях статуса и престижа, стремление к которым «превращается в показатель желания обладать жизненными благами, приобщаться к субъективно желаемому статусу, что причудливо воплощается в практиках, связанных с демонстративным потреблением» [6, с. 195]. Явление престижа приобретает все большее значение, им охватывается стремление индивида к такому поведению, следствием которого становится повышение его значимости в социальном окружении. Это и определенная система социальных действий и установок, которыми руководствуются как в повседневной жизни, так и в профессиональной деятельности. Одним из путей реализации подобных устремлений является практика расточительного потребления. Так «модус потребления» создает условия для возникновения механизмов, ведущих к формированию престижа как критерия успешности.

Через «модус потребления», а также через различные инструменты сравнения себя с другими, что вполне естественно, индивид причисляет себя к кругу «крутых» людей, итогом чего становится формирование групповой принадлежности. Такие сравнения могут иметь своим следствием – при отсутствии объективного и рационального взгляда на мир – возникновение негативных социально-психологических состояний и девиаций разного рода. Чрезмерное следование «модусу потребления» в его показной и расточительной форме приводит к расширению пространства не только девиации, но делинквентности и криминальности, особенно в среде неимущих или мало обеспеченных групп населения.

В стремлении обладать индивид подвергается внутренним испытаниям: ему постоянно приходится доказывать свою состоятельность – себе и окружающим. Это обстоятельство требует постоянного приложения усилий, развития такой социальной активности, которая помогала бы оставаться в тренде. Поскольку численность людей с подобной социальной ориентацией имеет тенденцию к росту, то актуальной становится проблема гармонизации или уравнивания собственных интересов и мотиваций с устремлениями других. Эффективность «модуса бытия» заключается не только в следовании практике потребления («иметь»), желательно разумного, но и в стремлении «быть», в том числе и для других. В противном случае пространство жизни индивида превращается в своеобразную клаузулу, «модусом» его бытия становятся социально-психологические переживания, фрустрации

разного рода, тревожность. Чрезмерность «модуса обладания» имеет своим следствием не полноту, а пустоту бытия: за внешней «вещной» мишурой скрывается пространство жизни человека, главным интересом которого является приобретение («иметь»). Так на смену Homo sapiens приходит Homo consumens, «бездумно использующий для удовлетворения своих непомерно разросшихся потребностей все, что создала Природа...» [7, с. 157].

В обществе консюмеризма «модус обладания», стремление «иметь» властвуют над «модусом бытия», а само бытие оказывается заполненным эгоистическими устремлениями. По мнению Э. Фромма, человек «в своем крайнем эгоизме ... думает, что является самим собой, только когда ОН удовлетворяет свои желания, но он всего лишь ... пустоцвет, несостоявшийся человек, который никогда и не был самим собой» [5]. В обществе, в котором обладание является преобладающим и доминирующим фактором жизни, ценностная система подвергается серьезным трансформациям, востребованными становятся те установки, которые обеспечивают социальное продвижение и социальный успех. Так индивид оказывается в мире социальных иллюзий, «несвободы... Этот мир тем привлекательнее, чем больше в нём театральности, ирреальности. Жизнь в выдуманном мире, стирающем различия между миром материальных и миром духовных ценностей, приводит к обесцениванию ценности как таковой. В таких условиях формируются искажённые взгляды и восприятия, человек теряет способность критически и трезво оценивать не только свою жизнь..., становится заложником мира искусственных предметов и чувств. Комфортное существование, с точки зрения обладания многочисленными благами, которые в изобилии предлагает общество потребления, оборачивается оковами, разорвать которые становится всё сложнее» [8, с. 25].

Вышеназванные «модусы» не являются отдельными, не зависимыми друг от друга сущностями, они взаимосвязаны и взаимообусловлены, являясь, по сути, важнейшими аспектами человеческой жизни. Но когда «модус потребления» доминирует над «модусом бытия», стремление действовать для других, жертвовать своими желаниями уступает место эгоцентризму, который превалирует в мировоззренческой и ценностной системе. «Иметь» означает обладание не только вещами, но и господство над окружающим миром и людьми, этот человек является собственником. К «модусу обладания» относится и такая форма бытия, когда реальность бытия замещается видимостью, которая искажает подлинность жизни. Но благодаря «модусу обладания» человек ощущает себя свободным, поскольку его желания удовлетворены, и чем больше он приобретает, тем свободнее становится, особенно если эти приобретения приносят ему наслаждения. Такие представления имеют широкое распространение, поскольку для многих смысл бытия состоит в том, чтобы обладать как можно большим. Следовательно, «кто ничего не имеет, тот ничего собой не представляет (тот и не существует)» [5].

«Модус обладания» реализуется через практики расточительного и демонстративного потребления, которое создает человеку определенную репутацию. В погоне за «брендовыми» и «навороченными» вещами и предметами индивид утверждает себя в качестве личности, находящейся в более высоком социальном статусе, а значит, обладающей соответствующим престижем. Обладание материальными благами позволяет достичь нематериального статуса – уважения, признания, обожания. В такой ситуации индивид причисляет себя к социальному слою, куда стремится попасть, с одной стороны, а с другой – желает быть не хуже других. Так *«потребительство снимает оппозицию между реальностью и знаками, оно есть практика поддержания иерархизированной знаковости путем отправления социально стратифицирующих жестов, которые приближают реализующего их актора к элитарности»* [9, с. 172].

