

1901
М-85

В. МОТЯШОВ

ПОТРЕБЛЯЮЩИЙ МИР: ЗА И ПРОТИВ



ПОТРЕБЛЯЮЩИЙ
МИР:
ЗА И

В. МОТЯШОВ

ПРОТИВ

**ЧЕЛОВЕК
В ОКЕАНЕ ВЕЩЕЙ, МАТЕРИАЛЬНОЕ
И ДУХОВНОЕ В ЖИЗНИ
ОБЩЕСТВА**



МОСКВА. «МОЛОДАЯ ГВАРДИЯ». 1976

14Б
М85

М $\frac{10503-200}{078(02)-76}$ 008-76

© Издательство «Молодая гвардия», 1976 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
--------------------	---



Глава I. РАЗБУЖЕННЫЕ ДЕМОНЫ

Люди и вещи	9
Чужие в своем мире	17
С компасом истории в океане вещей	30



Глава II. ПОХИЩЕНИЕ ЗОЛОТОЙ ПТИЦЫ

Потребление ради потребления	40
Бегство в досуг	59



Глава III. И ГОСПОДИН И РАБ

Обесцененные ценности	74
«Сладкая жизнь»: витрина и задворки	85
Утонченность, рождающая дикость	96



Глава IV. ДАРЫ ПАНДОРЫ

Компрачи́косы XX века	110
Под маской беспристрастности	119
Отравы в «социологической» упаковке	128



Глава V. БЛУЖДАЮЩИЕ В ЛАБИРИНТЕ

Стражи потребительства	143
Поддерживая либеральные иллюзии	147
Одномерная критика одномерного общества	161
«Очищение бедностью» по-маоистски	174



Глава VI. НОВОЕ «КАЧЕСТВО ЖИЗНИ»?

Экология вместо экономики	182
Новая заплатка на старом знамени	192



Глава VII. МАТЕРИАЛЬНОЕ И ДУХОВНОЕ

Враги или союзники?	203
От Петрония до наших дней	215
Возвышение потребностей	227



Глава VIII. ВЕЩИ, ПОДЧИНЕННЫЕ ЛЮДЯМ

На пути к гармонии	239
Где граница разумного?	251
Каждому по потребностям	265

В историческом споре двух противоположных мировых систем растущую роль играют сегодня проблемы личного потребления. Надо сказать, что наиболее полное удовлетворение материальных и духовных запросов людей всегда составляло высшую цель общественного производства и экономической политики при социализме. Однако на первых порах новому общественному строю приходилось огромную часть ресурсов тратить на то, чтобы обеспечить свою безопасность и жизнеспособность в условиях капиталистического окружения, упрочить свою материальную базу, обращая главное внимание на развитие средств производства.

Теперь социалистическая экономика достигла рубежа, на котором ей стало под силу решение задач ускоренного повышения народного благосостояния. Если еще два с половиной десятилетия назад объем промышленного производства в Советском Союзе составлял менее третьей части уровня США, то в 1974 году — почти 80 процентов этого уровня. Опираясь на свою возросшую экономическую мощь, социалистические страны в последние годы взяли курс на значительное расширение сферы потребления.

Повышение жизненного уровня народа представляет собой один из самых очевидных критериев экономического соревнования двух социальных систем. Но индивидуальное потребление свидетельствует не только о возможностях производства. Оно характеризует господствующие в обществе социальные отношения, доступ людей как к материальным, так и к духовным богатствам, их право определять свое будущее. В уровне, структуре, направленности личного потребления отражается определенный образ жизни. Вот почему вопросы потребления выходят за рамки экономического соревнования между социализмом и капитализмом. Они являются плацдармом, на котором разворачивается все более острая идеологическая и политическая борьба.

Долгое время любимым коньком буржуазной пропаганды было утверждение о хроническом отставании жизненного уровня населения социалистических стран от стандартов, достигнутых индустриальным Западом. Больше того, капиталистические авгуры предсказывали, что этот разрыв сохранится на необозримо далекую перспективу. Под ударами реального хода событий тезис о мнимой неспособности социализма обеспечить материальное благосостояние превратился в анахронизм, хотя и не снят еще с вооружения антикоммунистов. В изменившихся условиях все более настойчивыми и широкими становятся попытки буржуазной пропагандистской машины использовать рост материального достатка в социалистических государствах для того, чтобы направить соревнование двух мировых систем в выгодное для капитализма русло, экспортировать в социалистические страны потребительский образ жизни.

Моделью, которую буржуазные идеологи хотели бы навязать советским людям, народам всего социалистического содружества, является капиталистическое «общество потребления» с присущим ему мещанским культом вещей и отчуждением громадного большинства населения от духовной культуры. Это общество является также своего рода экспериментальной базой для выработки, шлифовки и проверки эффективности методов приобщения трудящихся к потребительским ценностям и идеалам. Вот почему большое внимание в предлагаемой читателям работе уделяется анализу феномена потребительства, механизмов его возникновения и распространения, его социальных функций.

Апологеты «общества потребления», а также его буржуазные и социал-реформистские критики отрывают культ потребления от социальной организации общества. Они связывают его либо с достижением некоторого достаточно высокого уровня материального производства, после чего будто бы расцвет потребительской психологии становится неизбежным, либо с неумением большинства людей на Западе противостоять нажиму монополий, которые хитростью возбуждают у них покупательные инстинкты, формируют ложные потребности. Но существо проблемы отнюдь не только в огромных возможностях большого бизнеса и его пропагандистских служб оказывать манипулятивное воздействие на сознание миллионов людей в капиталистических странах и сеять в беспрецедентных масштабах чуму потребительства. Эта книга ставит своей задачей показать, что потребительство есть специфическое, глубоко внутреннее порождение антагонистических формаций, неустранимый при капитализме порок всей его общественной структуры, основа жизнедеятельности буржуазного общества. Четкое понимание истоков культа потребления, его классово-антагонистического, а следовательно, исторически преходящего характера, возможностей использования его в качестве инструмента идеологических манипуляций позволяет, с одной стороны, трезво оценивать опасность потребительства и вести эффективную борьбу с ним, а с другой стороны, избегать драматизации этой опасности, не шарахаться в крайности «антипотребительства», принимающего форму романтизации и канонизации аскетизма.

Рост потребления представляет действительную ценность и имеет *человеческий* смысл лишь в той мере, в какой он служит основой для развития человеческой личности, а не разрушения ее.

Мало где еще с такой зримостью буржуазное богатство демонстрирует свою отчаянную внутреннюю нищету, свою вопиющую бездуховность, как в самоцельном потреблении, в искажении и извращении функций не только материальных, но и духовных благ. Бесперспективность потребительского идеала осознают сегодня многие идеологи Запада. На свет появляются различные проекты того, как повернуть «общество потребления» к более возвышенным

и достойным целям, нежели та вакханалия приобретательства, та невиданная и губительная для человека конкуренция расходов, которая охватила ныне развитые капиталистические страны. О попытках буржуазных авторов указать выход из потребительского тупика, «одухотворить» капиталистическую систему и о тщетности этих усилий рассказывают специальные главы книги.

Людям нового общества одинаково чужды как безудержная погоня за вещами, гипертрофированный культ потребления, так и неестественная ограниченность потребностей, низведение их к некоему минимуму. Постоянный рост материальных запросов населения социалистических стран и возможностей их удовлетворения не является самоцелью.

Вместе с тем в данной работе предпринимается попытка ответить на вопрос, почему и при социализме еще какое-то время сохраняются проявления потребительства. Причем при общей тенденции исчезновения этого глубоко чуждого социализму явления не исключены даже периоды некоторого оживления среди части населения потребительской ориентации, вспышки так называемой «вещной болезни».

Проблема потребления самым непосредственным образом связана с задачей воспитания нового человека, молодого поколения Советской страны, формирования разумных и благородных потребностей. Созидая коммунистическое общество, необычайно важно научиться правильно строить свои взаимоотношения с миром вещей, соразмерять желания с возможностями. Торжество идеалов коммунизма немыслимо без приобщения каждого к системе ценностей, согласно которой вещь подчинена человеку, а не наоборот, максимальное удовлетворение материальных запросов служит безграничному развитию духовного потенциала, вершиной человеческой потребности выступает его нужда в развитии и реализации всех своих способностей и душевных сил, отдаваемых на благо другим людям. В решении этой задачи велика и ответственная роль тех, кто выступает сегодня в пору своей гражданской зрелости.

Вводные замечания к книге хотелось бы заключить предостережением. Читателям, которые возьмут на себя труд одолеть ее, вряд ли можно обещать легкое чтение. В ряде мест от них потребуются усилия, связанные не столько с характером изложения (оно вполне популярно), сколько с тем, что одни мысли только намечены и нуждаются в развитии, додумывании, другие же, возможно, не являются бесспорными. Тема потребления и потребностей полна вопросов, на которые не существует однозначного ответа, многие ее проблемы только еще ждут своего исследователя. Поэтому книга адресована прежде всего читателю, для которого необходимость думать не является обузой и возможность получить готовый ответ имеет малую цену по сравнению с удовольствием самостоятельного поиска истины.

РАЗБУЖЕННЫЕ ДЕМОНЫ

Люди и вещи Сотни тысяч лет минули с той поры, когда наш древний пращур

смастерил первый каменный топор, превратил ствол упавшего дерева в первое подобие лодки и впервые прикрыл свою наготу шкурой убитого зверя. Редко кто из живущих ныне людей, если только он не является археологом или историком, вспоминает о том теряющемся за толщей веков времени.

А ведь во всей мировой истории не сыскать, пожалуй, события, которое по значимости могло бы сравниться с появлением первых, грубых и примитивных предметов, созданных руками упомянутого пращура. Потому что нет ничего сокровеннее и важнее *начала*, возникновения из небытия. И первая изготовленная нашим первобытным предком вещь была рождением Homo sapiens — человека разумного, его решающим шагом из дикой природы, из царства животных в человеческое существование. Отсюда начинается наделенное поистине чудесной силой совместное бытие человека и сотворенного им предметного мира, длящаяся многие тысячелетия единая их эволюция, которая может прекратиться только с исчезновением человека.

В самом деле, достаточно задаться вопросом, что окружает нас в повседневной жизни, что действует на наши чувства и мысли, чем мы пользуемся для удовлетворения своих потребностей, как с очевидностью обнаружится: за малым исключением это вещи, сделанные человеком. Сегодня трудно представить, что случилось бы с людьми, если бы вдруг они разлучились со своими

верными спутниками-вещами — орудиями труда, предметами обихода, одеждой, средствами передвижения, книгами, музыкальными инструментами... Уже одно это предположение показывает, в какой огромной степени искусственный материальный мир, включающий все многообразие вещей, определяет человеческое в человеке.

Со дня своего появления вещь накапливала в себе знания и опыт людей, их интеллектуальное и чувственное богатство. Наполняясь таким содержанием, она оказывала обратное влияние на материальную и духовную деятельность человека, расширяла и обогащала ее, участвовала в воспроизводстве социальных отношений. В этом проявился ее изначальный общественный характер, способность служить не одному своему непосредственному изготовителю и отражать не только его личные черты, а вбирать и передавать итог коллективных человеческих дерзаний.

Многие вещи живут значительно дольше своих создателей. Благодаря им мы проникаем в глубь эпох, узнаем об исчезнувших цивилизациях, о населявших когда-то нашу Землю народах, открываем для себя неведомые страницы истории. В вещах для нас предстают накопленные свойства человеческого рода в том виде, в каком они развились к определенному моменту. От поколения к поколению переходили эти грандиозные хранилища материализованного человеческого духа, передавалась эта, по характеристике К. Маркса, раскрытая книга опредмеченных сущностных сил человека. И хотя в этой книге и по сию пору недостает многих важных страниц, а содержание иных свидетельствует о периодах упадка и деградации, в целом она отражает неуклонное восхождение человека по ступеням освоения и преобразования им окружающего мира и одновременно самого себя. Воспринимая зафиксированные в вещах плоды упорства, фантазии и созидательных сил своих предшественников, следующие поко-

ления людей могли строить на этом фундаменте еще более величественное здание. Как никогда стремительно растет мир создаваемых человеком вещей сейчас, открывая перед ним безграничные возможности для развертывания своего творческого гения и удовлетворения развивающихся потребностей.

Искусственное вещное окружение человека является, таким образом, той средой, в которой он непосредственно существует и в постоянном взаимодействии с которой формирует себя, утверждает и осуществляет собственную индивидуальность. «Лишь благодаря предметно развернутому богатству человеческого существа, — писал К. Маркс, — развивается, а частью и впервые порождается, богатство субъективной *человеческой* чувственности: музыкальное ухо, чувствующий красоту формы глаз, — короче говоря такие *чувства*, которые способны к человеческим наслаждениям и которые утверждают себя как *человеческие* сущностные силы. Ибо не только пять внешних чувств, но и так называемые духовные чувства, практические чувства (воля, любовь и т. д.), — одним словом, *человеческое* чувство, человечность чувств, — возникают лишь благодаря наличию *соответствующего* предмета, благодаря *очеловеченной* природе»¹.

Без предметов искусства — живописных полотен, скульптур, украшений и т. п. — присущее людям чувство прекрасного далеко не было бы тем, чем оно является сейчас. Без музыкальных инструментов человечество не только никогда не услышало бы шедевров Баха, Моцарта, Шостаковича, но и в неразвитости своих чувств не испытало бы в этом никакой потребности. Не придумай когда-то человек простейшего вертела и примитивнейшего огнеупорного сосуда, он до сих пор питался бы сырым мясом. А если бы люди не оставляли своим потомкам аккумулярованных в вещах знаний о себе и мире, человеческий мозг никогда не обрел бы се-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 122.

годняшних творческих возможностей. Даже того ничтожного искусственного вещественного окружения, среди которого и поныне еще живут некоторые племена в пустынных районах Австралии и других затерянных уголках земли, достаточно, чтобы в решающей степени определить их человеческий облик, сформировать их мысли и чувства как человеческие.

