Волков Павел Михайлович

ГЕНЕЗИС ПОНЯТИЯ "ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ" В ЕВРОПЕЙСКОЙ ФИЛОСОФИИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX ВЕКА

В статье анализируются основное содержание понятия "общество потребления" как процесса означивания себя индивидом посредством приобщения к определенным материальным и нематериальным благам и генезис данного понятия в трудах Т. В. Адорно, М. Хоркхаймера, Г. Маркузе, Ж. Бодрийяра, Э. Фрома. Приведены основные взгляды указанных авторов на развитие современного им европейского общества. Проводятся анализ и сравнительное сопоставление их позиций.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2016/6-2/14.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 6(68): в 2-х ч. Ч. 2. С. 62-67. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2016/6-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

16. **Петровский В. А.** Личность в психологии: парадигма субъектности // *Индивид и его* потребность быть личностью. Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. 512 с.
17. **Психология науки**: учебное пособие / А. Г. Аллахвердян, Г. Ю. Мошкова, А. В. Юревич, М. Г. Ярошевский. М.: Московский психолого-социальный институт; Флинта, 1998. 312 с.
18. **Рыкель А. Е.** Жизнь и искусство Семёна Бендицкого // О Бендицком / сост. А. Д. Киреева. Саратов: ОАО «Приволж. кн. изд-во», 2005. 160 с.

"ABILITY TO PERSONALIZATION" AND ITS SIGNIFICANCE IN ACTIVITY OF PERFORMING SCHOOL LEADER (BY THE EXAMPLE OF S. S. BENDITSKII'S PIANO SCHOOL)

Vinogradova Elena Sergeevna
Sobinov Saratov State Conservatory
vinolig@mail.ru

The article considers the significance of the musician's professional and personal characteristics in the formation of the performing school. The creative activity of S. S. Benditskii, which had a significant impact on the development of piano art in Saratov, is analyzed through the lenses of the personological theory of an individual. "The ability to personalization" appears as a fundamental factor of piano school formation in musical performing art.

Key words and phrases: piano school; musical performance; S. Benditskii; ability to personalization; personality; pedagogy; traditions; followers; staff; educational activity.

УДК 1(091):316.3
Философские науки

В статье анализируются основное содержание понятия «общество потребления» как процесса означивания себя индивидом посредством приобщения к определенным материальным и нематериальным благам и генезис данного понятия в трудах Т. В. Адорно, М. Хоркхаймера, Г. Маркузе, Ж. Бодрийяра, Э. Фрома. Приведены основные взгляды указанных авторов на развитие современного им европейского общества. Проводятся анализ и сравнительное сопоставление их позиций.

Ключевые слова и фразы: общество потребления; массовое искусство; культуриндустрия; одномерное мышление; конформизм; ложные потребности.

Волков Павел Михайлович
Тверской государственный технический университет
volkovpaul1@yandex.ru

ГЕНЕЗИС ПОНЯТИЯ «ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ» В ЕВРОПЕЙСКОЙ ФИЛОСОФИИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX ВЕКА

«Потребление – фундаментальная черта современного общества. Миллионы вещей, овеществленных действий и впечатлений ежедневно выбрасываются на социальный рынок и активно потребляются его участниками», – говорит Бодрийяр в своей знаменитой работе «Общество потребления» в 1970 г. [1, с. 133].

Следует отметить, что само понятие «потребление» довольно многозначно и имеет долгую историографическую традицию, поэтому необходимо сразу определить, что мы будем понимать под этим термином в статье. Под потреблением мы будем понимать процесс означивания себя индивидом посредством приобщения к определенным материальным и нематериальным благам капиталистического общества. То есть вслед за Ж. Бодрийяром мы придерживаемся мнения, что в современном обществе потребности, исключая чисто «физиологические», более не являются потребностью в каком-то объекте, а являются потребностью или в отличие от кого-либо, или в соответствии чему-либо [Там же, с. 107]. Это приводит к тому, что сам по себе объект потребления теряет собственную важность, превращаясь лишь в некий статусный знак, из чего следует, что вся совокупность потребления есть система знаков, упорядоченных и иерархиезированных. Ее цель – обеспечивать коммуникацию между разными социальными группами и внутри них. Совокупность всех этих групп, связанных иерархией знаков потребляемых товаров, услуг и пр., мы будем обозначать как «общество потребления».

