

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.3.11>

Краснов Антон Сергеевич

ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ СМЫСЛ ОНТОЛОГИИ ВЕЩЕЙ

Целью настоящей статьи является анализ онтологических оснований бытия самой вещи и её социализированной формы бытия - товара, через которую раскрывается сущность человека. Человек, находясь в со-бытии с миром вещей, вынужденно постигает этот мир не только в рефлексивном и сенсуалистическом измерении, но и в метафизическом. Товары и вещи являются посредниками между человеком и миром, но важную роль играет связь с трансцендентным, предельно сверхчувственным измерением человеческой жизни, поскольку в основании придания вещам и товарам символичности лежит экзистенциальная потребность человека.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/9/2019/3/11.html

Источник

Манускрипт

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 3. С. 60-63. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/9.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/9/2019/3/

© 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

УДК 101.1

Дата поступления рукописи: 21.01.2019

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.3.11>

Целью настоящей статьи является анализ онтологических оснований бытия самой вещи и её социализированной формы бытия – товара, через которую раскрывается сущность человека. Человек, находясь в со-бытии с миром вещей, вынужденно постигает этот мир не только в рефлексивном и сенсуалистическом измерении, но и в метафизическом. Товары и вещи являются посредниками между человеком и миром, но важную роль играет связь с трансцендентным, предельно сверхчувственным измерением человеческой жизни, поскольку в основании придания вещам и товарам символичности лежит экзистенциальная потребность человека.

Ключевые слова и фразы: философия; онтология; экзистенциализм; товар; вещь; капитализм; метафизика.

Краснов Антон Сергеевич, к. филос. н.
Казанский (Приволжский) федеральный университет
anton-krasnov1987@yandex.ru

ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЙ СМЫСЛ ОНТОЛОГИИ ВЕЩЕЙ

Некогда Парменид разделил знание по «истине» и знание по «мнению». И если, согласно древнегреческому философу, с которого, по утверждению Г. В. Ф. Гегеля, начинается философия, знание по «истине» представляло собой объективный мир, не зависящий от человека и его непосредственной деятельности, то знание по «мнению» означало ту часть бытия, которую сотворяет сам человек – от необходимых предметов и вещей, товаров и произведений искусства и мысли до собственно культуры. Соответственно, изучение всего сотворённого человеком должно эксплицироваться через антропологическую призму, в сердце которой заключена экзистенциальная сторона любого вопроса, связанного с непосредственным человеческим бытием. Это касается и идей, и непосредственно вещей. В нашем исследовании основными понятиями будут понятие «вещь» и понятие «товар». Тематика обращения к феномену товара сегодня как никогда **актуальна**. В условиях развития постиндустриального общества, проявления таких социальных тенденций, как фетишизация, консюмеризм и т.д., обращение к существенным характеристикам товара представляется крайне важным. **Новизна** исследования заключается в рассмотрении символической природы вещи, которая является отражением уровня культурного и социального развития общества, а также изучении новой формы выражения товара – цифровой формы. **Целью** данной статьи является выявление экзистенциального онтологического смысла существования вещи, которая воплощается в товаре – результате человеческого труда. К **задачам** можно отнести обзор теорий, посвященных символической природе товара, анализ новой категории цифровых товаров как результата всеобщего труда и т.д. Практическая значимость работы находит отражение в выделении автором социально-экономических векторов развития общества с учетом трансформации сущности и отношения к феномену товара.

Товар и вещь, безусловно, могут пониматься как тождественные, но в тех случаях, когда речь будет идти о капитализированной стороне бытия вещей, мы будем их справедливо именовать «товар», а когда речь идёт о вещи, не попадающей в область действия капиталистического рынка, мы будем говорить именно о «вещи», при этом понимая, что любая вещь может стать товаром.