Воплотив в себе знания и умения людей, все многообразие их свойств, способностей и интеллектуальных усилий, искусственный окружающий мир неизмеримо раздвинул возможности человека, отпущенные ему природой, удивительнейшим образом изменил их количественные и качественные характеристики. В биологическом смысле практически нет никакой разницы между античным греком и современным человеком. Но органам чувств представителей двух этих эпох открываются разительно непохожие масштабы окружающего мира. Такая обыкновенная для нашего времени вещь, как телевизор, позволила ограниченному в своем восприятии человеческому глазу видеть за многие тысячи километров, а столь же несовершенному уху слышать голос всей планеты. Вещи сделали контакт человека с природой универсальным, открыли для него такую сложную гамму ее проявлений, какая не доступна ни одному самому развитому органу животного. Это отразилось, в частности, в функциональном разнообразии вещей, в их многоцелевом назначении.

Человек начал делать вещи для удовлетворения своих физиологических и физических потребностей, для обеспечения или облегчения процесса жизнедеятельности. Абсолютное большинство появившихся до сих пор вещей было создано с этой целью. Таковыми являются, скажем, предметы домашнего обихода, орудия труда, одежда, мебель, средства транспорта. Основную функцию этих вещей можно определить как *утилитарную*.

Но уже во времена палеолита древний мастер, изготавливая кремневый нож или глиняную плошку, стре-

мился придать им изящную форму, сделать вещь не только полезной, но и красивой. Когда же он отшлифовал первые каменные бусы, его потребность в прекрасном выступила в принципиально новом качестве — человек пришел к созданию вещей, *основным*, а иногда и единственным назначением которых стало украшать его жизнь, возвышать и облагораживать ее. Так определилась *эстетическая* функция вещи.

Прошли многие сотни и тысячи лет, прежде чем утилитарная и эстетическая ценности вещей, выражавшие органическую слитность человека с его искусственным предметным окружением, перестали быть единственными. С этого момента отношения между людьми и вещами все больше омрачаются, все отчетливее в прежней гармонии начинают звучать ноты неестественности и чуждости. Вещи обретают новые функции. Одна из них — назовем ее *гедонистической*, несколько сузив толкование этого слова, — обнаружила семя противоречия, постепенно взраставшее на почве первоначального единства человека и его внешнего окружения; другая — *собственническая* — отразила раскол этого единства на два самостоятельных и враждебных мира.

Гедонизм вообще означает наслаждение и в этом смысле может органично сочетаться как с утилитарной, так и с эстетической функциями. Отрицательное, негативное содержание гедонистическое приобретает лишь тогда, когда оно становится самодовлеющим в вещи, оттесняет и уничтожает две первые функции. Гедонистическая функция в предлагаемом здесь понимании указывает на способность вещи быть объектом наслаждения особого рода, не являющегося естественным для человека. Можно наслаждаться изяществом формы, красотой линий, точностью пропорций и удачной цветовой гаммой вещи, то есть всем тем, что составляет ее эстетическую ценность. Можно получать удовольствие от сознания того, что вещь наилучшим образом отвечает своему назначению, полезна людям. Все это естествен-

ные наслаждения. Точно так же нет ничего предосудительного в привязанности к предмету, которым часто или долго пользуются. В основе этого чувства — благодарность за верную службу, привычка, наконец. Столь же естественны и человечны чувства к вещам, связанным с памятью о любимых и близких людях, с событиями, фактами жизни, о которых хотелось бы помнить.

Но мир вещей способен доставлять и другое наслаждение. Известно, например, что некоторые люди покупают книги не для того, чтобы прочесть их, а для того, чтобы прослыть «интеллектуалами», или просто потому, что иметь у себя дома библиотеку нынче модно. Современный французский писатель Жорж Перек в повести «Вещи» также затрагивает эту сторону отношения человека к вещам. Раскрывая внутренний мир своих героев, молодой супружеской четы, он пишет: «Их тяга к благополучию, к роскошной жизни чаще всего проявлялась в каких-то глупых увлечениях: они пускались с друзьями в пространные обсуждения достоинств какой-нибудь трубки или низенького столика, возводя их в ранг произведений искусства, в музейные экспонаты. Они могли преисполниться восторгом по поводу чемодана — такого маленького чемоданчика, необыкновенно плоского, из черной, слегка шероховатой кожи, какие часто появляются в витринах магазинов на площади Мадлен и которые, как им казалось, олицетворяют собой всю прелесть поездки экспромтом в Лондон или Нью-Йорк. Они могли исколесить весь Париж, чтобы взглянуть на кресло, великолепие которого им описали... Но они не понимали, что благоговение перед витринами портных, шляпниц и сапожников делает их просто смешными»¹.

В обоих примерах удовлетворение, наслаждение, испытываемое при созерцании вещи или при соприкосновении с нею, происходит вовсе не от ее реальных досто-

¹ Жорж Перек. Вещи. М., 1967, с. 20.

инств. Причины, побуждающие любить вещь, лежат за ее пределами. Форму, красоту, идею, заложенные в предмете, невозможно от него оторвать, не уничтожив или не изменив его самого. Назначение предмета служить людям в труде и быту или радовать их своим эстетическим совершенством не может встать между ним и человеком в качестве самостоятельной ценности.

Совсем иное дело узкогедонистическая реакция на вещь. Она имеет своим источником власть, силу, значение, которые в действительности не принадлежат вещи, но которыми ее наделяет в определенных обстоятельствах человеческое воображение. В этом случае человек обожает не реальную вещь, а рожденный его фантазией образ вещи, иллюзию, мираж, то, что американцы называют словом «имидж». Сильвия и Жером в романе Перека восторгаются маленьким черным чемоданчиком не потому, что он удобен или красив. Их влечет к нему не имеющая абсолютно никакого отношения к этому чемоданчику прелесть поездки в Лондон или Нью-Йорк — поездки, которая недоступна им и предполагаемое удовольствие от которой они переносят на доступную им вещицу.

Теперь мы вплотную приблизились к исторически возникшей способности вещи быть *собственностью*. Ничто так не нарушило двуединства человека и его искусственного предметного окружения, ничто в такой степени не отторгло от людей их естественных физических и духовных чувств и не сделало человека столь чужим в созданном им же мире вещей, как самодовлеющее чувство собственности. Оно поставило знак равенства между предметом и его денежным эквивалентом, между потреблением вещи и ее обладанием. Оно выпустило на волю демонов, которые обрели не принадлежащую им власть.

Сознание опасности пришло сначала как смутное предчувствие, как догадка, как крепнущее подозрение относительно дьявольской подноготной вещей. Некото-

рые мыслители прошлого увидели в росте продуктов материального производства источник всех обрушившихся на человечество бед, ему приписывали они разделение свободных людей на собственников и неимущих, на эксплуататоров и эксплуатируемых, на властвующих и бесправных. Они предавали анафеме то время, когда человек, не довольствовавшись изготовлением предмета для личного потребления, произвел первую вещь для обмена. В росте вещного богатства им виделись причины неудержимого отчуждения человека от окружающего мира и самого себя.

Первым, кто сумел снять покров тайны, окутавшей плоть от плоти, разум от разума человека — его искусственный предметный мир, — стал Карл Маркс. Величайшей его заслугой явилось то, что он подошел к проблеме взаимоотношений людей и вещей как к историческому и диалектическому процессу, как к закономерному возникновению и разрешению противоречий. Он не только увидел истинные причины, сделавшие возможным и необходимым разрыв изначального единства людей и вещей, завладение вещами магической властью над человеком, но и показал, что с такой же необходимостью этот противоречащий разуму и человеческой природе антагонизм будет преодолен. Теория и практика научного коммунизма прокладывают те конкретные пути, на которых только и возможна подлинная и полная гармония между человеком и рожденным его трудом миром вещей.

Но было бы заблуждением взирать на достижение этой гармонии как на нечто спонтанное, совершающееся само по себе, без активного вмешательства людей. Идеалы человечества не осуществляются без борьбы. Ничто не доказывает это лучше, чем сама человеческая история.

вительную историю о приключениях Робинзона Крузо, прожившего двадцать восемь лет на необитаемом острове. И поныне читателей всех возрастов во многих странах захватывает и волнует судьба мужественного моряка из Йорка, который, лишившись общества и помощи себе подобных, не пал духом, постепенно обзавелся необходимыми для жизни вещами, а со временем даже окружил себя известным комфортом и благополучием.

Но, отдавая должное предприимчивому и храброму герою Дефо, следует заметить, что все происшедшее с ним отнюдь не было чем-то исключительным. Речь тут не о тех литературных или действительных случаях, которые перекликаются с событиями знаменитого романа.

На заре человечества вся наша планета, по существу, напоминала остров Робинзона, а все люди — его самого. Они не были, правда, столь одиноки (впрочем, и в книге об этом можно говорить лишь до появления Пятницы), но зато не имели и таких совершенных предметов и припасов, которые Робинзон сумел все-таки снять с потерпевшего крушение корабля и которые прочнейшими нитями связывали его с оставленной цивилизацией. И уж вовсе в невыгодном положении оказывается первобытный человек по сравнению с Робинзоном, если иметь в виду громадное, просто несоизмеримое преимущество последнего в знаниях.

Нас, однако, интересуют не различия, а сходство. Тем общим, что роднит Робинзона с нашими древними предками, является их одинаковое отношение к окружающему миру вещей. Все, что производил Робинзон на острове — орудия, одежду, мебель, продукты, — он делал для удовлетворения собственных потребностей. Его самодельное предметное богатство целиком ему же и служило. Он выступал и субъектом производства, и его целью. Подобную простоту, прозрачность и есте-

ственность отношений между человеком и вещами мы встречаем на пороге человеческой истории.

К первобытной общине вполне применима характеристика робинзоновского труда, с той только разницей, что там место одного человека занимает коллектив. Создаваемое в процессе производства вещественное богатство потреблялось в те далекие времена самими производителями, служило сохранению и развитию общины. С ростом обилия и разнообразия продуктов труда соответственно увеличивалась и мера удовлетворения ими всех членов первобытного коллектива. Создаваемые сообща вещи в равной степени способствовали развитию каждого индивида, расширяли границы его власти над природой.

Так как на ранних стадиях существования людей и производство и потребление осуществлялись в условиях непосредственной совместной деятельности, то для любого человека в отдельности всякая вещь была своей и не противостояла ему в качестве чуждой сущностной силы. Она была его опредмеченной способностью, чувством, умом, его собственным удовлетворением и наслаждением. Она была его собственной сущностной силой. В этих условиях воплощавшееся в вещах духовное и чувственное богатство человека ничем не могло повредить ему, деформировать или подавить его индивидуальность. Как ни слаб был человек, как ни мала была его власть над природой, но он являлся повелителем, господином по отношению к создаваемому им искусственному предметному миру.

А отсюда та цельность, своеобразная гармоничность и естественность чувств, которая отличала вышедшего из лона природы человека. Личные качества и степень их развития, а не принадлежащее ему вещное богатство определяли его достоинство и значимость. Его едва развитые сущностные силы принадлежали одинаково ему и общине, без которой он не мог существовать, и обоим им служили. Во всех общественных отношениях,

и прежде всего в производственных, главенствующее положение занимал сам человек, а не продукты его труда.

Так оставалось еще какое-то время и в более поздние эпохи, когда под напором развивающихся производительных сил начинает рушиться родовой строй, складывается государственность. Характеризуя воззрения того периода, К. Маркс писал, что согласно им древний человек, «как бы он ни был ограничен в национальном, религиозном, политическом отношении, все же всегда выступает как цель производства»¹. Члены первобытной общины «в известных, для них определенных природных границах... были господами своего собственного производства»², их труд обеспечивал равную для всех возможность реализовать свою индивидуальность. Однако это первоначальное и представляющееся идиллическим взаимодействие человека и его вещного окружения не было прочным. Над ним уже витал вестник неминуемой гибели.

Ибо эта целостность и детски прекрасная простота общественной жизни наших предков имели своими неотступными спутниками ужасающую скудость жизненных средств и крайнюю неразвитость производительных сил. Дальнейший прогресс материального и духовного производства могло обеспечить только разрушение этой целостности и простоты. Начало ему положила так называемая «неолитическая революция», длившаяся, по утверждению археологов, в среднем около трех тысяч лет. Ее итогом стал переход от охотничье-собираТЕЛЬСКИХ форм хозяйства к пастушеству, а после к земледелию.

Произошло первое крупное общественное разделение труда. Оно сопровождалось ускоренным ростом населения нашей планеты, закреплением оседлого образа жизни.

¹ К. Маркс. Формы, предшествующие капиталистическому производству. Госполитиздат, 1940, с. 20.

² К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 21, с. 112.

ни, подъемом благосостояния, развитием искусства росписи и керамики. Однако наиважнейшим его следствием, оказавшим решающее влияние на всю последующую человеческую историю, явилась возможность производить продукт в больших количествах, чем требовалось для удовлетворения собственных потребностей. Производство прибавочного продукта породило регулярный обмен, а вместе с ним и частную собственность. «Лишь только производители перестали сами непосредственно потреблять свой продукт, а начали отчуждать его путем обмена, они утратили свою власть над ним. Они уже больше не знали, что с ним станет. Возникла возможность использовать продукт против производителя, для его эксплуатации и угнетения»¹.

Постоянно расширяющееся производство продуктов непосредственно для обмена — товарное производство — усилило имущественные различия и завершило раскол общества на классы — на богатых и бедных, господ и рабов, эксплуататоров и эксплуатируемых. Прямым следствием и отражением этой поляризации явилось восхваление и почитание материального богатства как высшего блага. Если в первобытные времена человек, хоть и в самых узких рамках, все же выступал целью производства, то теперь это преимущество утрачивается. На первый план выдвигаются не люди как производители материальных и духовных благ, а продукты их деятельности. Общественное богатство принимает вещный вид, и этот мир вещей противопоставляется человеку в качестве единственной реальной ценности. Не люди господствуют теперь над вещами, а вещи подчиняют людей своей мистической власти. На место физических и духовных чувств человека встает «простое отчуждение *всех* этих чувств — чувство *обладания*»².

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 21, с. 113.

² К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 120.

Власть вещей, принявших форму товара, находит свое универсальное выражение в деньгах, этом товаре товаров, который содержит в скрытом виде все другие товары; этом волшебном средстве, способном по воле своего обладателя превращаться в любую заманчивую и желанную вещь.

Только при капитализме вещь повсеместно становится уже не просто вещью, наделенной определенными полезными человеку свойствами, а стоимостью, товаром, капиталом. Вместо того чтобы быть *средством* для развития личности, она превращается в *цель* всего производства, делая человека лишь средством. Господство вещей достигает такой степени, что у людей складывается иллюзия, будто сами товары, вещи, по природе своей обладают загадочным могуществом. Маркс назвал это явление товарным фетишизмом. Он же первым проник в его тайну.