«Модус обладания» оказывается востребованным, что объясняется еще и тем, что он создает пространство наслаждений разного рода. Если принять во внимание тот факт, что

общество потребления широко пропагандирует развлекательность как важнейшую составляющую современного стиля жизни, потребительство оказывается актуальным социальным действием, приносящим удовольствия. «Модус обладания» оказывается пронизанным гедонистическими впечатлениями и ощущениями, принимающими гиперреальный характер. Индивид включается в потребительскую игру, навязанную различными социальными игроками, предлагающими не столько товары, сколько знаки этих товаров, с помощью которых утверждается культ гедонизма. Так «потребитель становится предприятием по получению удовольствия и удовлетворения. Человек обязан быть счастливым, влюбленным ... соблазняющим и соблазняемым, участвующим, динамичным, пребывающим в эйфории...» [10]. В итоге принцип удовольствия вступает в противоречие с принципом реальности, который требует гедонистической соразмерности, а индивид становится «механизмом» по производству и воспроизводству 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. Навязываемые наслаждения из непосредственных переживаний превращаются в мучения, которые делают человека несчастным.

Наслаждения и удовольствия сопровождают человека на протяжении всей его жизни, и отношение к ним в различные исторические эпохи было разным – от понимания удовольствий как блага, несущего счастье, до отрицания их необходимости. Можно сказать, что они в некотором смысле определяли и определяют своеобразие культур и специфику их развития. Поскольку наслаждения призваны удовлетворять человеческие потребности, они являются инструментами активизации человеческой жизнедеятельности при условии, если они подвергаются разумному контролю. В противном случае велики риски превращения установок гедонизма в «дамоклов меч», подавляющий свободу человека. Современное общество превращает человека в раба собственных желаний, в существо, постоянно что-то приобретающее, стремящееся к развлечениям и к получению наслаждений. В итоге традиционные ценности оказываются на периферии жизни, личный интерес все больше отчуждается от общественного. Вследствие этих и многих иных процессов происходит «конец социального» (Ж. Бодрийяр), а также «конец истории» (Ф. Фукуяма) в ее нравственном измерении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецов Д.А. Проблема справедливости в глобальном консьюмеризме // Философские науки. – 2014. – №11. – С. 59–69.
2. Фромм Э. Человек одинок. – Доступ: [http:// https://bookscafe.net/read/fromm_erih-chelovek_odinok-234489.html#p1](http://https://bookscafe.net/read/fromm_erih-chelovek_odinok-234489.html#p1) (дата посещения: 11. 04. 2020).
3. Харченко Я.С., Данилова Т.В. Эрих Фромм об обладании vs бытии: к постановке проблемы // European Student Scientific Journal. – Доступ: <http://sjes.esrae.ru/ru/article/view?id=403> (дата посещения: 11. 04. 2020).
4. Гадаев А.В.Э. Фромм. Пять характеристик ориентаций личности. – Доступ: <http://proza.ru/2014/04/23/708> (дата посещения: 21.04.2020).
5. Фромм Э. Иметь или быть? – Доступ: [http://00151724.a4\[1\].pdf](http://00151724.a4[1].pdf) Adobe Reader (дата посещения: 21.04.2020).
6. Печкуров И.А. Аксиология престижа и статуса в практиках демонстративного потребления в российской социальной действительности. – Гуманитарий Юга России. – 2018. – Том. – 7. – № 1. – С. 192–200.
7. Лукьяненко В.И., Хабаров М.В., Лукьяненко А.В. Homo consumens – человек потребляющий // Век глобализации. – 2009. – №2. – С. 149–159.
8. Напсо М.Д. Современное общество как «общество спектакля» // Ученые записки Забайкальского государственного университета. – 2017. – Т.12. – №3. – С. 23–29.
9. Ильин А.Н. Консьюмеризм как фактор антикультурной инновационности // Вопросы философии. – 2016. – №4. – С. 171–181. – Доступ: <http://ilinalexey.ru/2018/05/26/konsjumerizm-kak-faktor-antikulturnoj-innovacionnosti/> (дата посещения: 29.04.2020).
10. Полякова А.С., Круглова У. Гедонизм как реализация концепции общества потребления. – Доступ: [http://s134-041\[1\].pdf](http://s134-041[1].pdf) Adobe Reader (дата посещения: 30.04.2020).

Napso Mariana Davletovna

North-Caucasus state academy, Cherkessk, Russia
E-mail: napso.marianna@mail.ru

«Modus of possession» in a consumer society

Abstract. Object of research is the consumption phenomenon, and a subject – «modus possession» in consumerism society. Concepts «modus of possession» and «modus lives», their inconsistent interrelation and interconditionality are analyzed. The attention is focused on features of functioning «modus consumption» in a modern society, character of action is considered to "have", its domination over to "be", consequences «modus are traced to have» for life of the individual and a society. The social nature of excessive and demonstrative consumption is investigated, features of its influence on individual and collective consciousness reveal. Dependence of behaviour of the individual on excessiveness of following «modus consumption», from world outlook modern society world outlook and valuable installations is shown. Influence of things on psychology formation is traced to "have", on perception the individual of as successfully realised person. What its dependence on a principle to "have" turns around for the individual is shown, from the world of "real" relations. Are investigated various «modus lives» – life existential and life illusory, their influence on a choice of vital strategy is considered. The attention to importance of following to a principle of reasonable, "healthy" consumption, use rational an expert and intelligent actions is paid. The methodological basis of the analysis was made by principles of objectivity, the concreteness which have allowed most full to reveal social essence «modus consumption» in a society consumerism. Article contains elements of scientific novelty which consist in a number substantiation положений: (1) researches of the social nature «modus of possession» is actual for a society in which to "have" dominates over to "be"; (2) restriction «modus consumption» contains possibilities of transformation of illusory life in the existential.

Keywords: «modus of possession»; «modus of existence»; consumerism; demonstrative consumption; status; prestige; illusion