Любая вещь, любой товар, которые производятся в обществе, имеют подлинно социальную природу, их онтологическим началом является социальное как способ выстраивания отношений между людьми. Это наглядно показал К. Маркс, когда начал анализ современного ему капиталистического общества и способа производства товара как элементарной клетки капиталистического организма [8, с. 44]. Производя товары, общество зашифровывает в них самое себя, саму суть социальных отношений, но товар являет собой нечто большее, чем простую вещь, целью которой является удовлетворение человеческих потребностей. В методологическом аспекте более продуктивно восходить не от анализа общественных отношений в товаре как их элементарной объективированной форме, но, напротив, от метафизики товара к пониманию детерминант и векторов современных общественных отношений. Это индуктивная логика, с которой начинал свой анализ К. Маркс, также он отмечал, что природа всякого товара двойственная, товар стремится к онтологической раздвоенности (в процессе обмена товар разделяется на товар и деньги). Товар предшествует социальному бытию в эпистемологическом горизонте, следовательно, является онтологическим основанием социального бытия, поскольку обеспечивает собой его экзистенцию, где высшим воплощением товара становится его *потребление*. Существование любого товара всегда телеологично: главной их целью является удовлетворение потребностей, таким образом, мы можем сказать, что товар в одном из своих аспектов не должен существовать для себя, но всегда для другого, своего творца – человека. Товар, словно стремясь к высшей платоновской идее – Идее высшего блага, – в акте своего уничтожения достигает её, удовлетворяя своим уничтожением бытие отдельных индивидов и всего общества в целом. «Всё действительное разумно, всё разумное действительно» [Там же, с. 101] – создание и уничтожение товара, как любого другого момента бытия, – естественный процесс, который разумен и действителен, как и всё в природе. Разумный и действительный процесс жизненного цикла товара раскрывается в диалектике производства, распределения, обмена и потребления. Подобная диалектическая система на сегодняшний день, хоть и сохраняет свою классическую логику движения от абстрактного к конкретному, от менее совершенного к более развитому, но сами процессы видоизменились в связи с ростом технологий и приложением общественного интеллекта к процессу товаропроизводства.

Современные компьютерные технологии, автоматизация многих видов и типов производств сделали возможным появление нового типа товаров – цифровых товаров, следовательно, через дескрипцию товара мы можем «расшифровать» содержание самого общества, общественных отношений. Цифровые товары представлены, прежде всего, в виде компьютерных программ, игровой индустрии, мобильных приложений и пр. Но к цифровым товарам также будет справедливо отнести и современные технологические гаджеты, разновидности компьютеров, средства коммуникации, поскольку их развитие напрямую связано с развитием программного обеспечения, формированием новой производящей реальности – виртуальности. Современная парадигма товаро-производства в области IT-технологий корнями уходит в 70-80-е годы XX столетия. Зарождавшиеся в ту эпоху первые компьютерные технологии требовали от пользователей специальных знаний и навыков. Предложенная С. Джобсом парадигма графического интерфейса (user-friendly) навсегда изменила представление о компьютерах и не только сделала их товаром массового потребления, но и установила новый ориентир для капиталистического рынка, суть которого нам становится ясной только сегодня. Возросшие производительные силы, автоматизация производства открыли множество новых горизонтов и возможностей для реализации и воплощения самых смелых инженерных решений. Возможность массового производства практически любого товара в современном постиндустриальном обществе привела к тому, что рынок оказался переполнен однотипными товарами с одинаковыми потребительскими свойствами, но разной стоимостью. Это породило как спады отдельных сегментов рынка, падение стоимости акций крупных корпораций, так и необходимость ориентации производителя на потребности потребителя. Парадигма графического интерфейса, которая упростила использование компьютеров в бытовом назначении, в несколько видоизменённом виде была использована при создании в 2000-х годах первого *iPhone*, который навсегда изменил лицо IT-индустрии и представления о *человекоразмерном* товаре. Товары стали ориентироваться на потребителя, а не наоборот, что было свойственно капиталистической системе более ранних этапов развития, где человек должен был советовать вещи, а не наоборот. Безусловно, что развитие IT-технологий, постоянная актуализация и новые способы коммуникации человека и вещи, необходимость постоянной коммуникации посредством сети Интернет затрагивают область не только товаропроизводства, но и непосредственно философии. По пророческому замечанию М. Хайдеггера, место философии занимает кибернетика. Учитывая область научных интересов самого М. Хайдеггера, несложно предположить, что он подразумевает само ядро философии – онтологию.