Попытаемся вслед за Марксом проследить механизм возникновения товарного фетишизма. Мы знаем теперь, что на стадии первобытнообщинного строя существовало единство человека и вещи. Но это было такое единство, которое сдерживало и развитие самого человека, и его искусственного предметного окружения. Поэтому на следующих этапах истории гармония в отношениях между человеком и его вещной средой нарушается. В эпохи рабовладения и феодализма вещь, ставшая частной собственностью, начинает противопоставляться человеку, служить орудием угнетения производителя, господства над ним. Однако ее власть еще не является здесь полной, она обнаруживает себя не непосредственно, а через отношения людей, через личную зависимость раба от рабовладельца, крепостного от феодала, вассала от сюзерена. Именно потому, что эти общественные отношения обнажены и очевидны, «труду и продуктам не приходится принимать отличную от их реального бытия фантастическую форму. Они входят в общественный круговорот в качестве натуральных служб и на-

туральных повинностей»¹. Ни у раба, исполнявшего функции говорящей скотины, ни у крепостного крестьянина, отбывавшего барщину и платившего оброк, не возникало никаких сомнений относительно того, кто их всевластный господин, на кого они работали, для кого проливали свой пот.

Положение существенно меняется при капитализме, когда достигает полной зрелости товарное производство. Здесь власть вещей выступает уже как совершенно самостоятельная, оторванная от человеческих отношений сила. В буржуазном обществе нет личной зависимости, нет внеэкономического принуждения. Все люди здесь формально равны. И если один при этом живет в трущобах, страдает от дороговизны, от безработицы, от невозможности получить образование, а другой осыпан всеми благами жизни, то причина видится в том, что к одному человеку мир вещей упрямо проявляет свою враждебность, к другому же выказывает благосклонность. Это полное загадок поведение вещей принимает характер стихии, которая по своему произволу играет человеком, направляет его волю. В глазах людей «их собственное общественное движение принимает форму движения вещей, под контролем которого они находятся, вместо того, чтобы его контролировать»².

Где истоки этой фантастической власти? Почему так долго не удавалось заглянуть под мистические покровы товарного фетиша? Отвечая на эти вопросы, следует учитывать особенность человеческого познания, которое движется путем, противоположным направлению исторической эволюции. Размышляя над своей жизнью, человек *начинает* с того пункта, в котором действительное развитие уже проявило себя, пришло к какому-то *результату*. Вещь превращалась в товар на протяжении тысячелетий. Но люди попытались дать себе отчет

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 23, с. 87.

² Там же, с. 85.

в содержании товара лишь тогда, когда он вполне развился, то есть приобрел видимость чего-то естественно-го, от века существовавшего. Поэтому-то до Маркса, применившего исторический метод к анализу общественных явлений, товарный мир хранил свою тайну.

Маркс показал, что производственные связи в капиталистическом обществе до поры до времени остаются затененными, завуалированными. Проявляются они лишь в момент обмена, когда производители вступают в общественный контакт между собой. Но, покупая или продавая ту или иную вещь, люди имеют дело с определенной стоимостью, процесс образования которой скрыт от них. Они поэтому воспринимают как свойство самой вещи тот факт, что она реализуется на рынке по определенной цене, подверженной колебаниям, но не зависящей от желаний, предвидения и действий людей, участвующих в обмене. Даже теоретическое сознание, не говоря уже об обыденном, эмпирическом, не всегда способно связать стоимость вещи с затратами общественно необходимого для ее производства рабочего времени. Отсюда возникает иллюзия, что господство продуктов труда над производителями и потребителями является абсолютно самостоятельным, а не отражением исторически определенных общественных отношений.

Товарный фетишизм возможен лишь при товарном производстве. Поэтому «все чудеса и привидения, окутывающие туманом продукты труда при господстве товарного производства», немедленно исчезают, «как только мы переходим к другим формам производства»¹. Такой переходной формой является социализм, который представляет собой начало конца товарного фетишизма. Однако о полном его преодолении можно будет говорить лишь на высшей стадии коммунистического общества, когда окончательно отомрут товарные отношения,

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 23, с. 86.

которые хотя и в качественно отличном от капиталистических виде, но еще существуют при социализме.

Товарный фетишизм довел до крайней точки противопоставление человека и созданного им мира вещей. Он стал тем изошренным орудием, с помощью которого капитализм превратил собственные деяния людей во враждебную им силу и с сардонической улыбкой надругался над «царем природы», поставив царствовать над ним бездуховные вещи. Только в условиях господства капиталистической частной собственности производство выступает для трудящихся «как *утрата предмета и закабаление предметом*, освоение предмета — как *отчуждение*»¹. Только капитализм возводит извращение отношений между человеком и его предметным окружением в абсолют, перепоручает вещам роль полномочных выразителей человеческой сущности, а человеку — роль простой функции вещей.

Но, будучи *чужими* для громадного большинства эксплуатируемых, продукты труда все же остаются *своими* для человечества в целом. Находясь в распоряжении отдельных людей, они, несмотря даже на извращенность той формы, в какой их производят и потребляют в антагонистическом обществе, служат развитию человеческого рода. Лишь на первый взгляд данное утверждение представляется парадоксальным. Человечество не смогло бы выжить без ускоренного развития своих сущностных сил. И для этого у него не было иной основы, кроме уже сложившихся производительных сил. Однако в доклассовом обществе они были столь малы, что их просто не хватило бы для обеспечения прогресса всей массы населения. Вот почему в пришедших на смену первобытному строю антагонистических формациях «развитие способностей рода *«человек»*... совершается за счет большинства человеческих индивидов и даже целых человеческих классов»².

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 88.

² К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 26, ч. II, с. 123.

Ярко и с негодованием изобразив антигуманные последствия отчуждения, Маркс в то же время настойчиво подчеркивал его историческую необходимость. Без этапа отчуждения невозможны были бы ни развитие производительных сил, ни рост общественного богатства, ни духовное совершенствование человека. Названные процессы находятся в прямой зависимости друг от друга. Объективная диалектика истории такова, что, какие бы формы ни претерпевало развитие материального и духовного богатства, какими бы противоположностями отчужденного труда оно ни омрачалось, конечным результатом его будет обогащение и развитие всего рода людского. Причем само содержание богатства при этом станет тем, чем оно и должно быть, — не вещью, не деньгами, не каким угодно сокровищем, а развитой производительной силой всех индивидов. Если мы попытаемся проследить, какое значение люди вкладывали в представления о богатстве за долгую свою историю, то обнаружим, как медленно, мучительно, но неотвратно очеловечивались эти представления, как от внешних атрибутов богатства человек все больше приближался к осознанию самого себя в качестве самоцели общественного прогресса.

Во всех антагонистических формациях принявшее вещный вид богатство создавалось миллионами людей для немногих. Трудящиеся допускались к нему лишь в той мере, в какой господствующий класс был заинтересован в сохранении и воспроизводстве рабочей силы и своей собственности. В этом отношении товарная форма капиталистического богатства с самого начала походила и на сокровища восточных деспотов, и на золото работорговцев, и на земельные владения феодалов.

Однако новое богатство имело и существенное отличие от предыдущих форм. До развития капиталистического промышленного производства вся бывшая в распоряжении человечества сумма материальных благ составляла ничтожную часть того, в чем нуждалась про-

збавшая в нищете масса населения. Совокупное богатство, создаваемое малопродуктивным трудом, могло обеспечить развитие человеческой индивидуальности и достойный человека образ жизни только небольшому слою эксплуататорского, а также профессионально посвятившего себя интеллектуальным занятиям меньшинства. Для всех же прочих жизнь была тяжким трудом, но труд не был жизнью. Восхищающий нас и поныне расцвет античной науки и античного искусства был бы невозможен без рабства, давшего возможность и свободное время творить Аристотелю и Фидию, Пифагору и Эсхилу, которые в противном случае должны были бы заботиться лишь о том, как прокормить себя. Никогда не увидели бы света прекрасные творения эпохи Возрождения, если бы не страдал на барщине средневековый крестьянин и не корпел в своей мастерской городской ремесленник. Без жестокого насилия со стороны абсолютистской и церковной власти строители не осуществили бы замыслов великих зодчих прошлых веков.

Только с промышленным разделением труда и развитием капиталистического способа производства появляются материальные условия для того, что Маркс назвал неограниченным созданием всеобщего богатства. Благодаря техническому прогрессу и новому обобществлению производительных ресурсов капитализм даже в оковах отчужденного труда получает возможность достичь небывалого ускорения в прогрессе созидательных сил общества, поднять на невиданную прежде высоту рост выпуска товаров. Тем самым складываются необходимые предпосылки для того, чтобы любой человек нашей планеты мог в полной и равной мере пользоваться создаваемыми человечеством богатствами. Превратившись в предмет неограниченного производства и потребления, богатство оказывается рожденной универсальным обменом универсальностью потребностей, способностей, средств потребления и производительных сил

людей. С ним и в нем может развиваться господство человека над силами природы — как окружающей его, так и его собственной. Отныне выявление и реализация творческих дарований человека, целостность его развития, полное осуществление его сущностных сил наконец-то получают реальную материальную основу для превращения их в самоцель.

Всеобщее богатство, необходимое для этого, есть уже сейчас. Человечество располагает колоссальными по своей суммарной мощи различными средствами производства, запасами энергии и сырья, полезными ископаемыми, массой всевозможных товаров, а также способностями, знаниями, умениями. Почти за три века промышленного развития, несмотря на все безумства, совершенные капиталистами из жажды наживы, несмотря на разрушение средств производства в войнах и кризисах, труд миллионов людей создал средства, способные обеспечить всему населению нашей планеты высокий уровень благосостояния. Это сделал промышленный труд в его отчужденной форме. В погоне за чистоганом капитализм открыл в то же время на своем пути источники всеобщего богатства. И главный результат этого открытия, объективные выводы, следующие из него, оказываются поразительно далекими от целей капиталистического производства. На повестку дня впервые в глобальном масштабе встает вопрос о необходимости ликвидации отчуждения труда, всех его извращений и прежде всего господства вещей над людьми.

Прогресс производительных сил достиг такого уровня, когда утверждение общественной собственности на средства производства подводит черту предыстории людей и открывает страницы их подлинной истории. Сейчас это демонстрируют социалистические страны, которые вместе с господством частной собственности сбросили с себя и путы отчуждения трудящихся от их действительной жизни. Придет время, когда трагедия отчуждения канет в Лету и для всего населения Земли.

Избавившись от отношений враждебности и фетишизма, которые эксплуататорский строй насаждает между угнетенными классами и созданным их талантом и руками миром вещей, трудящиеся снова в полном объеме смогут принять на себя функцию носителя родовых свойств человека, выразителя его сущностных сил.

Если отчуждение имело и имеет роковые последствия для многих миллионов людей в антагонистических обществах, то в конечном счете оно оказывается роковым для всей системы классовой эксплуатации вообще. Оно ставит ее перед неизбежностью гибели. Сами того не желая и не сознавая, хозяева капиталистического общества способствовали историческому делу движения к социализму. Системе частного капитала остается сделать один «только» шаг, чтобы превратить в сознательную цель то, что прежде было лишь стихийным результатом развития производительных сил человечества. Цель эта состоит в обеспечении всем людям равных возможностей всесторонне развивать свою индивидуальность, свою способность так же универсально и многогранно потреблять материальные и духовные блага, как и производить их.

Таков изобилующий ухабами, рытвинами и крутыми поворотами путь возвращения продукта человеческого труда, его вечно окружения в полное подчинение к своим творцам и создателям. Такова диалектическая кривая обратного завоевания человеком власти над миром вещей, власти, которая была им утеряна с расколом общества на враждебные классы. Но процесс этот отнюдь не автоматический. Думать, что вещи просто и безболезненно расстанутся с тем фантастическим влиянием, которым люди сами их наделили, — по меньшей мере прекраснодушное заблуждение.

В мире капитала для этого требуется упразднение частной собственности, другими словами, осуществление в той или иной форме социальной революции. Создав производительные силы и богатство, способные

дать благосостояние и возможность развиваться всем членам общества, капитализм безжалостно расточает и расхищает эти силы и богатство, заставляет служить их не интересам общества, а кучке власть имущих. Порождая объективные предпосылки для снятия отчуждения, он цепляется за любую возможность оттянуть этот момент, отсрочить свою гибель. И надежды на свое спасение защитники отжившей системы в первую очередь связывают сегодня с упрочением господства мира вещей над миром людей, с углублением антагонистического раскола между ними, с превращением труда из проявления жизнедеятельности человека и утверждения его сущности в труд исключительно ради приобретения.

Другие, но тоже непростые проблемы предстоит решить для утверждения подлинной гармонии между человеком и его искусственным предметным окружением обществу, строящему коммунизм.

Людям нового мира нужно многое сделать, чтобы окончательно избавиться от столетиями укоренявшихся в сознании и в психологии народных масс представлений о богатстве как о вещной и денежной собственности. Дальнейшего совершенствования требуют социалистические общественные отношения. В них не должно и не может оставаться ни малейшего места пережиткам товарного фетишизма — питательной почве для поддержания и воспроизводства потребительских тенденций, которые закабаляют и унижают человека.

Капитализм, завершая долгий и мучительный процесс общественного развития в условиях отчуждения труда и его продуктов, создает материальную основу снятия этого отчуждения. Социализм впервые приступает к практическому осуществлению этой задачи. Было бы, однако, малополезным самообольщением полагать, что столь грандиозный переворот можно осуществить легко и быстро. И при социализме люди еще в значительной степени не составляют гармоничного и естественного целого с окружающими их вещами.

И здесь еще человек не сбросил с себя полностью их демонической власти. Это и понятно. Ведь, прежде чем окончательно уничтожить власть вещей, строители нового общества не могут в той или иной мере не наследовать ее.

**С компасом истории
в океане вещей**

Окружающий нас искусственный предметный мир составляет необходимую материальную базу, без развития которой невозможен социальный, духовный, нравственный и никакой другой прогресс человечества. Этот прогресс приобретает подлинно *человеческий* характер лишь с того момента, когда устраняется вещная зависимость людей и они сами становятся, по словам древнегреческого мыслителя Протагора, «мерой всех вещей». Таким образом, сегодняшний рост производства товаров является обязательным условием освобождения человека. Но, с другой стороны, мы наблюдаем в современных индустриально развитых странах капитализма, казалось бы, прямо противоположную картину. Здесь «вместе с ростом массы предметов растет царство чуждых сущностей, под игом которых находится человек»¹, происходит процесс не освобождения трудящихся, а, напротив, еще большего закабаления их вещами.