Однако, как и было сказано выше, термин «потребление» имеет длинную историографию: целая плеяда талантливых исследователей пыталась осмыслить процессы, происходившие на стыке социального, экономики и политики, начавшиеся со времени расцвета в Европе капитализма [2, с. 6]. Именно в этих исследованиях происходила кристаллизация и определение граней понятия «общество потребления», знакомое нам более широко и упрощенно по книгам Симоны де Бовуар, Чака Поланника, Аркадия и Бориса Стругацких, Фредерика Бегбедера, Виктора Пелевина, фильмам братьев Вачевски и т.п.

В данной статье мы постараемся проследить основные вехи разработки данной дефиниции, рассмотрев в хронологическом порядке появление основных работ, посвященных социально-экономическому анализу состояния западноевропейского общества со второй четверти по конец XX века.

Одними из первых, кто обратился к понятию потребления, разделив его на жизненно необходимое и искусственно навязанное, были Т. В. Адорно и М. Хоркхаймер. В своей совместной работе «Диалектика просвещения» (1947 г.) [6], говоря о возрастании доступности материальных благ в современном им обществе, авторы подчеркивают негативный аспект этого процесса в части отсутствия сопротивления существующему порядку вещей и конформизм большей части общества взамен все возрастающему благосостоянию [Там же, с. 12], которое измеряется теперь только в аспекте вещей.

Товары утрачивают свои экономические качества и становятся лишь фетишем, символом принадлежности индивида данному социальному телу. Они наделяются «ценностями, распоряжающимися поведением людей» [Там же, с. 44]. Стандарты потребления, декларируемые как естественные потребности потребителя, являются всего лишь средством манипулирования обществом [Там же, с. 151, 194]. Цель этого манипулирования – подчинение общества интересам экономики.

Авторы, однако, в отличие от Ж. Бодрийяра или Ж. Делеза, деперсонифицировавших экономику, сводя ее к абстрактной самоорганизованной силе, использующей людей лишь как средство для поддержания своего постоянного функционирования, видят ней реализацию интересов крупных концернов, корпораций, монополий [Там же, с. 151, 152, 164, 166, 202].

Проводником мнимых потребностей является сфера массовой культуры: кино, радио, журналы. Для обозначения всей совокупности ее продуктов, призванной навязывать искусственно созданные потребности и опредмеченные способы их удовлетворения, Т. Адорно и М. Хоркхаймер вводят понятие «культуриндустрия». Культуриндустрия как система взаимосвязанных между собой отраслей коммерческого искусства возникает первоначально в либеральных, индустриально развитых странах [Там же, с. 165]. В этих странах уровень жизни населения таков, что базовые человеческие потребности, такие как еда и сон, уже не являются предметом повседневных забот их жителей. Вот почему культуриндустрии приходится быть более изощренной и навязывать массам дополнительные желания, облекая их в яркие формы рекламы [Там же, с. 202-205], обещания счастья и наслаждения [Там же, с. 202] как естественного желания любого индивида. И «чем более прочными становятся позиции культуриндустрии, тем более суммарно начинает обращаться она с потребностями потребителей, их продуцируя, их направляя, их дисциплинируя…» [Там же, с. 180]. Потребности стандартизируются, из них убирается все случайное, все спонтанное, все, что не укладывается в рамки тех запросов, для которых экономикой уже подготовлена соответствующая вещь или услуга [Там же, с. 151]: «…на несметных по числу местах одинаковые потребности удовлетворяются посредством стандартизированных продуктов» [Там же, с. 150]. Стандартизация также ведет к отсутствию существенных различий между продуктами разных марок, однако их наличие необходимо для поддержания у потребителя иллюзии выбора [Там же, с. 153].