Безусловно то, что, несмотря на весь научно-технический прогресс, с точки зрения количественных корреляций в современном обществе преобладающее большинство товаров – это потребляемые товары в *классическом* понимании, где завершение цикла потребления товара, его физическое жертвоприношение/уничтожение себя в пользу человеческой жизни рождает новый цикл производства, поскольку возникает необходимость в новом потреблении товара. Но дело обстоит иначе с цифровыми товарами. Как и продукты духовного производства, окончательное потребление цифровых товаров невозможно в силу их природы. Так, невозможно потребить симфонию Моцарта или «Метафизику» Аристотеля, поскольку их природа состоит в ином – в идее, которая переживает своих творцов на много тысячелетий. Можно было бы утвердить, что товары цифрового производства имеют идеальную природу, но, по мнению автора, это утверждение является спорным. Онтологическую сторону объективности и существования цифровых товаров следует рассматривать в неразрывной связи со всеми иными типами товаров. Связь эта раскрывается через *отношение* как онтологическое свойство всех элементов бытия. Г. В. Ф. Гегель определил онтологическое свойство отношения через единство с собой и с другими: «Благодаря отношению существующее не абстрактно для себя, а есть лишь в другом, но в этом другом оно есть отношение с собой, и отношение есть единство отношения с собой и отношения с другим» [5, с. 301]. Через отношение раскрывается онтология и форма элементов бытия, как природы и её универсальных законов, так и Второй природы – общества, что подтверждает тезис Гегеля о «разумности действительного» [4, с. 262]. Всё сущее состоит в отношениях, и разнообразные товары раскрываются и существуют благодаря этому универсальному свойству. Симфония записывается на нотный стан, разбивается на партии инструментов, исполняется оркестром. Но для становления актуального бытия из потенциального, из эссенции в экзистенцию она преобразуется благодаря *со-отношению* с иными вещами, созданными трудом и производством. То же мы видим в объективации цифровых товаров, они рождены из отношения наёмного труда и капитала, производства и общественного интеллекта – всеобщего труда и могут существовать только в отношении, в содержании самих *себя в другом*. Программа, приложение, компьютерная игра существуют в потенциальном бытии в других вещах – файлы записаны на электронные носители информации, как ноты симфонии на нотный стан, но для перехода из эссенции в экзистенцию необходим уже не живой оркестр, но процессоры, видеокарты, оперативная память, устройства вывода графической информации и периферия.

Современная эпоха, эпоха массовизации производства, эпоха абсолютизации абстрактного труда, изменяет каноничные представления о вещах и товарах. Кризис перепроизводства, огромного скопления товаров, необходимости их постоянной рыночной реализации заставляет по-новому взглянуть на сам товар и на то, чем он является сегодня, чтобы индуктивно раскрыть саму суть современных общественных отношений. Ещё К. Маркс в «Капитале» заметил, что товар, несмотря на то, что кажется вещью весьма простой, всегда полон метафизических причуд [8, с. 80]. Сверхчувственная природа вещей, их сакрализация в массовом сознании, их фетишизация являются необходимым условием не только для продолжения существования капиталистического способа производства, формы и содержания общественных отношений, сама суть метафизического измерения товара раскрывается также через отношение, но уже не отношение между рядоположенными вещами, товарами, а через экзистенциальную потребность человека быть *со-причастным* общему целому – социальному бытию, товару, вещи. Иное измерение соотношения человека и товара – производство последнего. Согласно К. Марксу, чем больше производит рабочий, чем больше ценностей создаёт,

тем меньше он потребляет и тем менее ценна его жизнь [7, с. 68]. Бытие человека в «мире вещей» диалектично: с одной стороны, через них он *со-общается* с бытием и социумом, с другой стороны, тем меньше остаётся в нём самом. Отчуждение человека, то, каким его описывал К. Маркс, рождает не только социальную несвободу, но также несвободу экзистенциальную. Но при этом, если верить Г. Маркузе, несвобода человека раскрывается в его зависимости от самого механизма производства, где размывается грань между ложным и истинным сознанием [9, с. 43]. В этой связи нельзя не вспомнить Аристотеля, считавшего, что тот, «кто по природе принадлежит не себе, а другому, и при этом всё-таки человек, тот раб» [2, с. 382].