Дилемма приобретает особую остроту в связи с тем обстоятельством, что объем и многообразие выпускаемых товаров увеличиваются в последние два-три десятилетия подобно лавине. Даже привычный к чудесам науки и техники человек XX века не успевает порой адаптироваться к огромному количеству открытий, изобретений, новых видов продукции и услуг, которые властно входят в его быт. Авторы, придерживающиеся самых разных взглядов и политических ориентаций, с редким

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 128.

единодушием указывают на это явление, связывая его с беспрецедентным ускорением темпов всей современной жизни. Предлагаются всевозможные схемы, призванные наиболее ярко и убедительно проиллюстрировать указанный феномен. Так, американский социолог, профессор Корнелльского университета Олвин Тоффлер в книге «Столкновение с будущим» последние пятьдесят тысяч лет существования человека измеряет числом поколений, каждое с продолжительностью жизни порядка шестидесяти двух лет. Таких поколений набирается приблизительно восемьсот. Шестьсот пятьдесят из них обитали еще в пещерах. Только семьдесят последних поколений узнали письменность, лишь четырем последним удалось более или менее точно измерять время, только последние два поколения пользуются электродвигателем. Подавляющее же большинство всех материальных ценностей, с которыми мы имеем дело в повседневной жизни, впервые создано нынешним, восьмисотым поколением.

По утверждению Тоффлера, пятнадцатилетнего подростка сегодня окружает вдвое больше новых предметов, чем было у родителей к моменту его рождения. Если такие темпы сохранятся, то свое семидесятипятилетие он встретит в мире, в котором насыщенность материальными благами и услугами возрастет в 32 раза по сравнению с днем его появления на свет. Многие из этих вещей будут обладать свойствами и назначением, о которых люди сейчас даже не догадываются. «Среди историков и археологов, социологов и экономистов, психологов и представителей других научных дисциплин, — пишет Тоффлер, — крепнет убежденность в том, что многие социальные процессы ускоряются, притом стремительно, с головокружительной быстротой»¹.

Факт ускорения поступательного хода истории сегодня очевиден, и доказывать его, по справедливому

¹ A. Toffler. Future Shock. New York, 1970, p. 22.

замечанию советского исследователя Э. Араб-Оглы, все равно что ломиться в открытые двери. Но это вовсе не значит, что такое ускорение не представляет собой большой и чрезвычайно важной проблемы. Существует принципиальное расхождение в оценке его между буржуазной и марксистской наукой.

Некоторые западные ученые считают, что ускорение темпов жизни — временное явление, что научно-технический прогресс неизбежно захлебнется в собственных противоречиях. В самом деле, заявляет, например, американский социолог Сол Прайс, если допустить, что нынешние темпы удвоения знаний каждые десять лет сохраняются, то уже через несколько поколений число научных работников должно было бы превысить все население Земли, включая и грудных младенцев¹. Другие исследователи, к числу которых принадлежит и Тоффлер, не ставят пределов убыстряющемуся развитию человечества. Но они также полностью связывают его с научно-технической революцией и ее последствиями, безотносительно к характеру социальных изменений и целей, общественных ценностей и идеалов.

Буржуазный взгляд на возрастание темпа перемен как на эскалацию техники и знаний сужает в конечном счете содержание этого процесса до ускоренного накопления все большей массы разнообразных предметов. Лавиноподобное производство вещей подается в качестве императива, который одновременно является и следствием научно-технического прогресса, и его стимулятором.

Вот как обосновывает эту мысль Тоффлер. Во-первых, пишет он, по мере технического развития стоимость производства снижается несравненно быстрее, нежели стоимость ремонтных работ. Поэтому во многих случаях дешевле заменить вещь новой, чем отремонтировать ее. Во-вторых, появление все новых и новых усовершен-

¹ См.: Э. А. Араб-Оглы. В лабиринте пророчеств. М., 1973, с. 96.

ствований через все более короткие промежутки времени сплошь и рядом делает экономически выгодным изготовление продукции, рассчитанной на кратковременное использование. В-третьих, ускорение темпа перемен порождает неуверенность относительно будущих потребностей. Отсюда становится рискованным направлять крупные средства на создание неизменных видов продукции, призванных служить одним и тем же целям. По этим причинам, заключает Тоффлер, в дальнейшем «следует ожидать все более широкого применения принципа «использовал — выбросил», все большего сокращения срока отношений между человеком и вещами»¹.

Нетрудно увидеть, что выделяемые буржуазным футурологом факторы не являются необходимо присущими любому экономически развитому обществу, независимо от его социального устройства, и не следуют автоматически из научно-технической революции. В странах социализма, где средства производства находятся в руках народа и материальные потребности людей удовлетворяются в плановом порядке, диспропорции в развитии хозяйства могут быть своевременно устранены, точно так же, как выпуск основных видов товаров вполне поддается заблаговременному учету. Принцип «использовал — выбросил», ведущий к колоссальному расточению производительных сил и материальных ресурсов, неприемлем для социализма не только в экономическом, но также в социальном и нравственном аспектах.

Иное дело в мире, где господствует капитал. Тоффлер констатирует действительные тенденции, определяющие производство товаров в развитых странах Запада. И сама такая констатация представляется ему аргументом в пользу все более стремительного раскручивания вихря, который обрушивает на покупателей калейдоскопически сменяющие друг друга изделия, все более новые и все менее долговечные. Этот процесс вы-

¹ A. Toffler. Future Shock, p. 52—53.

ступает как неизбежное и имманентное следствие научно-технического прогресса, но Тоффлер, скорее интуитивно, чем осознанно чувствует его ненормальность, его противоестественность. Рассматривая рост выпуска новых товаров в ряду других свидетельств ускорения современной жизни, он пишет о кризисе адаптации к возникающей действительности, об увеличивающемся ощущении непрочности, эфемерности существования в ней, о своего рода «психологическом загрязнении» окружающей среды, грозящей человечеству шоком от столкновения с будущим. Все это, однако, вторичные, производные потрясения.

Ни научно-техническая революция, ни ускоренное производство с ее помощью разнообразных вещей не вызывают сами по себе негативных последствий. Критический пафос американского ученого обходит стороной главное: экономические, общественные, классовые противоречия, которые лежат в основе личного «дискомфорта» людей в капиталистическом обществе и придают уродливые формы производству и потреблению вещей.

Форсирование выпуска всевозможных товаров в развитых капиталистических странах зиждется на фундаменте, сложенном из острейших противоречий. С одной стороны, интенсивные научные исследования и опытно-конструкторские разработки способствуют быстрому обновлению ассортимента и улучшению качества продукции, совершенствованию техники и технологии ее производства. Возникают целые новые отрасли промышленности, создаются принципиально новые виды товаров. Только в США таких товаров поступает на внутренний рынок ежегодно до тридцати тысяч наименований¹. Более того, реализация достижений научно-технической революции просто невозможна без массового

¹ См.: В. М. Шамберг. США: проблемы и противоречия государственно-монополистического регулирования экономического роста. М., 1974, с. 136.

поточного производства и массового емкого рынка. В противном случае капиталовложения в науку не смогли бы окупаться.

Но, с другой стороны, указанному прогрессивному развитию общественных производительных сил и увеличению общественного богатства противостоят субъективные интересы и цели эксплуататорских классов. Как отмечалось на XXIV съезде КПСС, монополии широко используют достижения научно-технического прогресса не только для повышения эффективности и темпов развития экономики, но и «для укрепления своих позиций... для усиления эксплуатации трудящихся и их угнетения»¹. Производя все больше разнообразных товаров, капиталистическая система не в состоянии обеспечить одновременный рост благосостояния всего населения. Периодические потрясения, испытываемые экономикой стран Запада (примером чего может служить ее нынешний кризис), приводят к падению жизненного уровня широких масс трудящихся, не отражаясь сколько-нибудь заметно на удовлетворении прихотей толстосумов. Поэтому нет прямой связи между возможностями, которые научно-техническая революция открывает для достижения всеобщего изобилия, и тем, кто и в какой мере реально пользуется ее плодами.

Итак, существует, по крайней мере, два взгляда на проблему мирового развития, на роль и место вещного богатства в этом процессе. Первый — буржуазный, который видит в нем только прогресс техники, технологии, знаний, материального производства. С этой точки зрения нет никаких оснований утверждать, что когда-либо будет положен конец господству вещей над человеком. Напротив, в таком случае пришлось бы согласиться, что вместе с ростом массы и разнообразия вещей будет увеличиваться и их демоническая власть.

В отличие от буржуазных ученых марксисты, ни-

¹ «Материалы XXIV съезда КПСС». М., 1971, с. 15.

сколько не отрицая и не умаляя поистине выдающейся роли научно-технической революции в ускорении всех происходящих в мире перемен, считают, что она не только не является причиной нарастающей динамики исторического процесса, но сама определяется этой динамикой.

Весь предшествующий опыт человечества убеждает, что его история с самого начала, следовательно, задолго до того, что мы называем теперь научно-технической революцией, представляет собой ускоряющийся *общественный* прогресс. Интересные соображения в связи с этим высказывает известный советский историк и социопсихолог Б. Ф. Поршнев. В своей посмертной книге «О начале человеческой истории» он, опираясь на десятки частных периодизаций разных конечных исторических отрезков, приходит к выводу, что «всякая периодизация любого исторического процесса, пусть относительно недолгого, если она мало-мальски объективна, т. е. ухватывает собственный ритм процесса, оказывается акселерацией — ускорением. Это значит, что периоды, на которые его разделили историки, не равновелики, напротив, как правило, один за другим все короче во времени»¹. Существует и четкий критерий объективности такой периодизации — качественные переломы в ходе того или иного развития. Этот критерий не дает возобладать субъективному интересу авторов различных периодизаций.

Акселерация уже наглядно проявляется в том, что каменный век, например, длиннее века металла, тот, в свою очередь, длиннее века машин. Точно так же древняя история превосходит по времени средневековую, средневековая — новую, новая — новейшую. Еще выразительнее демонстрируют эту закономерность пять следующих друг за другом общественно-экономических формаций. Данные современной исторической науки по-

¹ Б. Ф. Поршнев. О начале человеческой истории. М., 1974, с. 28.

звolyют сделать вывод, что срок существования каждой из них меньше предыдущей в три-четыре раза, иными словами, сокращается в геометрической прогрессии.

Но общественно-экономическая формация — это целостный общественный организм, несравненно более емкий, нежели та или иная совокупность технических средств и научных знаний. Качественная определенность его обозначена способом производства, где сердцевиной является отношение трудящихся к средству труда, а через него и к продукту своего труда. Примитивное их единство, их соединенность в первобытной общине, накладывавшей на человеческий разум «рабские цепи традиционных правил», лишавшей его всякого величия и всякой исторической инициативы, сменяется отчуждением производителя от средств и продуктов его труда в рабовладельческой, феодальной и капиталистической формациях и затем соединением их при коммунизме, на стадии полного торжества разума, материальной и духовной свободы человека.

Таким образом, ускоряющийся прогресс человечества носит всеобщий характер, касается всех социальных отношений, а отнюдь не только научно-технических достижений и материальной базы общества. В рамках этой эшелонированной целостности те или иные процессы иссякают, заканчивают цикл предельного ускорения, но тем временем другие уже уходят со старта и набирают разгон. Все антагонистические общества переживали стадии становления, зрелости и упадка, все более уплотнявшиеся от формации к формации. Сказанное позволяет заключить, что наряду с фактором динамики в истории действует и фактор торможения. Причем относительная сила сопротивления последнего убывает, что и отражается в законе ускорения исторического процесса. Но только при коммунизме динамика становится неизменно преобладающей, поскольку из развития устраняются антагонистические противоречия.

Теперь можно с большей определенностью ответить

на вопрос, почему и в капиталистических странах, в условиях отчуждения труда и продуктов труда, ускоряющееся расширение «царства чуждых сущностей» — массы товаров, ведет в итоге к господству человека над миром вещей, а не наоборот.

В силу целостного характера исторического прогресса ускоренное накопление вещного богатства неразрывно слито с ускоренным, совершающимся вопреки воле и желаниям эксплуататорских классов развитием всех социальных отношений. В одном ряду с прогрессом производительных сил нарастание темпов современной жизни определяется открытым К. Марксом и Ф. Энгельсом и сформулированным ими в «Святом семействе» законом возрастания роли народных масс в истории. Сама логика расширяющегося участия трудящихся в историческом действии повелительно ставит задачу полного овладения ими плодами своего разума и труда, неумолимо приближает время осуществления этой задачи в масштабах всей планеты.

Ускорителем потока социальных перемен является также действие закона возвышения потребностей, на который указывал В. И. Ленин¹. Этот закон непосредственно определяет динамику изменений в отношениях между человеком и его предметным окружением. Согласно ему вместе с возникновением и удовлетворением все новых потребностей происходит их качественное совершенствование, утончение и облагораживание, увеличение удельного веса социальных и духовных потребностей. Указанные моменты прокладывают себе путь в условиях капитализма лишь как тенденция. Но, совпадая с магистральной линией развития человечества, они препятствуют закабалению людей вещами и в перспективе кладут конец этому закабалению.

Динамике исторического процесса, ведущей к превращению мира вещей в свой для человека мир, проти-

¹ См.: В. И. Ленин. Полн. собр. соч., т. 1, с. 101—102.

остоит, как уже отмечалось, фактор торможения. Нынешний своеобразный всплеск демонической власти вещей в буржуазном «обществе потребления» как раз и является проявлением этого фактора. Но история учит, что торможение дает о себе знать тем острее, чем ближе к своему исходу тот или иной цикл общественного развития. И неспособность капиталистической системы решить проблему *человеческого* отношения людей к вещам и вещей к людям, как и многих других проблем, свидетельствует, что последний час этой системы пробил.

ПОХИЩЕНИЕ ЗОЛОТОЙ ПТИЦЫ

Потребление ради потребления «В целом к 1985 году народы мира станут ближе друг к другу по куль-

туре, чем когда-либо, поскольку они будут «американизованы». Такой прогноз сделали в книге «Грядущее. Размышления о семидесятых и восьмидесятых годах» известные американские футурологи Г. Кан и Б. Брюс-Бриггс¹. Надо сказать, что подобные откровения вовсе не новы в устах западных и особенно американских буржуазных авторов. Проповедь концепции «американской исключительности» наложила заметный отпечаток на политическую науку Соединенных Штатов чуть ли не со времени ее зарождения. Новым является характер аргументов, обосновывающих необходимость и неизбежность глобального распространения «американского образа жизни».