Клишированность, распространяемая с экрана телевидения, обложки журнала, радиопостановки [Там же, с. 179], постепенно заменяет индивиду собственные эмоции, формируя устойчивый поведенческий рефлекс: «Зритель не должен иметь никакой потребности в собственной мысли: любая из возможных реакций является предусмотренной самим продуктом, предусмотренной не его содержательным контекстом… но системой сигналов» [Там же, с. 171]. Этот эффект достигается за счет того, что мир культуриндустрии показывается путем «воспроизводства обыденного мировосприятия» [Там же, с. 157], то есть старается стать продолжением той реальности, в которой существует индивид. Однако, заручившись однажды такой поддержкой, культуриндустрия постепенно разворачивает сложившееся статус-кво в обратном порядке, и вот уже реальной жизни индивида не дозволяется в чем-либо отличаться от тех моделей поведения, которые представлены в ее продуктах [Там же].

Произведение искусства, таким образом, призванное, по мысли авторов, установить «истину путем запечатлевания образа в социально признанных формах» [Там же, с. 162], на деле оборачивается лишь утверждением реальных форм существующего порядка в качестве некоего абсолюта [Там же, с. 163].

Еще одно средство утверждения культуриндустрии – ее тотально репрессивный [Там же, с. 175] характер: «то, что не выказывает конформности, обрекается на экономическое бессилие…» [Там же, с. 166], духовная немощь превращается в неполноценность [Там же]. «Компетентность и знание дела подвергаются опале в качестве ничем не оправданного самомнения…» [Там же, с. 167], ведь специалисты не нужны там, где все новое считается неапробированным и потому рискованным [Там же]. Ощущение некой новизны достигается культуриндустрией за счет динамики, темпов производства и постоянной смены в череде одних культурных продуктов другими [Там же, с. 168]. При этом вопрос о пополнении рядов уже апробированного не ставится вовсе [Там же].

Во многом сходные мысли по этому поводу высказывает Герберт Маркузе, в частности, указывая в своей работе «Одномерный человек» (1964 г.) [3], что современное индустриальное общество обладает развитым аппаратом производства и распределения, который тяготеет к тоталитарности, «определяя не только социально необходимые профессии, умения, установки, но также индивидуальные потребности и устремления» [Там же, с. XIX]. Для управления индивидами общественный организм более не нуждается в репрессиях и подавлении потребностей и влечений большинства. Основой нового мироустройства, по мысли автора, стало экономико-техническое координирование [Там же, с. 4] посредством преформирования у индивида стандартных ложных потребностей, привязывающих его к существующему порядку вещей, который характеризуется «сокрушительной эффективностью и возрастающим уровнем жизни» [Там же, с. XII], а также примирением всех ранее противостоящих системе сил [Там же, с. XIV]. Такое положение все возрастающего «социального контроля и всеобщего сплачивания» [Там же, с. XIX], по мысли автора, ведет к тому, что в современном обществе отсутствуют или сильно сдерживаются любые качественные социальные перемены, что для Маркузе

как неомарксиста является скорее признаком стагнации, чем стабильности [Там же, с. XVI-XVII]. Как можно заметить, Г. Маркузе в ходе своих рассуждений приходит ровно к тем же выводам, что и авторы «Диалектики просвещения», с той лишь разницей, что у него эти выводы рассматриваются сквозь призму политической борьбы за освобождение индивида [Там же, с. 63], и экономика только обеспечивает целостность и нерушимость устаревших социальных институтов индустриального общества [Там же, с. 16, 25, 64], в то время как М. Хоркхаймер, Т. В. Адорно говорят о подчинении общества интересам экономики во имя интересов капиталистических корпораций, монополий, концернов.

Развитая индустриальная цивилизация, по меткому определению Г. Маркузе, – это «царство комфортабельной, мирной, умеренной демократической несвободы, свидетельствующей о техническом прогрессе» [Там же, с. 1], чье выживание напрямую зависит от его «способности к постоянному повышению уровня управляемой жизни» [Там же, с. 63]. Обслуживанием интересов и поддержанием этого царства в состоянии равновесия в одинаковой мере занимаются культура, политика и экономика, сливающиеся при посредстве технологии в единую вездесущую систему [Там же, с. XX], в которой всевозможные политические, экономические и гражданские свободы в конкурентной борьбе проигрывают одной единственной «свободе» – свободе от нужды [Там же, с. 2].