С онтологической стороны современные товары цифрового производства являются вещественным воплощением всеобщего труда: держа в руке современный смартфон, человек одновременно становится сопричастным своей истории, поскольку в этой вещи воплощены все научные, духовные изыскания и открытия тысячелетней истории человечества: от стихийного материализма милетской школы до Н. Теслы и А. Эйнштейна. Но это формальное онтологическое содержание лежит не на самой поверхности, равно как и скрытой остаётся сверхчувственная, религиозная, сакральная природа товара, раскрывающая подлинно метафизическое содержание общественных отношений, именно той их части, которые воспроизводят значительную долю общественного сознания, формируют эпистемологическую картину бытия индивида. Несмотря на прошедшие тысячелетия, технологический прогресс, способ отношения человека и мира не изменился. Если в античном мире боги-олимпийцы имели свои символы, воплощавшие их в земном существовании, через поклонение которым можно было воззвать к божеству (так, символом Ареса, бога войны были факел, собаки; Афины – сова и т.д.; Исида – кошки), то через поклонение или ритуальное взаимодействие с символами божеств можно было просить их о милостях. Эта форма *со-общения* человека с тем, что ему представлялось трансцендентальным, образующим единое разумное начало, исток всего бытия, не изменилась и в Средние века, где абстрактные символы заменили более формально персонифицированные лики святых. Эта тенденция не изменяется и сегодня. Образы, символы растворены в вещах, уровень секуляризации различных образов прямо пропорционален лишь количеству вещей. Через *со-общение*, *со-отношение* человека и вещи раскрывается образ исторического идеала: если древний грек, например, в шкуре льва, мог увидеть символ Геракла, который, в свою очередь, воплощал необходимое условие существования – силу защитить себя от любых опасностей, что существовали в природе, то современный человек, держа в руках флагманскую модель *iPhone*, чувствует *со-отношение*, сакральное, трансцендентальное *со-бытие* со С. Джобсом, который стал своеобразной иконой современности, но обладал отличными от Геракла качествами, свойственными иной исторической эпохе. Но история показывает нам и иную сторону отношения человека и вещи, где связующим звеном является символическое. В религиозных верованиях и обрядах человек сам становится вещью, проводником и воплощением трансцендентального, подчас персонифицированного богами измерения. Дж. Д. Фрэзер описывает обряды ацтеков, где юноша или девочка играли роль земного воплощения божеств мексиканского пантеона – Токстатля и Чикоменкохуатль. Юноше и девочке как воплощениям богов поклонялись все единоплеменники, жрецы и цари, но по окончании времени земного «царствования» их приносили в жертву [11, с. 615]. М. Мосс заметил, что подлинными и первыми собственниками благ мироздания были боги и духи мёртвых [10, с. 159]. Человек сам становился вещью, надеялся трансцендентальным потенциалом, служил проводником в сверхчувственный мир, и существование его (у тех же ацтеков) заканчивалось принесением его в жертву и дальнейшим актом каннибализма. Сам акт *жертвенности* помогает глубже понять природу символического, которая обладает значительным потенциалом и влиянием на жизнь людей, *со-бытия* человека и мира. Товар и вещь приносят себя в жертву, так и человек может быть принесён в жертву ради объективации символического в разных его проявлениях, от магии и религии до товарного фетишизма. Ж. Бодрийяр также отмечал эту тенденцию, рассматривая элементы, связующие первобытное общество и современное [3, с. 32].

Начало символического содержания вещей скрывается в глубоко символическом отношении человека к миру. Вечный цикл рождения и смерти застывает в символических формах. Человек рождается и умирает. Вещь потребляется и производится вновь. Она физически воплощает часть трансцендентного символического, которое невозможно потребить в силу его природы. Дихотомия жизни и смерти, материального и идеального находит своё единство и тождество в символе. О символе как о некоем единстве писал ещё А. Ф. Лосев [6, с. 849]. Через символическое содержание товара символизируется сам человек, застывая в абстрактной форме символа самого себя, но воплощаясь через иное – вещь, товар. Относительная форма бессмертия человека раскрывается не только через его потомство, но и через продукты его труда и деятельности, в которых отразилась его самость: в произведениях науки и культуры, в вещах и предметах, которые он произвёл или просто держал руках. Не только товар своим уничтожением рождает жизнь и формирует человека, но и человек впоследствии воплощается в вещах – «уничтожение одного есть рождение другого» [1, с. 51]. Это экзистенциальное и вечное единство человека и продуктов его труда, где творец и его произведение находятся в диалектической связке, противостоя друг другу, но в то же время существуя посредством друг друга.

Изучение феномена товара в исторической перспективе позволило нам сформулировать ряд **выводов**. Классическая капиталистическая модель производства, как известно, редуцировала бытие человека, рабочего до бытия вещи. И чем больше человек в процессе наёмного труда отчуждался от своей человеческой сущности, тем в большей степени его имманентное бытие заменялось бытием вещи. Всеобщая «продаваемость», «продажность» вещи – естественное и необходимое условие самой онтологии капиталистической модели производства. К. Маркс справедливо замечал: «Проституция является лишь некоторым особым выражением всеобщего проституирования рабочего, а так как это проституирование представляет собой такое

отношение, в которое попадает не только протитируемый, но и протитирующей, причем гнусность последнего еще гораздо больше, то и капиталист и т.д. подпадает под эту категорию» [8, с. 74].