Начиная с нашумевшей на Западе книги Уолта Ростоу «Стадии экономического роста», поток социального мифотворчества, захлестнувший академические и менее респектабельные буржуазные издания, поддерживается идеей о невиданном уровне материального благосостояния, которого достигли Соединенные Штаты. Появилась плеяда теоретиков, вроде американца Джорджа Катона, в чьих трудах апологетика «общества массового потребления» стала ведущей темой. Адепты и популяризаторы

¹ H. Kahn, B. Bruce-Briggs. Things to Come. Thinking about Seventies and Eighties. New York, 1972, p. 19.

«американской модели» на все лады превозносят ее достижения в производстве товаров. «Общество массового потребления», якобы уже существующее в США и складывающееся в некоторых других капиталистических странах, объявляется эталоном, а остальные государства, в том числе и социалистические, представляются в виде аутсайдеров, с разной степенью успеха преследующих ушедшего далеко вперед лидера.

Все эти построения призваны убедить мир в том, что задачи, которые ставят перед собой социалистические страны, уже решены в Соединенных Штатах. А потому, мол, социализм попросту не нужен. Два основных довода приводятся тут в доказательство. Во-первых, скачкообразный рост материальных потребностей в развитых капиталистических странах после второй мировой войны. Во-вторых, широкие масштабы производства товаров массового спроса, которое отождествляется с уровнем реально достигнутого благосостояния для всех членов общества. К этим доводам мы и обратимся.

«Общество потребления» хорошо тем, утверждают его глашатаи, что оно наилучшим образом обеспечивает удовлетворение потребностей людей. Так ли это? Ведь многие потребности создаются и поддерживаются вполне определенным обществом. Они несут на себе печать не только его производственных возможностей, но и социальной организации, господствующих в нем ценностей, взглядов и идеалов. И если общество удовлетворяет запросы, которые само же порождает, то это еще вовсе не свидетельствует об их необходимости и разумности. Точно так же не может быть аргументом в пользу того или иного общества его способность удовлетворять потребности своих граждан независимо от характера этих потребностей. Прежде нужно знать, каковы они, какой цели служат. Иными словами, кому выгодно их удовлетворение.

При всем старании западной пропаганды выдать

массовое потребление за бесспорное достижение капиталистической экономики, будто бы заботящейся о нуждах трудящихся, теперь даже среди самих буржуазных ученых крепнут сомнения относительно истинности данного утверждения. Об этом, в частности, свидетельствуют работы таких авторитетных американских авторов, как Дж. Гэлбрейт, В. Пэккард, Э. Фромм, Д. Рисмэн. Все очевиднее становится, что индивидуальные потребности населения капиталистических стран — это в значительной мере насильственно культивируемые потребности. Удовлетворение многих из них необходимо крупному бизнесу, а не рядовым гражданам.

Чтобы убедиться в этом, достаточно перелистать некоторые страницы истории «потребительского общества». Среди тех, кто стоял у его истоков, на голову возвышается над остальными фигура Генри Форда-старшего — основателя крупнейшей автомобильной империи США. Трудно назвать другого человека, которому бы столь многим была обязана сложившаяся ныне в развитых капиталистических странах утонченная система эксплуатации трудящихся, искусно маскируемая под благодеяние.

До появления Форда на арене бизнеса считалось само собою разумеющимся, что автомобиль — это предмет роскоши, аристократический экипаж, предназначенный для царственных особ, министров, банкиров, промышленников. Рутинно мыслящим капиталистам и в голову не могло прийти, что можно найти покупателей для автомобилей в широких кругах городской и деревенской буржуазии, а тем более среди рабочих. Но именно осуществление этой идеи сделало Форда одним из самых богатых и могущественных людей Америки. Он сумел первым понять, какие колоссальные возможности для наживы открывает использование трудящихся не только в качестве производителей продукции, но и в качестве ее покупателей.

С этой целью Форд осуществил меры, ставшие но-

вым словом в эксплуатации рабочих и новым евангелием для буржуазии. В 1908 году он выпустил знаменитую модель «Т» — небольшую, простую и дешевую машину, предназначенную для людей со скромным достатком. Чтобы иметь возможность выпускать такой автомобиль в огромных по тем временам количествах, он совершил переворот в самом производстве, применив принцип, который использовался до этого лишь на чикагских бойнях. Форд внедрил конвейер. Кроме того, он пошел на казавшийся безумным многим его конкурентам шаг: почти вдвое увеличил зарплату рабочим.

Буржуазные экономисты и идеологи поспешили провозгласить начало эры «гуманного» и «просвещенного» капитализма. Сам автомобильный король рисовал себя в своих книжках не иначе как благодетелем человечества, ставящим своей целью не прибыль, а общественное благо. Однако не любовь к ближнему, не фантастическая «моральная цель», а трезвый расчет дальновидного дельца был истинной пружиной «щедрости» Форда. Прибавка к зарплате в достатке обеспечила его заводы рабочей силой, готовой выматывать себя у конвейера. Но главный результат, которого он достиг, заключался в другом.

И до Форда время от времени появлялись «хозяева-благодетели», которые с помощью более высокой зарплаты ловко обходили своих конкурентов, снижали на своих предприятиях накал стачечной борьбы и в конечном счете с лихвой возмещали издержки. Так действовал, например, оружейный фабрикант Крупп, помогавший экономическими мерами «железному канцлеру» Бисмарку искоренять «социалистическую заразу» в кайзеровской Германии. Сравнительно высокая зарплата на крупновских заводах давала возможность их владельцу выжимать больше соков и пота из рабочих непосредственно в цехах. Но то, каким образом они распоряжались своими деньгами, когда выходили за проходную, Круппа практически не интересовало. Принад-

лежащие ему магазины, в которых рабочих заставляли покупать товары, занимали ничтожное место в общих доходах фирмы.

Переворот, произведенный Фордом, как раз и состоял в том, что он не только нещадно эксплуатировал своих рабочих на производстве, но и впервые в беспрецедентных масштабах стал грабить их как потребителей. Здесь он действительно открыл «новую эру». Опередив экономистов-профессионалов, Форд воспользовался ростом платежеспособного спроса рабочих для увеличения собственных дивидендов. Он сделал весь персонал своих предприятий покупателями своих же автомобилей, изобрел способ возвращения к себе в карман тех денег, которые платил в виде самой высокой по тем временам в США заработной платы. Он предоставил рабочим право покупать автомобили в рассрочку, чем превратил их в своих должников и поставил в полную зависимость от фирмы.

Так автомобильный король создал для своей продукции грандиозный рынок. Его нисколько не смущало то обстоятельство, что в результате снижения цены автомобилей и повышения заработной платы рабочих несколько уменьшилась норма прибыли. Эту потерю многократно компенсировало увеличение массы прибыли. Вскоре Форд наладил строительство для своих рабочих недорогих домов и предоставил льготные условия для их приобретения. Со свойственной ему в ряде практических вопросов проницательностью он уловил, что армия новых покупателей обещает стать постоянным, а не единовременным фактором. Превращение трудящихся в собственников машин и коттеджей открывало в условиях капитализма широкую дверь для проникновения в их среду потребительских тенденций, закрепления идеала мещанского благополучия, вело к формированию людей, которые ради приобретения большего готовы были и больше работать на своего хозяина.

Было бы, однако, неверно думать, что рабочий, жив-

ший в домике, который он получил в рассрочку от компании Форда, разъезжавший на автомобиле марки Форда, достигал реального благополучия. Одна из американских газет, которая в те годы провела обследование рабочих, имевших собственные автомобили, установила весьма характерный факт: чуть ли не половина опрошенных жила в жалких условиях, без каких-либо удобств. Автомобиль пришел в американскую рабочую семью раньше ванны¹.

Тем не менее нельзя не признать, что Форду удалось немало сделать для закрепления в сознании миллионов людей одного из самых драматических по своим последствиям мифов современного капитализма. Суть его состоит в том, что в приобретении вещей и заключается действительное человеческое счастье.

Эксперимент Форда, прерванный и развеянный в прах «великим кризисом» 1929—1933 годов, был воспроизведен в капиталистическом мире уже на новой качественной основе и в неизмеримо более широких масштабах после второй мировой войны. Прежде всего перед законами большого бизнеса, вынужденного переключиться в значительной своей части на производство мирной продукции, остро встала задача эффективного управления потребительским спросом. Самый надежный рычаг такого управления они, вслед за Фордом, видели в насаждении среди населения страсти к приобретательству. Не менее важным был для них также и политический результат развития у трудящихся собственнических тенденций.

В создании культа потребления как высшего воплощения смысла жизни правящие классы не без основания усматривали новые возможности для превращения части рабочих и служащих в мещан, готовых ревностно защищать свое эгоистическое и эфемерное благополучие, быть опорой обветшалому зданию капитализма.

¹ См.: Н. Беляев. Генри Форд. М., 1936, с. 143—144.

Особенно активизировались эти процессы после того, как денежные сбережения, накопившиеся у населения капиталистических стран за время войны, оказались израсходованными на приобретение всевозможных товаров, прежде всего товаров длительного пользования: автомобилей, холодильников, мебели и т. п. К концу 50-х годов насыщенность такими товарами в США и ряде капиталистических стран Европы приблизилась к пределу. На горизонте замаячила грозная тень надвигающегося кризиса. Монополии лихорадочно ищут выход из тупика. Они пытаются форсировать массовое потребление, используя достижения науки и техники. На рынок выбрасываются новые товары, такие, как транзисторные радиоприемники и цветные телевизоры.

Однако хозяева капиталистической экономики, к своему великому огорчению, видели, что и автомобили, и холодильники, и телевизоры способны надежно служить человеку годами. Добротность и долговечность — эти неоспоримые достоинства вещи — превращаются в их глазах в вопиющий недостаток. Тут-то и приходит на выручку пресловутый принцип «использовал — выбросил». Но как заставить людей выбрасывать вполне пригодные вещи, как побудить их поступать в согласии с корыстными желаниями воротил большого бизнеса?

Набирающая силу научно-техническая революция с ее уже успевшими произвести впечатление успехами подсаживает спасительное средство. Но теперь оно все больше играет ту извращенно-уродливую роль, какую капитал навязывает всему, что ставит на службу своим интересам. Столетиями утверждалось в сознании людей убеждение, что новая вещь является и более совершенной вещью. Изобретение нового во все времена означало движение человечества по пути прогресса. Архимед и Леонардо да Винчи, Уатт и Ломоносов, Эдисон и Эйнштейн немало способствовали закреплению такого взгляда. И научно-техническая революция своими реактивными лайнерами, своими бытовыми при-

борами и машинами, своими медицинскими препаратами и бесчисленным множеством других служащих человеку изобретений еще больше упрочила авторитет нового, укрепила психологическую готовность верить в его преимущества, в его пользу и необходимость.

Монополии поспешили воспользоваться этим обстоятельством. Они провозгласили новизну главным достоинством, жизненной целью, превратили новшество в идола. Весь принадлежащий им колоссальный механизм убеждения, в котором ударную силу составляет реклама, они бросили на то, чтобы заставить потребителя чувствовать себя глубоко несчастным, пока та или иная новинка не станет его собственностью. И поскольку теперь уже не полезность, не способность лучше удовлетворять нужды, а самодовлеющая новизна стала определять ценность вещи и ее успех у покупателя, то огромное количество изменений в самих продуктах и в их упаковке стали производить с единственной целью: получить новое, хотя бы только по названию; создать новое, даже если оно бессмысленно или вредно.

В сатирическом гротеске французских писателей Веркора и Коронеля «Квота, или «сторонники изобилия» президент вымышленной страны Тагуальпы Квота, этот фанатичный пророк «общества потребления», произносит знаменательный монолог. «Чем выше качество товара, — разглагольствует он перед своими министрами, — тем больше оттягивается его замена, что в корне противоречит основам экспансивной экономики... Возьмем хотя бы автомобильные моторы... Почему их изготавливают из сверхпрочной стали? Это же нелепость, это противоречит экономике, а тем самым и государственным интересам... Необходимо обязать промышленников производить двигатели только из легких сплавов, затем перейти к пластигласу, а там и к фарфору... Нужно добиться такого положения, чтобы после года работы старого автомобиля, холодильника, телевизора их было бы дороже сохранять, чем купить новые... Наша зада-

ча — достичь того, чтобы у владельца машины, которая отслужила полгода, появился комплекс неполноценности и ему было бы стыдно ездить на таком драндулете»¹.

Квота одержим мечтой навязать каждой семье столь же абсурдные, сколь и дорогостоящие механизированные чудища, назначение которых собирать крошки, нализывать жемчуг, подстригать ковры, окрашивать траву. Он готов ради того, чтобы лучше шла торговля слабым, вызвать поголовный запор у жителей Тагуальпы. Он внедрил в стране систему принудительных покупок, повинаясь которой все тагуальпчане обязаны еженедельно покупать всевозможные ненужные им вещи, хотя они уже и так ходят с головы до ног увешанными транзисторами и часами, а их квартиры не в состоянии вместить все новые холодильники, рояли, посудомоечные машины.

Что это, только горячечный бред и уродливая прихоть маньяка, вызванная к жизни писательской фантазией?

Послушаем профессора Гарвардского университета Джона Гэлбрейта, отнюдь не фантаста, о современных Соединенных Штатах Америки, стране, как известно, тоже абсолютно реальной. «Много нововведений в потребительских товарах, — пишет он в книге «Экономика и общественная цель», — следует считать мошенническими... Польза, некогда совершенно необходимая для успеха нововведения, теперь становится только одним из нескольких требований такого успеха. Новизна совершенно отдельно от любой функции может быть в высшей степени способна убеждать... Нововведение в соединении с рекламой играет жизненно важную роль в стимулировании физического устаревания товаров и их замены. Этот хитроумный процесс был раньше наиболее успешным в автомобильной промышленности. Но он также широко затронул и другие потребительские това-

¹ Веркор и Корнель. Квота, или «сторонники изобилия». М., 1970, с. 205—207.