Проводя различие между истинными и ложными потребностями, автор определяет ложные потребности как потребности, навязываемые индивиду социумом в процессе его подавления [Там же, с. 6], то есть потребности, ради удовлетворения которых он вынужден трудиться выше необходимого, нищенствовать, быть агрессивным и т.д. Эти потребности определяются внешними, не зависящими от индивида силами, и насколько бы индивид ни отождествлял их с собой, они все равно останутся чем-то привнесенным извне. На вполне логичный вопрос: как же все-таки отличить истинную внебиологическую потребность от ложной – автор довольно туманно говорит о том, что последнее слово здесь остается за индивидом при условии, что он будет свободным настолько, чтобы дать собственный ответ [Там же, с. 8].

В отличие от ранее упомянутых М. Хоркхаймера, Т. В. Адорно, Г. Маркузе считает первичными инструментами преформирования индивида не продукты культуриндустрии: радио, телевидение, рекламу, – хотя и не отрицает их ведущей роли в ежедневном процессе поддержки существующего *status quo* [Там же, с. 11, 64], а сами вещи/продукты/товары, несущие на себе отпечаток определенных отношений, привычек, устойчивых интеллектуальных и эмоциональных реакций [Там же, с. 16]. Выступая средством социального конституирования [Там же, с. 12], они (вещи/продукты/товары) обладают также внушающей и манипулирующей силой, превращая рекламные образы (дискурс) в образ жизни индивида, в способ его бытия, а любые иные побуждения [Там же, с. 15] и цели, «трансцендирующие по своему содержанию утвердившемуся универсуму дискурса» [Там же, с. 16], либо встраиваются в этот универсум, либо отторгаются им. Для описания этого состояния индивида Г. Маркузе вводит понятие «одномерное мышление» [Там же]. Основными характеристиками данного понятия являются: непринятие любых суждений, нетождественных господствующему дискурсу, а также утверждение мыслительных привычек, которые «служат координированию любых идей и целей с идеями и целями, угодными системе»; отсутствие абстрактного мышления, не позволяющее индивиду мыслить иначе, как по шаблонам, навязанным ему масс-медиа [Там же, с. 110-111]; функционализм языка, «лингвистические формы» которого являются средством «изгнания нонконформистских элементов… речевого процесса» и «препятствием для развития смысла» [Там же, с. 112, 229].

Одномерное мышление, таким образом, лишает индивидов самой способности «вообразить себе иной универсум дискурса и поступка» [Там же, с. 32], что обеспечивает их беспрекословную покорность и потворствование существующему порядку вещей [Там же, с. 109].

Одним из самых широко известных разработчиков понятия «общества потребления», бесспорно, является Жан Бодрийяр. Во многом продолжая традицию своих знаменитых предшественников, он рассматривает психосоциальные основания процесса потребления. Именно в его книге «Общество потребления» (1970 г.) [1] впервые экономическая модель развития современного общества рассматривается как надполитическое образование (отсюда не государство потребления, а именно общество потребления), чьей самоцелью является только поддержание и увеличение уровня собственного развития и оборотов экономики. Взаимодействие же индивидов в данном образовании есть процесс коммуникации, основанный на знаковых системах вещей, ими потребляемых. Таким образом, Ж. Бодрийяр стал первым, кто попытался осмыслить процесс функционирования современной экономики, применив к ней инструментарий и методологию семиотики.

Главной целью, декларируемой обществом потребления, Ж. Бодрийяр считает достижение счастья. По мнению Ж. Бодрийяра, основными атрибутами счастья теперь выступают не абстрактные понятия удовлетворенности, удовольствия, осмысленности, а конкретные «характерные знаки счастья» [Там же, с. 12] – предметы/вещи, наличие которых у человека является доказательством его причастности счастью.