Однако изучение современной общественной парадигмы говорит нам о том, что в современном постиндустриальном обществе вышеназванные тенденции, если не элиминируются полностью, то становятся более латентными. Символическая природа товара раскрывается сегодня в идее «человекоразмерности» и «комфортности» товара. Онтологический разрыв между индустриальным и постиндустриальным типами общества становится всё более заметным и значимым не только в области праксиологической, но и в отражении теоретическом. Если для эпохи классического индустриального капитализма основой была добыча ресурсов, производство товаров материальных, то для информационной эпохи, которая для нас есть настоящее, роль нефти, согласно известному тезису, заменяет информация, и только те товары, которые способны обрабатывать саму информацию, приобретают с каждым днём всё большую ценность и, соответственно, рыночную стоимость.

Список источников

1. **Аристотель.** Метафизика. М.: Эксмо, 2015. 448 с.
2. **Аристотель.** Политика. Сочинения: в 4-х т. М.: Мысль, 1983. Т. 4. 832 с.
3. **Бодрийяр Ж.** Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 387 с.
4. **Гегель Г. В. Ф.** Философия права. М.: Мир книги, 2007. 464 с.
5. **Гегель Г. В. Ф.** Энциклопедия философских наук: в 4-х т. М.: Мысль, 1975. Т. 1. Наука логики. 452 с.
6. **Лосев А. Ф.** Вещь и имя // Лосев А. Ф. Бытие. Имя. Космос. М.: Мысль, 1993. С. 848-871.
7. **Маркс К.** Экономическо-философские рукописи 1844 года // Маркс К., Энгельс Ф. Полное собрание сочинений: в 50-ти т. Изд-е 2-е. М.: Политиздат, 1974. Т. 42. С. 41-174.
8. **Маркс К., Энгельс Ф.** Полное собрание сочинений: в 50-ти т. Изд-е 2-е. М.: Политиздат, 1960. Т. 23. Капитал. Критика политической экономии. 900 с.
9. **Маркузе Г.** Одномерный человек. М.: REFL-book, 1994. 368 с.
10. **Мосс М.** Опыт о даре. Форма и основание обмена в архаических обществах // Мосс М. Общества. Обмен. Личность. Труды по социальной антропологии. М.: КДУ, 2011. С. 32-54.
11. **Фрэнгер Дж.** Золотая ветвь. Исследование магии и религии / пер. с англ. М. К. Рыклина. М.: Академический проект, 2017. 799 с.

EXISTENTIAL SENSE OF ONTOLOGY OF THINGS

Krasnov Anton Sergeevich, Ph. D. in Philosophy
Kazan (Volga Region) Federal University
anton-krasnov1987@yandex.ru

The article analyses the ontological foundations of the existence of a thing itself and its socialized form of being – a commodity, through which a man's essence is revealed. A person, being in co-existence with the world of things, is forced to comprehend this world not only in the reflexive and sensualistic dimension, but also in the metaphysical one. Commodities and things are intermediaries between a man and the world, but an important role is played by the link with the transcendent, extremely supersensitive dimension of human life, since giving symbolism to things and commodities underlies existential human need.

Key words and phrases: philosophy; ontology; existentialism; commodity; thing; capitalism; metaphysics.

УДК 1; 16

Дата поступления рукописи: 13.01.2019

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.3.12>

В статье осуществляется попытка концептуального анализа понятия «имперское самосознание». Рассматриваются основные движущие силы его формирования, а также формы презентации. Исследуется генезис «имперского». Раскрывается важность элитарной части имперского общества в процессе продвижения имперской идеи. Философско-психологическая категория «самосознание» разбирается в контексте актуальности исторической науки. Объясняется дифференциация «имперского» и «империалистического». В опоре на методы феноменологии автором предлагаются объяснения природы понятия «имперское самосознание» и стратегий его исследования.

Ключевые слова и фразы: империя; феномен «имперского»; имперская данность; самосознание; имперское самосознание; генезис.

Перельман Ирина Владимировна

Московский педагогический государственный университет

Пансион воспитанниц Министерства обороны Российской Федерации, г. Москва

perelman7655@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ИМПЕРСКОГО САМОСОЗНАНИЯ: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ

Интерес к формам общественного самосознания находится в русле общей стратегии исторических исследований конца XX – начала XXI в., для которых характерны поиски историко-психологических маркеров