ры и их упаковку... Хотя усовершенствование, повышенный комфорт, материальная выгода или любое другое улучшение могут быть действительно требуемыми, они не являются решающими для успеха. Важно, чтобы изменение способствовало превращению более раннего образца товара в некий курьез и чтобы обладание им и его использование дискредитировали его владельца... Нужда в постоянном придумывании новизны становится (как в случае с автомобилями) характерным для данной страны (Соединенных Штатов Америки. — В. М.) источником искажения функций вещей... Анализ показывает, что проблема бесполезности и ненужности далека от того, чтобы быть плодом случайности или заблуждения, а является в огромной мере частью всей системы»¹.

Как видим, дела и идеи Квоты, сеющего вокруг «чуму потребления», с циничным упоением играющего на самых низменных инстинктах людей и превращающего их в «покупательные машины», отнюдь не выдуманы. Для того чтобы ускорить износ автомобилей, американские компании «Форд», «Дженерал моторс», «Крайслер» выпускают их, как установил проводивший специальное расследование адвокат Ральф Нэyder, с запланированными дефектами. Бамперы, например, сконструированы так, что они выходят из строя при столкновении на скорости всего 5 километров. Еще большему риску подвергают американцев приборы фирмы «Электродайн», предназначенные стимулировать работу сердца. Будучи вживленными в тело сердечных больных, они вместо обещанных полутора лет работают не более трех месяцев. Обманутые рекламой люди вынуждены непрерывно со страхом прислушиваться к биению своего сердца, зато «Электродайн» может продавать в несколько раз больше стимуляторов, а клиники зарабатывать на дополнительных операциях.

¹ John K. Galbraith. Economics and The Public Purpose. Boston, 1973, p. 146—152.

О технике эксплуатации западного потребителя говорит и такой факт. Американцам по многу часов в день внушается, что они должны заботиться о своей фигуре, что стройность — признак юношеской свежести, жизненной силы, активности, здоровой динамичности. В результате полнеющие американцы тратят ежегодно примерно 400 миллионов долларов, чтобы соответствовать демонстрируемым по телевидению идеальным габаритам. Когда же Управление по вопросам качества продовольствия и медикаментов заинтересовалось эффективностью лекарств от тучности, то только в ходе одной операции его работникам пришлось конфисковать 20 миллионов таблеток и пилюль, которые якобы делают принимающих их «стройными», но в действительности являются чистейшим суррогатом¹.

Так называемая западная цивилизация, преследуемая со всех сторон ею же вызванными кризисами — социальным, экономическим, валютно-финансовым, энергетическим, — словно закоренелый наркоман ищет спасение в облегчающих инъекциях, которые только приближают драматическую развязку. Подобно легендарному чудовищу Католепу из флоберовского «Искушения святого Антония», «общество потребления» пожирает само себя. А чтобы оттянуть самоуничтожение, оно стремится ускорить рост наиболее быстро утрачиваемых частей организма. Будучи неспособным уравновесить производство и потребление, ибо это означало бы на практике переход к социализму, капитализм в нарастающем темпе создает и внедряет ложные потребности.

Но что такое ложные, искусственные потребности? Как отличить их от действительных? Ведь адвокаты «общества потребления» любую потребность считают достойной существования, коль скоро она возникла. Их аргументы звучат как будто убедительно. Да, говорят они, насущные потребности человека ограничены. Но только в отношении к тем предметам, которые уже

¹ См.: Рольф Винтер. Кошмары Америки. М., 1973, с. 87.

существуют. Нельзя же, в самом деле, удовлетвориться или пресытиться чем-то заранее. Разве в прошлые века люди могли испытывать потребность в реактивном самолете или в нейлоновых чулках? Они великолепно обходились без них. Стоило, однако, изобрести эти вещи, как человек признал их нужными. Поэтому потребности надо изобретать! И надо уметь убедить в их необходимости массу потребителей!

Подробный разговор о потребностях еще предстоит впереди. Сейчас же выделим два момента в приведенных доводах. Действительно, до изобретения, скажем, реактивного самолета, люди не испытывали потребности именно в этом средстве передвижения. Но вряд ли кто станет отрицать, что потребность в быстром передвижении существовала задолго до создания авиации. Более того, вековые мечты о ковре-самолете предвосхищали в известной мере и средство ее удовлетворения. Любая полезная вещь всегда была откликом на существующую и осознаваемую нужду человека. Другое дело, что порой требовалось уведомление об этой вещи, даже некоторое убеждение в ее необходимости (как в случае с тем же самолетом), чтобы преодолеть естественную инерцию старого. Однако и тут пробным камнем полезности вещи было ее соответствие потребности. И информирование, и убеждение в данном случае только раскрывало, обнажало уже имеющуюся потребность, а не создавало новой.

Посмотрим теперь, что изобретают для населения и в чем убеждают его заправилы «общества потребления». Они создают продукт, в котором нет ни малейшей предварительно ощущаемой надобности. Перешедшая всякие рамки разумного мощность моторов американских автомобилей, дезодораторы для интимных частей человеческого тела, пластиковая трава и сотни других никчемных изделий создаются сегодня в США с единственной целью: объявить товар новинкой, всучить его покупателю, увеличить прибыль корпораций. А чтобы товар

не был отвергнут, покупателя убеждают в том, что мощность автомобиля находится в прямой пропорции с достоинством его владельца, что без полового дезодоратора невозможна сексуальная привлекательность, а равнодушие к искусственной траве грозит человеку репутацией безнадёжного ретрограда и врага технического прогресса.

Ныне целые отрасли промышленности в развитых капиталистических странах существуют специально для того, чтобы навязывать трудящимся новые потребности. Гигантский размах получило явление, на которое еще в ранних своих трудах обращал внимание Маркс. «В рамках частной собственности, — писал он, — ...расширение круга продуктов и потребностей становится *изобретательным* и всегда *расчетливым* рабом нечеловечных, рафинированных, неестественных и *надуманных* вожделений... Ни один евнух не льстит более низким образом своему повелителю и не старается возбудить более гнусными средствами его притупившуюся способность к наслаждениям, чтобы снискать себе его милость, чем это делает евнух промышленности, производитель, старающийся хитростью выудить для себя гроши, выманить золотую птицу из кармана своего христиански возлюбленного ближнего... промышленный евнух приспособливается к извращеннейшим фантазиям потребителя, берет на себя роль сводника между ним и его потребностью, возбуждает в нем нездоровые вожделения, подстерегает каждую его слабость, чтобы затем потребовать себе мзду за эту любезность»¹.

В обществе, исповедующем потребительство, от широкого понимания скрыта та истина, что часть благ, которая перепадает все-таки трудовому люду и так называемому «среднему классу», потребляется ими зачастую в уродливой, извращенной форме, служит не развитию человека, а его материальному и духовному за-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 128—129.

кабалению. Именно такую роль выполняет умышленное культивирование у людей покупательных инстинктов, развитие у них страсти к наживе, приобретательству, безудержному потреблению вещей и услуг. Искусственно подхлестывая спрос, вынуждая людей покупать то, что им не нужно или не по карману, монополии убивают сразу двух зайцев: гарантируют себе стабильные сверхприбыли; вербуют покорную и усердную рабочую силу.

Ведь для того чтобы тратить, надо зарабатывать. Внедрение в широких масштабах потребительской психологии дает хозяевам капиталистического мира уверенность, что, подгоняемые постоянным желанием покупать, многие мужчины и женщины будут трудиться с неослабевающим напряжением. Хорошим примером может служить тут эпизод, который приводит в своей книге «Новое индустриальное общество» Дж. Гэлбрейт. «До последнего времени, — пишет он, — фермеры и вербовщики рабочей силы в Калифорнии побуждали своих рабочих-филиппинцев тратить значительные деньги на приобретение одежды. Давление долгов, в которые рабочие-филиппинцы влезали для этой цели, и стремление каждого из них превзойти других наиболее экстравагантной экипировкой быстро превратили этих веселых и беспечных людей в современную и стабильную рабочую силу»¹.

Идеальным для себя короли бизнеса считают такое положение, когда потребности трудящихся опережают заработок. Тогда больше шансов, что трудящиеся постепенно обростут долгами. А задолженность сделает их более «надежными» для работодателей. Поэтому в капиталистических странах всячески поддерживается разрыв между финансовыми возможностями населения и теми потребительскими стандартами, которые изо дня в день навязывают ему буржуазная мода, телеви-

¹ Дж. Гэлбрейт. Новое индустриальное общество. М., 1969, с. 323.

зионные передачи, массовые газеты и журналы, кинофильмы, всеобъемлющий мир коммерческой рекламы.

Неудивительно, что многие рядовые члены «общества потребления» тратят больше, чем могло бы позволить им их реальное финансовое положение. Но откуда они в таком случае берут деньги?

Следуя тропой, проторенной когда-то еще Фордом, монополии услужливо предлагают трудящимся потребительский кредит, расчищая тем самым для них вход в «мир вещей». Не на что купить квартиру или машину? В этом нет беды, говорят трудящимся. Все это можно приобрести в рассрочку. Массы людей в «обществе потребления» живут сегодня в долг. Они бьются за каждый доллар, за каждую марку, за каждый франк, но долги продолжают расти. В США, например, общая задолженность по потребительскому кредиту увеличивалась после войны более чем в два раза за каждое десятилетие. К 1971 году она составила астрономическую цифру — 137 миллиардов долларов. При чем за получение кредита покупателям приходится платить высокие проценты. Во Франции, например, они достигают нередко одной пятой стоимости вещи¹.

Тем не менее было бы неверно не видеть, что те, кто владеет в капиталистическом мире средствами производства и средствами пропаганды, смогли убедить в своих «благодеяниях» весьма значительную часть населения. Рост массового потребления в условиях, когда от большинства людей скрыты его истинные цели и характер, создает впечатление «равенства» потребителей, порождает иллюзию, будто современное капиталистическое государство печется о всеобщем процветании и способно его обеспечить. Кроме того, нужно принять во внимание и реальное увеличение общественного богатства, которое наряду с удовлетворением все больше-

¹ См.: «Социально-экономические проблемы трудящихся капиталистических стран». М., 1974, с. 272, 277.

го числа искусственно вызванных потребностей не может игнорировать и потребностей насущных.

Ясно, что расцветший ныне на Западе культ потребления был бы невозможен, если бы он не опирался на реальную почву. Небывалый рост производительности труда, вызванный научно-технической революцией, уступки, которые трудящимся удается вырвать в ходе классовых битв, вмешательство капиталистического государства в регулирование производства, увеличение доли квалифицированного, а следовательно и лучше оплачиваемого труда, — все эти факторы способствовали повышению жизненного стандарта рабочих, служащих, интеллигенции в развитых капиталистических странах. Но этот рост, будучи сам по себе важным завоеванием социального прогресса и необходимым условием дальнейшего развития человеческой личности, в условиях капиталистического отчуждения труда приводит к гипертрофированному увлечению потребительскими заботами.

Конечно, потребительское поведение и мышление свойственно главным образом буржуазным слоям. Но оно затрагивает и трудящихся, для которых сама труднодостижимость рекламируемых бытовых стандартов придает особую эмоциональную окраску и привлекательность обладанию материальными благами, соответствующими этим стандартам.

С помощью какого же механизма удастся навязывать потребительскую психологию и потребительское поведение? Универсальным инструментом манипулирования в «обществе потребления» является создание у людей средствами массовой пропаганды и рекламы сильных эмоциональных и подсознательных стимулов к приобретению вещей. Для этого все, что должно быть куплено потребителем, наделяется фиктивной, иллюзорной ценностью. Эта ценность воплощается в своеобразном символе, выдуманном, мифическом образе товара, в его имидже. Именно благодаря имиджу предмет об-

ретает способность придавать тому, кто им обладает, социальный вес, мужественность или обаяние, служит залогом признания в обществе или успеха в интимной жизни. Образ вещи переносится таким образом на человека, сливается с ним и в конце концов *заменяет* его.

Эта мистификация является не только актом самочувствования, самосознания индивида, но и признается за реальность окружающими его людьми. Здесь мы видим, как узкогедонистическая функция вещи подавляет все человечески ценное в ней — ее полезность, ее красоту — и становится апофеозом господства вещи над человеком. Господства до такой степени, что бездуховный, мертвый предмет кажется более живым, более многообразным и наделенным бóльшей реальностью, чем его обладатель. В условиях капиталистической эксплуатации вместе с извращением человеческих отношений извращается и сущность вещей, в которых человек теряет себя, свою личность. Все способности его выглядят незначительными по сравнению со способностью зарабатывать деньги и приобретать вещи. Учитывается не внутренний потенциал человека, не его талант, способности, моральные качества, а его рыночная стоимость. Социальное окружение навязывает людям этот способ самовыражения и самоутверждения, отказывая им в возможности индивидуального развития, низводя богатство их желаний до единственного желания потреблять. С рекламных щитов, со страниц газет и журналов, с телеэкрана «общество потребления» взывает тысячью глоток: не останавливайся! не отставай! Потеряешь темп — отстанешь от сослуживцев, которые обойдут тебя. Замешкаешься — отстанешь от соседей, которые будут презирать тебя.

Сегодня на капиталистическом Западе идет невиданное по размаху и по накалу борьбы соревнование в затратах, битва за «престиж», где основным оружием являются масштабы покупок. Участники состязания живут в состоянии неимоверного душевного и физического

напряжения. С одной стороны, их приобретательский спурт сдерживает висящая чугунной гирей на ногах кредитная задолженность, поскольку постоянная угроза потерять работу, а стало быть и способность платить очередные взносы, означает разорение. С другой стороны, их подхлестывает и заставляет наращивать темп бега страх подвергнуться ostracism «общественного мнения», безжалостного к неудачникам. Сход с дистанции в обоих случаях крайне отрицательно влияет на возможность дальнейшего восхождения по социальной и служебной лестнице, а то и вовсе исключает его.

Эта бешеная гонка за «престиж», изматывающая борьба за вещи является, таким образом, своеобразным социальным принуждением в мире, где ценность человека всецело определяется его материальным преуспеванием, хотя бы и иллюзорным, его способностью следовать принятому стандарту, хотя бы и ценой ужасающей деформации личности. Массовая реализация стандартной продукции требует нивелировки желаний, вкусов, психических установок, сознания людей.

Превращение потребителя во все более «частичного человека» доводится до крайней степени ущербности установлением для определенных слоев населения принудительных норм престижа, точно регламентирующих качество и местонахождение жилья, марку автомобиля, стиль одежды, внешний облик. На страже этого всевластия стандарта стоит конформистское мнение обывателей, которое травит и преследует «еретиков» с не меньшей жестокостью, чем это делала папская инквизиция в средние века.