Вопрос о счастье, таким образом, из сферы ощущений и психо-эмоционального состояния переходит в сферу повседневности и быта. Категория счастья подменяется категорией обладания, но не исчезает вовсе, сохраняя платоновскую дуальность мира идей и мира вещей. В основе такого смещения акцентов лежит элементарный магический принцип, согласно которому знаки могут помочь человеку овладеть силой, которую они представляют по принципу преднамеренной имитации искомого результата [4, с. 28].

Настоящая цель всей этой подмены – заставить индивида изменить свою точку зрения на окружающую действительность до состояния восприятия всего в качестве объекта потребления. Достигается это путем манипуляций его психологическими потребностями, которые в отличие от физиологических не имеют

в реальности естественных ограничителей в виде сытости или усталости, а поэтому практически безграничны. Именно поэтому потребление как таковое включает в себя не только материальные объекты, но и услуги, идеи, телевидение, радио (здесь и далее все вышеназванное будет обозначаться термином «вещь»). Однако индивид никогда не потребляет вещь только лишь как чисто материальный объект [1, с. 87], а манипулирует этим объектом как знаком. Это означивание всегда амбивалентно: с одной стороны, потребление определенной вещи является признаком принадлежности к какой-то социальной группе, с другой – может служить признаком отделения от этой социальной группы и присоединения к группе с более высоким социальным статусом [Там же]. Присоединение и отделение индивида от социальной группы в обоих случаях происходит в качестве солидаризации индивида с ценностями данной конкретной группы в силу того, что предмет или потребность в чем-либо, став знаком, не несет более в себе утилитарную функцию, а является прямым олицетворением четких ценностных установок. Это справедливо приводит нас к мысли о том, что наделение вещи знаковой нагрузкой есть обязательная часть ее производства.

Анализ амбивалентности знака приводит автора к выводу о двух основных аспектах процесса потребления: во-первых, потребление как процесс коммуникации, где оно обеспечивает порядок знаков, а значение вещей можно рассматривать как некий культурный невербальный код; во-вторых, потребление как процесс классификации и социальной дифференциации, где различие в потреблении выстраивается в рамках некой иерархии статусов и ценностей.

Посредством двух этих аспектов происходит социализация индивида в обществе. Причем сам процесс принуждения к дифференциации посредством потребления он переживает как состояние свободы, свободы выбора между уже очерченными отличительными вариантами, прежде всего. Однако быть отличным в данном случае означает, что индивид уже принял систему отличий, существующих в данном обществе, то есть вписал себя в рамки социального порядка и тем самым уже поддерживает его. После этого определяющего выбора системе остается только углублять степени дифференциации, с одной стороны, допуская низшие слои до предметов потребления высших слоев, рапортуя о все большем равенстве и социальной заботе, с другой – создавая для высших слоев новые отличительные предметы потребления, восстанавливая тем самым социальную дистанцию между ними [Там же, с. 89].

Одновременно с производством новых отличительных вещей система начинает взращивать в индивиде желание обладания этой вещью. К этому процессу вплотную подключаются «искусственные ускорители» спроса: СМИ и реклама, чьи главные задачи – убедить потребителя в неминуемом устаревании новинок, поддержать в нем веру в кучу фальшивых инноваций, в гаджеты с множеством бесполезных функций и отсутствием реального референта, словом, во все то изобилие, приобщаясь к которому человек обретает счастье.

Как видно, Ж. Бодрийяр в своих основных выводах касательно наличия у индивида искусственно созданных потребностей и определяющей роли в поддержании и формировании их масс-медиа солидарен с М. Хоркхаймером, Т. В. Адорно и Г. Маркузе. Суть отличия его воззрений от воззрений вышеперечисленных исследователей лишь в иной методологии, которая сосредотачивает основное его внимание на знаковых составляющих потребляемых вещей.

Наиболее глубоко психологический аспект искусственного увеличения потребления в современном обществе, а также причины отождествления понятия счастья и понятия обладания рассмотрел в своих работах Эрих Фромм. Констатируя, как и его предшественники, преувеличенную веру индустриальной цивилизации в технико-экономический прогресс, обещающий всеобщее счастье через всевозрастающее материальное изобилие и неограниченную свободу [5, с. 29], он пытается выделить причины крушения этой идеи и ответить на вопросы: почему неограниченное удовлетворение желаний не ведет к благоденствию [Там же, с. 30] и что лежит в основе этой модели поведения?

Путем анализа материальных и психологических практик человечества, а также основных мировых религиозных и философских течений Э. Фромм приходит к выводу о существовании на всей протяженности истории современной цивилизации (ок. 2500 лет от зарождения буддизма до современности) двух основных модусов существования: «бытия» и «обладания». Доминирование одного из них (ситуация равновесия здесь невозможна) определяет все последующее развитие индивида, а также социально-экономическое развитие конкретного общества, подобно тому, как кристаллическая решетка определяет форму и физические свойства любых твердых тел. Бытие и обладание – «не некие отдельные качества субъекта… а два основных способа существования, два разных способа самоориентации и ориентации в окружающем мире» [Там же, с. 50].

Модус обладания, являющийся доминирующим в западном индустриальном обществе [Там же, с. 45], характеризуется стремлением сделать всю окружающую действительность объектом владения, превратить все в свою собственность [Там же, с. 50]. Отсюда – бесконечное стремление к погоне за деньгами как одному из самых быстрых и доступных способов увеличения количества того, чем можно владеть [Там же, с. 45], властью и успехом – как средством обладания тем, что пока не переведено в эквивалент вечно зеленых единиц. Установка на обладание, таким образом, не ограничивается только сферой материального, объектом вожделения может стать абсолютно все: дела, мысли, слава, знания, общественное мнение [Там же, с. 88] и т.п. Там, где проходят границы физического инкорпорирования, одного из самых архаичных проявлений обладания, оно может принимать символические и магические формы [Там же, с. 52], что обеспечивает более тесную и нерушимую связь человека и объекта его обладания, ведь образ «не может исчезнуть или быть отобран» [Там же, с. 53]. Такая всеядность выводит установку на обладание из узких рамок истеблишмента и делает возможным ее реализацию во всех социальных стратах [Там же, с. 93].

Для уточнения границ понятия «обладание» Э. Фромм вводит термин «экзистенциальное обладание», которым обозначает рационально обусловленный с точки зрения самосохранения и выживания индивида минимум материального, необходимый для удовлетворения наших витальных потребностей [Там же, с. 108]. Этот вид обладания является врожденным и коренится в самих условиях человеческого существования [Там же]. Экзистенциальное обладание противопоставляется всему остальному обладанию как возникшему в результате воздействия социально-экономических и культурных условий [Там же].

Под бытием Э. Фромм понимает «способ существования, при котором человек не имеет ничего и не жаждет что-либо, но счастлив... пребывает в единении со всем миром» [Там же, с. 45]. Основные посылки такого существования – независимость, свобода и критическое мышление [Там же, с. 109], главная черта – активность, но не просто внешняя занятость, характерная для представителей современного общества, а продуктивное использование своих способностей, талантов [Там же], развитие в соответствии со своей внутренней природой [Там же, с. 100]. В этом случае идеи, вещи и люди воспринимаются индивидом не как объект бессмысленного накопления и потребления, а как средство реализации и становления себя. Обладание идеями тогда преобразуется в жизненные принципы, обладание людьми – в равноправное партнерство, вещи теряют свою непреложность и становятся востребованы лишь по мере необходимости.

Проблема описания существования по принципу бытия коренится в том, что бытие относится к сфере опыта, который описывать чрезвычайно сложно, в то время как обладание относится к вещам, которые стабильны, исчислимы и описуемы [Там же, с. 109]. В связи с этим обладание воспринимается нами как более естественная форма существования [Там же, с. 54], хотя это всего лишь одна из возможных альтернатив [Там же, с. 121].

Позиция Э. Фромма по отношению к факторам, мешающим человечеству встать на путь перехода от существования по принципу обладания к существованию по принципу бытия, включает в себя как психоаналитическую, так и неомарксистскую составляющую. К первой относятся человеческие страхи, в частности страх потери самоидентичности, определяемой через обладание определенным набором вещей [Там же, с. 100], а также страх смерти и попытки преодолеть его через отождествление себя с вещами, которые переживут своего обладателя [Там же, с. 104]. Ко второй – капиталистическое производство и власть корпораций, направленная на постоянное увеличение потребления производимых ею товаров и услуг [Там же, с. 192].