Уродства иррационального потребления ради потребления приводят к тому, что присущая человеку индивидуальность вытесняется шаблонным «персонализи» — набором сформированных рекламой качеств, потребностей, идеалов, укладываемых в навязываемый стандарт, но не отражающих сущности данного индивида. Между реально существующим человеком и тем

рекламным образом, в котором он хотел бы видеть самого себя, нередко возникает непроходимая пропасть. Такое несоответствие между желаемым и действительным усугубляет извращение человеческих отношений в мире капитала. Здесь калечит души и постоянная разъедающая зависть к тем, кто больше преуспел в обладании атрибутами счастья — вещами, и высокомерное презрение к тем, кто не сумел добиться «успеха».

Особенно пагубно культ потребления и созданная им социальная и нравственная атмосфера влияют на молодежь. Невозможность для многих реализовать потребительские идеалы порождает в ее среде настроения отчаяния, формирует тип опустошенного и озлобленного неудачника, ведет к росту душевных заболеваний, к катастрофическому распространению алкоголизма и наркомании¹.

Не вызывает сомнений связь, которая существует между насаждением фиктивных потребностей и фактически узаконенным аморализмом буржуазного образа жизни. Неотъемлемой функцией экономики «массового потребления» на Западе стал организованный массовый игорный бизнес. Поиски денежными воротилами возбуждающих средств, которые облегчили бы им расширенный сбыт продукции, привел к засилью порнографии не только как стимулятора торговли, но и как ходового и весьма прибыльного товара на капиталистическом рынке. Поскольку обладание деньгами и веща-

¹ В совместной работе американских медиков и социологов «Наркотики и молодежь» указывается, например, что наркоманы в США все более «молодеют» (пиковый возраст их в районе Нью-Йорка составляет всего 16 лет), а число смертных случаев от отравления героином и другими наркотиками среди подростков продолжает угрожающе расти. Причем один из авторов, профессор Э. Гуд, признает, что так называемая «скрытая наркомания» — злоупотребление снотворными, транквилизаторами и т. д. — зачастую стимулируется медицинскими журналами, которые львиную долю своих доходов получают именно за счет рекламы лекарственных наркотических средств (см.: «Drugs and Youth: The Challenge of Today». New York, 1973).

ми в «обществе потребления» служит признаком личных достоинств, то многие люди становятся преступниками, стремясь доказать, что они обладают теми же достоинствами, что и любой промышленный магнат или толстосум с Уолл-стрита.

«Патриарх американских криминалистов» Эдвин Сазерленд так характеризует современное американское общество: «После исчезновения титулованной аристократии элиту образовали бизнесмены, и богатство начали почитать превыше всяких других достижений; бедность же по логике вещей стали считать позором. Богатство отождествлялось с личными заслугами, а последние демонстрировались широкой публике в форме бросающегося в глаза пользования материальными благами. В погоню за символами роскоши, беззаботной жизни и преуспевания, подстегиваемую состязанием в потреблении и конкуренцией в сбыте потребительских благ, включились все классы общества, и скромный образ жизни уже никого не удовлетворял... Преступность неизбежно должна приобрести крупные масштабы при такой социальной системе, когда большое значение придается успеху — накоплению личного богатства — и относительно малое значение придается добропорядочным способам и средствам достижения этой цели»¹.

Такова лишь часть дани, которую взимает со своих жертв столь шумно афишируемая буржуазной пропагандой «цивилизация изобилия».

Бегство в досуг Буржуазной пропаганде становится все труднее находить аргу-

менты для оправдания тезиса, будто скачкообразный рост материальных потребностей и их удовлетворение в развитых странах капитала являются чем-то вроде

¹ Цит. по: Ф. Ландберг. Богачи и сверхбогачи. М., 1975, с. 159—160.

манны небесной, которую милостиво просыпал на страждущую публику благодетельный бизнес.

Но, может быть, адепты «общества потребления» правы, когда утверждают, что стимулирование покупательских appetites, ориентация людей на безудержное потребление являются социальным бальзамом в условиях беспрестанно увеличивающегося досуга? Разнообразные формы потребления, по мысли одних, заполняют время, которое в противном случае могло бы быть потрачено на антисоциальные действия. Досуг и личное потребление, добавляя другие, являются той сферой, где личность может найти свободу и автономию, невозможную в трудовой деятельности.

Что ж, в этих доводах есть доля истины. С той необходимой оговоркой, что данная истина справедлива не вообще, чего, как правило, не замечают буржуазные авторы, а лишь по отношению к капиталистическому обществу. Кроме того, следует принять во внимание специфичность толкования идеологическими защитниками капитализма таких понятий, как «антисоциальные действия», «свобода» и т. п.

Мы уже видели, что культ потребления не только не препятствует характерному для современного капиталистического мира росту преступности, а поощряет его. Другое дело, что потребительство, проникая в среду трудящихся, способствует их разъединению, отвлекает от борьбы за свои коренные интересы. И в этом смысле избавляет господствующие классы от какой-то части нежелательных для них «антисоциальных» действий. Нельзя не согласиться также с оценкой труда при капитализме в работах тех западных экономистов и социологов, которые склонны видеть «естественное» убежище от его дегуманизирующего и отчуждающего влияния в потребительском идеале, в сфере досуга. Однако решение, предлагаемое ими, не просто неверно, но независимо от их субъективных желаний является попыткой реабилитировать «общество потребления» те-

перь уже не со стороны производства, а со стороны использования свободного времени.

Концентрируя внимание на досуге, на наличии в капиталистическом обществе множества способов занять человека во внерабочее время, апологеты капитализма стремятся доказать, что «цивилизация изобилия» перерастает в «цивилизацию досуга» и тем самым открывает новые возможности для развития личности в рамках социального статус-кво. Например, американский социолог М. Каплан в своей книге «Досуг в Америке» считает, что в эпоху увеличивающегося свободного времени труд не может рассматриваться в качестве основного или исключительного фактора расцвета личности.

В подобных высказываниях обращают на себя внимание три момента. Во-первых, подразумевается, что связанное с научно-технической революцией и ростом производительности труда сокращение рабочей недели в странах Запада увеличивает внерабочее время; во-вторых, что этот приобретенный трудящимися досуг служит их индивидуальному развитию; и наконец, предпринимается попытка извратить мысль Маркса о том, что истинное царство свободы лежит «по ту сторону» материального производства. Рассмотрим последовательно каждый из этих моментов.

Сам факт сокращения в нашу эпоху рабочего времени в индустриально развитых странах не вызывает сомнений. Если в середине XIX века рабочая неделя равнялась примерно 75—80 часам и практически не оставляла места досугу, то сейчас в США и Западной Европе она колеблется в пределах 40—48 часов. Такая объективная тенденция, которая вызвана к жизни двумя причинами: классовой борьбой трудящихся и техническим прогрессом. Поточное производство, рост интенсивности труда на капиталистических предприятиях требуют увеличения времени для восполнения физических и нервных затрат работника. Развитие производительных сил становится просто немыслимым без

постоянного повышения квалификации трудящихся, без определенной общеобразовательной подготовки. Для этого тоже необходимо свободное время. Погоня за прибылью вынуждает капиталиста предоставлять рабочим отпуск для учебы, устраивать курсы для удовлетворения потребности в новых профессиях.

Из сказанного можно заключить, что американские, французские или западногерманские рабочие и служащие работают сегодня меньше, чем, допустим, пару десятилетий назад. Но вот что пишет в своей монографии глубоко изучившая этот вопрос советский исследователь В. Пименова: «Закон о 5-дневной рабочей неделе в капиталистических государствах не соответствует фактическому положению. Как показал анализ свободного времени, проведенный в рамках международного сравнительного исследования, даже в таких наиболее развитых капиталистических странах, как США и ФРГ, по субботам работают более 50 процентов трудящихся»¹. Миллионы людей используют часы досуга не на отдых, не на образование и культуру, а на дополнительный труд. Буржуазные социологи единодушно отмечают, казалось бы, парадоксальное явление: в «обществе изобилия» для большей части населения стремление к повышению жизненного уровня оказывается явно сильнее желания воспользоваться своим свободным временем. Широкое распространение получил так называемый «мунлайтинг» (от английского moon light — лунный свет) — дополнительная работа в вечерние и ночные часы. Многие мунлайтеры работают по 60 и 70 часов в неделю, то есть почти столько же, сколько их предки в прошлом веке.

В первую очередь этот феномен объясняется тревогой трудящихся перед лицом постоянной угрозы лишиться работы или быть переведенными на сокращенную рабочую неделю с соответствующим уменьшением

¹ В. Н. Пименова. Свободное время в социалистическом обществе. М., 1974, с. 143.

заработной платы, что является скрытой формой безработицы. Многих сильно бьет по карману принявший невиданные масштабы в капиталистическом мире рост дороговизны. Доходы значительного числа граждан даже в наиболее богатых странах Запада находятся ниже прожиточного минимума. Но с некоторых пор к этим причинам добавилась еще одна, которая теснейшим образом связана со всей системой ценностей буржуазного общества, с культом потребления как одним из наиболее глубоко укоренившихся стереотипов буржуазного образа жизни.

«Бесполезно требовать увеличения досуга, — замечает Дж. Гэлбрейт, — пока индустриальная система способна внушить людям убеждение, что материальные блага важнее досуга. Люди станут отдавать предпочтение досугу только тогда, когда возможности использования досуга они сочтут более интересными, чем возможности, заложенные в работе, или тогда, когда они избавятся от влияния механизма управления их потребностями, или же, наконец, при сочетании обоих названных условий. Досуг заманчив не сам по себе, а только при наличии этих предпосылок»¹.

Это высказывание американского ученого интересно для нас тем, что в нем, с одной стороны, очень верно сфокусированы объективные противоречия капиталистической действительности, обнажено господство насильственного и самоцельного приобретательства над всеми прочими человеческими проявлениями; с другой — в приведенных словах дает о себе знать буржуазная ограниченность, состоящая в противопоставлении труда и досуга, в понимании досуга не как *продолжения* труда, а как *замены* его чем-то более возвышенным и достойным человека².

¹ Дж. Гэлбрейт. Новое индустриальное общество, с. 423.

² Подобное противопоставление мы находим уже у одного из ранних пророков «цивилизации досуга», француза Габриеля Тарда, который в конце прошлого века в своих «Лекциях по экономиче-

Обратимся сперва к тому, в чем Гэлбрейт прав. Он, безусловно, прав в том, что свободное время имеет малую цену для людей, охваченных потребительским ажиотажем. Они готовы надрываться на основной и дополнительной работе, только бы угнаться за навязанными им стандартами, только бы не испытывать чувства неполноценности из-за того, что не купили магнитофона или моторной лодки, без которых, как внушает им реклама, невозможно добиться уважения в обществе. Не в силах устоять перед психологическим давлением «соблазнов потребления», они ради покупного «престижа» жертвуют свободным временем.

Но и это еще не все. Потребительская психология цепко удерживает свои жертвы даже тогда, когда они пытаются воспользоваться тем остаточным, урезанным досугом, без которого не могут обойтись вовсе, ибо он необходим им для воспроизводства самих себя в качестве рабочей силы. Монополии, являющиеся безраздельными хозяевами в «обществе потребления», быстро установили, что могут заработать не только на эксплуатации работающих, на эксплуатации покупающих, но и на эксплуатации отдыхающих. Они создали разветвленную «индустрию досуга», которая, опустошая кошельки потребителей, убивает их свободное время. По оценке американского журнала «Юнайтед Стейтс ньюс энд Уорлд рипорт», на отдых и развлечения в США тратится ежегодно более 100 миллиардов долларов или 10 процентов валового национального продукта¹. И опять те, кто загребает деньги, кто потчует массы Джеймсом Бондом, китчем, азартными играми, американским футболом, предстают в роли благодетелей, не дающих людям умереть со скуки.

Досуг трудящихся для королей бизнеса имеет смысл и цену лишь в той мере, в какой он способен приносить

ской психологии» утверждал, что «не досуг существует для работы, а работа для досуга» («Американская социология». М., 1972, с. 70).

¹ «U. S. News and World Report», April 17, 1972, p. 42—45.

прибыль. Если восемь десятилетий назад Габриель Тард обосновывал рост потребления увеличивающимся досугом¹, то теперь буржуазные экономисты и социологи, напротив, расширение свободного времени связывают с заинтересованностью корпораций в потребительском буме. «Не подлежит сомнению, — констатирует американский социолог Э. Хьюз, — что американская экономика в очень высокой степени зависит от потребительской способности ее работающего населения... Но чтобы потреблять, нужно иметь досуг»². Причем аппетиты дельцов разжигает практически неограниченная способность свободного времени «впитывать» деньги, чего нельзя сказать о рабочем времени. Есть пределы прибавочной стоимости, которую капиталист в состоянии извлечь за час эксплуатации производителя. Но, обирая производителя во время досуга, он имеет несравненно больший простор, чтобы побудить его расходовать за тот же час еще и еще, как бы много он уже ни израсходовал.

Неудивительно, что большинство потребностей населения индустриальных капиталистических стран в сфере досуга и развлечений являются сознательно культивируемыми ложными нуждами, хотя зачастую и представляются отдельному человеку его свободным выбором. Это относится к так называемой «массовой культуре» — суррогатам искусства, которые выполняют не только коммерческий, но и идеологический заказ господствующих классов. То же можно сказать о спорте. Самый популярный в США вид спорта — американский футбол, который собирает громадную аудиторию (трансляцию матчей по телевидению смотрят 60 миллионов американцев) и приносит сто миллионов долларов прибыли в год, своей популярностью обязан

¹ «Ведь чем меньше человек работает, — писал он, — тем больше у него потребность в потреблении» («Американская социология», с. 70).

² Там же, с. 72.

неимоверной жестокости, убившей и искалечившей сотни спортсменов. Вообще в капиталистической индустрии развлечений, ориентированной на широкую публику, процветает бизнес, который разжигает низменные инстинкты, культ насилия, жадность. Здесь и всевозможные «шоу» со стриптизом, и казино¹, и «фильмы ужасов», и многое другое.