Разработка понятия общества потребления шла через констатацию самой проблемы возникновения общества, которое все менее нуждалось в традиционных способах контроля со стороны власть имущих, общества, готового проявлять конформизм и лояльность только вследствие возрастания доступности материальных благ. Далее все авторы сходились на том, что естественные потребности такого общества с учетом все возрастающего развития производительных сил удовлетворялись довольно быстро и поэтому не были предметом ежедневной заботы индивидов. Следствием этого стало создание психосоциального аппарата по формированию у индивидов широкого спектра небиологических желаний, связанных с идеями обладания вещами, удовлетворение которых, с одной стороны, поддерживало экономику в дееспособном состоянии, обеспечивая беспрерывное потребление ее продукции, с другой – утверждало лояльность любого члена общества путем невозможности удовлетворения навязываемых ему желаний, переживаемых им как свои собственные, нигде, кроме данного политико-экономического формирования. В понимании основных движущих сил работы данного аппарата мнения в историографии разделились.

М. Хоркхаймер и Т. В. Адорно отводят здесь главную роль культуриндустрии, именно в ее продукции появляются и реализуются новые стандарты жизни, удовлетворить которые уже готова экономика.

Г. Маркузе указывает на сами вещи как носители определенных поведенческих клише. В его понимании материя (вещи), как и раньше, определяет форму (общественное устройство).

Ж. Бодрийяр обращается к знаковой природе потребления и утверждает, что в основе данного механизма лежит желание индивида идентифицировать себя в процессе социализации с какой-либо социальной группой. Степень же аутентичности с ней устанавливается путем обладания определенным набором статусных знаков, обличенных в вещи.

Э. Фромм, анализируя рассматриваемую социальную реальность через дихотомию понятий «быть» и «иметь», приходит к мнению, что основы потребления коренятся в биологическом стремлении человечества к выживанию и страхе смерти. Однако в настоящее время стараниями масс-медиа и крупных корпораций эти естественные потребности значительно завышены и искажены. Результатом этого является бесконтрольное и все возрастающее потребление и перевод в рамки потребляемого не только продуктов или услуг, но и вообще всего окружающего мира, включая людей, мысли, эмоции.

Список литературы

1. **Бодрийяр Ж.** Общество потребления / пер. с фр. Е. Самарской. М.: Республика, 2006. 269 с.
2. **Маркс К.** К критике политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: в 50-ти т. Изд-е 2-е. М.: Госполитиздат, 1960. Т. 23. 908 с.
3. **Маркузе Г.** Одномерный человек. М.: Refl-book, 1994. 368 с.
4. **Фрезер Дж.** Золотая ветвь / пер. с англ. М. Рыклина. М.: Эксмо, 2006. 960 с.
5. **Фромм Э.** Иметь или быть? Ради любви к жизни / пер. с англ., предисл. П. С. Гуревича. М.: Айрис-пресс, 2004. 384 с.
6. **Хоркхаймер М., Адорно Т. В.** Диалектика просвещения / пер. с нем. М. Кузнецова. М. – СПб.: Медиум; Ювента, 1997. 312 с.

EUROPEAN PHILOSOPHY OF THE SECOND HALF OF THE XX CENTURY

Volkov Pavel Mikhailovich
Tver State Technical University
volkovpaul1@yandex.ru

The article analyzes the basic contents of the notion “consumer society” as a process of an individual’s attribution of him(her)self by means of communion with certain material and nonmaterial welfare and the genesis of this notion in works by T. V. Adorno, M. Horkheimer, H. Marcuse, J. Baudrillard, E. Fromm. The main ideas of the mentioned authors about the development of the then European society are given. The analysis and contrastive comparison of their views are conducted.

Key words and phrases: consumer society; popular art; culture industry; one-dimensional thinking; conformism; false needs.

УДК 78.072.2
Искусствоведение

Статья посвящена анализу двух смежных романсов ор. 34 С. В. Рахманинова в аспекте обнаружения в них черт микроцикла. Особенность подобных объединений в камерно-вокальных сборниках определяется семантическим ансамблем слова и музыки. В исследуемых романсах поэтические источники, принадлежащие разным авторам, обретают качество единого текста. Оно по-новому раскрывается в музыкальном воплощении, выявляясь во множестве деталей музыкального языка и структуры.

Ключевые слова и фразы: микроцикл; романс; тональность; композиция; поэтический источник; подобие и антитеза; лейт-интонация; семантика.

Генебарт Ольга Васильевна, к. искусствоведения, доцент
Тамбовский государственный музыкально-педагогический институт имени С. В. Рахманинова
hoehnebart@mail.ru

МИКРОЦИКЛЫ В ВОКАЛЬНОЙ ЛИРИКЕ С. В. РАХМАНИНОВА: ФАКТОРЫ ЦИКЛИЧЕСКОГО ЕДИНСТВА В ДИПТИХЕ РОМАНСОВ «КАКОЕ СЧАСТЬЕ» И «ДИССОНАНС» ОР. 34

Во многих сборниках камерных произведений С. В. Рахманинова наблюдается тенденция к циклизации, это неоднократно отмечалось исследователями [1; 3; 8]. Одной из её предпосылок может стать единство содержательно-смыслового уровня. Чередование миниатюр в циклах основано, как известно, на контрастном сопоставлении образов, в котором существенно проявление принципа антитезы, то есть выделение противоположного в подобном. При этом черты подобия выражены, в свою очередь, в сочетании, комплексе жанровых, языковых, композиционных элементов, позволяющем обнаружить содержательно-смысловую целостность. Примеры такого рода приводятся в исследованиях автора статьи, в частности, в процессе анализа малых циклов, образуемых смежными пьесами сборника 24 прелюдий Рахманинова [3, с. 63], группами смежных романсов ор. 38 [4, с. 190, 193].

Большая серия романсов ор. 34 может быть рассмотрена как «цикл циклов». Так, в нём содержится рассредоточенный «малый цикл», определяемый единством воплощённой в стихах темы призвания, предназначения художника-творца («Муза», «Арион», «Музыка», «Ты знал его», «Оброчник») [2, с. 334]. В то же время можно выделить микроциклы, образуемые смежными романсами: это, например, два мемориальных *es-moll*’ных сочинения – «Не может быть» на слова А. Майкова, памяти В. Ф. Комиссаржевской, и «Музыка» на слова Я. Полонского, памяти П. И. Чайковского.

Множественные черты такого рода «цикла в цикле» проявляются в двух смежных романсах «Какое счастье» ор. 34 № 12 на слова А. Фета и «Диссонанс» ор. 34 № 13 на слова Я. Полонского. Написанные на стихи разных поэтов, эти сочинения связаны принадлежностью к жанру любовной лирики, при этом в них обозначились два полюса, две контрастных ипостаси лирической эмоции.

Избранные С. В. Рахманиновым поэтические источники соотносятся по принципу контрастного сопоставления единых, целостных состояний – кульминации любовного восторга и отчаяния от несбывшейся любви. Тождества и антитезы обнаруживаются в семантике и структуре стихов, составляющих поэтическую основу этих сочинений. В основе каждого – мотив любовной страсти, воплощение «высокого градуса эмоций», их кульминационной стадии. Это – напряжённое, исполненное противоречий, при этом открытое, «объявленное» чувство: «*Я болен, я влюблён; но, мучась и любя – О слушай! о пойми! – я страсти не скрываю*!» (А. Фет «Какое счастье» [6, с. 288]), «*Холодит мои члены то страсть, то испуг*»… «…*Я не смею дать волю влеченьям своим и дрожу, и шепчу тебе: милый ты мой!*» (Полонский «Диссонанс» [Там же, с. 295-296]), преломлённое в полярно контрастных сферах, образующих антитезу экстатического восторга («Какое счастье») и скорбного