Вместе с тем средствами массовой информации в подробностях расписываются способы времяпрепровождения «сливок общества» — дорогостоящие виды обслуживания и спорта, шикарные курорты, трансатлантические круизы и т. д. Как и в рекламе товаров, в рекламе форм проведения досуга настойчиво подчеркивается их связь с социальным статусом, возбуждается стремление приблизиться к стандартам состоятельной элиты, подняться на более высокую ступень социальной лестницы. Но в этой «гонке за лидером», приносящей огромные дивиденды магнатам «индустрии досуга» и опустошающей карманы и души их клиентов, подавляющему большинству состоящих никогда не суждено увидеть финиша. В США, например, официальная раскладка семейного бюджета «при среднем прожиточном минимуме» предусматривает лишь одно посещение кино всей семьей в течение месяца, тогда как для буржуазии возможный выбор развлечений и средств отдыха практически не ограничен. Ежегодно около 6 миллионов американцев отправляются путешествовать за границу. Но среди них трудно встретить рабочих. В целом услугами индустрии туризма и отдыха практи-

¹ Примечательна тесная связь, которая существует на Западе между «индустрией досуга» и преступным миром. В одном из посланий конгрессу бывший президент США Р. Никсон отмечал, например, что мафия только с помощью индустрии азартных игр отнимает у американского народа от 20 до 50 миллиардов долларов ежегодно. Эта цифра, которую многие эксперты считают преуменьшенной, составляет от 2 до 5 процентов валового национального продукта.

чески не может пользоваться почти треть населения США»¹.

Свободное время, которое по своей природе является величайшим благом для всех людей, в «обществе потребления» слишком для многих превратилось в форму отчуждения от собственной сущности, в вопиющее социальное зло. Поэтому сегодняшние адвокаты капитализма в отличие от своих предшественников все реже связывают досуг с развитием личности, а предпочитают говорить о некоем «свободном выборе», «самовыражении» личности в сфере досуга. Произошла постепенная трансформация буржуазно-практицистского взгляда на свободное время как на источник предосудительной лени, развращающей трудящихся (к слову сказать, в извечном паразитизме господствующих классов сторонники этой точки зрения и раньше ничего зазорного не видели). Досуг не только стали провозглашать вполне «моральным» занятием, но и отдавать ему предпочтение перед трудом, низводя последний до простого средства получить возможность пользоваться свободным временем.

Характерно, что такую точку зрения разделяют как апологеты «общества потребления», так и его буржуазные критики. В книге «2000 год», написанной директором Гудзоновского института Г. Каном в соавторстве с А. Винером, предсказывается, что научно-технический прогресс и связанный с ним рост свободного времени оттеснят на задний план значение трудовой деятельности, а это непременно вызовет крутой поворот к признанию идеалов и ценностей потребительского общества, приведет к их торжеству в материальной и духовной жизни человека². Подобный несостоятельный фата-

¹ С. Загладина. «Индустрия досуга». — «США — экономика, политика, идеология», 1974, № 2, с. 89.

² Н. Kahn and A. J. Wiener. The Year 2000. A Framework for Speculation on the Next Thirty-Three Years. New York, 1967.

лизм является оправданием и «теоретическим» фундаментом для тех, кому «мораль развлечений» служит одновременно и средством набить кошелек, и идеологической подпоркой их классовому господству.

Теперь пора снова вернуться к Гэлбрейту. Оставаясь на позициях защитника капитализма как системы, он усматривает серьезную угрозу со стороны неправомерного господства экономических целей «над всеми сферами нашей жизни и над иными более важными задачами»¹. Поэтому, пишет он, для человека в капиталистическом обществе существует надобность иметь перед собой «гораздо более широкий выбор возможных вариантов. Это позволило бы тем, кто на это способен, освободиться от внешних влияний, управляющих их поведением. Ближайшая задача состоит именно в том, чтобы создать возможность выбора между трудом и его альтернативами... Наемному работнику должны быть предоставлены более широкие, чем ныне, возможности выбора между работой и материальными благами, с одной стороны, и досугом — с другой. Человеку, желающему для удовлетворения своих потребностей в пище, одежде и скромном жилище работать только десять или двадцать часов в неделю, должна быть предоставлена возможность поступать таким образом»².

Во многих высказываниях американского профессора, даже несмотря на очевидную утопичность предлагаемых им мер, не может не imponировать его резко отрицательное отношение к насаждению потребительских установок среди населения капиталистических стран, осуждение разрушительной корысти тех, кто это делает. Но такова уж логика буржуазной непоследовательности, что либеральный критик культа потребления оказывается в итоге солидарным с теми, кто поет потребительству хвалу. Гэлбрейт приходит к мысли о

¹ Дж. Гэлбрейт. Новое индустриальное общество, с. 43.

² Там же, с. 425—426.

том, что истинное человеческое существование лежит за пределами труда. Это неизбежно, ибо отрицание частностей капиталистической действительности и принятие ее в целом означает и признание труда таким, каковым он является для большинства людей в буржуазном обществе — безрадостным процессом, извне навязанным жизненным условием (Маркс).

В буржуазном обществе между рабочим и свободным временем существует антагонизм, обусловленный тем, что капиталистическое богатство создается путем грабежа рабочего времени производителя, плодов его труда. Активность в сфере досуга и потребления заменяет активность, которая часто невозможна здесь в сфере труда. Для трудящихся «бегство в досуг» становится желанием по принуждению, хотя часто отдельный индивид этого и не сознает.

Свое занятие в рабочее время трудящиеся воспринимают не как призвание, не как содержание жизни, а как очевидную противоположность тому, что они понимают под словом «жизнь». Отчужденный труд не способен стать элементом счастья, высшим наслаждением, средством развития личности. Он является лишь материальной необходимостью, способом сделать возможным удовлетворение потребностей вне сферы труда. Там ищет человек освобождение от гнета, там ожидает он обрести свободу и счастье.

И, вырвавшись на время из мира, где он ничем не распоряжается, ничего не определяет и сам себе не принадлежит, в мир досуга и потребления, он испытывает иллюзию, что наконец-то властвует над вещами, приобретая их, наконец-то является господином своего времени, транжира его. После атмосферы удручающего труда он окунается в многокрасочное разнообразие витрин, товаров, развлечений. Этот блестящий мир твердит ему: тебе постыла твоя работа, зато она обеспечивает удовольствие потреблять товары и услуги; в свою очередь, чем больше ты потребляешь, тем выше

твой престиж, тем значительнее шанс продвинуться по социальной лестнице, а значит и иметь средства для расширения наслаждения потреблять.

Не вина, а беда многих людей при капитализме, что идеал желанного существования они связывают с нетрудовой жизнью, с праздностью как олицетворением счастья. Чем ущербнее представляется человеку его участие в производстве, тем сильнее над ним власть потребительских интересов, с тем большим вожделением он отдается им, обманывая себя видимостью свободы. Но в том-то и дело, что самоцельное заполнение досуга развлечениями и потреблением не только не прибавляет свободы человеку, а отнимает у него ее остатки, не узурпированные в процессе производства. Как верно заметил в своей книге «Одинокая толпа» известный американский социолог Д. Рисмэн, ранее противопоставлявший труд свободному времени, но затем пересмотревший свою позицию, «бремя, которое легло на досуг вследствие дезинтеграции труда, слишком велико, чтобы с ним можно было сладить; досуг не только не может спасти труд, но и сам гибнет вместе с ним, он может иметь смысл для большинства людей, только если труд имеет смысл»¹.

Но если без труда невозможно саморазвитие человека, реализация его сущности, то как же понимать тогда известные слова Маркса о том, что истинное царство свободы лежит по ту сторону собственно материального производства? Давайте посмотрим, как звучит эта мысль Маркса полностью. «Царство свободы, — пишет он, — начинается в действительности лишь там, где прекращается работа, диктуемая нуждой и внешней целесообразностью, следовательно, по природе вещей оно лежит по ту сторону сферы собственно материального производства. Как первобытный человек, чтобы удовлетворять свои потребности, чтобы сохранять и вос-

¹ D. Riesman. The Lonely Crowd. A Study of the Changing American Character. New-Haven — London, 1967, p. XLV.

производить свою жизнь, должен бороться с природой, так должен бороться и цивилизованный человек, должен во всех общественных формах и при всех возможных способах производства. С развитием человека расширяется это царство естественной необходимости, потому что расширяются его потребности; но в то же время расширяются и производительные силы, которые служат для их удовлетворения. Свобода в этой области может заключаться лишь в том, что коллективный человек, ассоциированные производители рационально регулируют этот свой обмен веществ с природой, ставят его под свой общий контроль, вместо того, чтобы он господствовал над ними как слепая сила; совершают его с наименьшей затратой сил и при условиях, наиболее достойных их человеческой природы и адекватных ей. Но тем не менее это все же остается царством необходимости. По ту сторону его начинается развитие человеческих сил, которое является самоцелью, истинное царство свободы, которое, однако, может расцвести лишь на этом царстве необходимости, как на своем базисе»¹.

Только поверхностному взгляду может показаться, что в приведенных словах речь идет о труде лишь как источнике материальных благ, средстве удовлетворения растущих потребностей в других сферах. Такая функция труда действительно выступает необходимым моментом во всех общественно-экономических формациях. Но когда Маркс говорит, что истинное царство свободы находится по ту сторону этой естественной необходимости, то есть в сфере свободного времени, то он во все не имеет в виду, что последнее заполнено праздностью, бездействием.

Напротив, любое развитие человека — интеллектуальное, физическое, нравственное — единственно и возможно при затрате определенных усилий с его сто-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 25, ч. II, с. 386—387.

роны, определенного труда. И таким трудом все больше заполняется досуг в обществе, строящем коммунизм, когда упраздняются антагонизмы частной собственности и снимается отчуждение труда. Но и в этих условиях труд в рабочее время, как бы он ни облегчался и ни облагораживался, как бы мало времени ни занимал, всегда будет оставаться *необходимостью*, известной *несвободой*, служащей основой жизнедеятельности человека, его биологического бытия. Труд же в свободное время избавлен от этой функции, не обусловлен никакой внешней необходимостью и служит индивидуальному развитию человека как самоцели, как условию развития всех других людей. Мы уже сейчас видим, что с развитием материально-технической базы коммунизма прогресс и человека, и его производительных сил все больше зависит не от рабочего времени, затраченного на непосредственное производство общественного богатства, а от духовного потенциала человека, от уровня его научных знаний и творческих способностей. А все это может производиться и воспроизводиться по преимуществу в свободное время.

Наконец, важно отметить, что между рабочим и свободным временем нет стены, которую выстраивают провозвестники «цивилизации досуга». Непосредственный процесс производства марксисты рассматривают не только как созидание материальных благ, но и как ваяние личности, как поприще реализации замыслов человека, как необходимую ступень свободы. Закономерностью социалистического общества является гармоничность отношений между необходимым трудом и досугом, их сближение по насыщенности духовным содержанием. Рабочее время все больше освобождается от непривлекательного, утомительного труда, а досуг от никчемного ничегонеделанья и деятельности, пагубной для развития человека. Не только саморазвитие личности в свободное время, но и необходимый труд будет все больше становиться трудом «для души», средством

проявления субъективной сущности человека, его самовыражением. Таким образом, служа удовлетворению других потребностей, труд сам по себе будет становиться первой жизненной потребностью, находящей удовлетворение в себе самой, в наслаждении процессом творчества, процессом созидания.

С социализма начинается превращение свободного времени в истинное царство свободы, в пространство для всестороннего развития личности, всех ее дарований и возможностей, в мерило общественного богатства.

Конечно, не стоит упрощать сложность этого процесса. И в социалистическом обществе он совершается не вдруг, не по мановению волшебной палочки. Поскольку в социальной структуре сохраняются еще товарно-денежные отношения и их влияние на систему ценностей, то не исключаются полностью и элементы господства вещей над человеком, возможность существования своеобразного «духовного вакуума», который заполняется деятельностью или времяпрепровождением, носящими потребительский характер. Позднее мы вернемся к этим вопросам. Сейчас же важно отметить, что социализм не только способен действительно по-хозяйски распорядиться величайшим общественным богатством, каковым является свободное время, но он делает это.

Капитализм же, напротив, сведя труд людей к односторонней принудительной деятельности, превратил и их свободное время в сферу принудительного и бессмысленного потребления и времяпрепровождения, что, с одной стороны, является проявлением кризиса «общества потребления», а с другой — дальше усугубляет его.

И ГОСПОДИН И РАБ

Обесцененные ценности Широкие масштабы производства товаров массового спроса — излюблен-

ная сегодня тема публичных выступлений и комментариев западных политиков, руководителей бизнеса, профессоров, придерживающихся официальной ориентации, буржуазных пропагандистов. В зависимости от интеллектуального диапазона авторов и их профессиональной принадлежности тон высказываний колеблется от безапелляционно-апологетического до отмеченного печатью некоторых раздумий и даже сомнений. Но при всем том почти всегда с гордостью преподносится мысль о небывало высоком *общем уровне потребления*, которого достигли развитые страны капитализма и который прямо или косвенно отождествляется с уровнем реального благосостояния всего общества.

В предыдущей главе было показано, что в этой рекламно броской картине, в этом ташистском разноцветье среди ликующих красок искусно спрятаны и самые сумрачные. Живописцы-монополиии немало потрудились над тем, чтобы для покупателей их продукции, зараженных потребительским дальтонизмом, различим был лишь оптимистический колер.

Однако сказанное вовсе не значит, что высокоразвитая индустрия Запада в борьбе за деньги и души потребителей только тем и занята, что производит вещи, которые бесполезны, и культивирует потребности, в которых нет нужды. Капиталистическая экономика выпускает множество разнообразнейших товаров, необходимых для жизни, служащих удовлетворению насущных

потребностей людей. И хвастливые заявления защитников «общества потребления» могли бы произвести впечатление, если бы это общество не превращало на каждом шагу свое действительное богатство в полную противоположность тому, чем оно должно быть. Чтобы убедиться в справедливости данного утверждения, попытаемся ответить на два вопроса: какой ценой достаются при капитализме те блага, которые научно-техническое могущество человека позволяет ему сегодня иметь? Кто пользуется этими благами?

Престижное потребление, вызывая эпидемически разрастающуюся конкуренцию расходов, ведет к колоссальному расточению ресурсов. Пожалуй, наиболее разительным и в то же время в высшей степени типичным примером этого является использование автомобиля в США. Для американца автомобиль (вещь, кстати, просто необходимая из-за слабого развития общественного транспорта) постепенно превратился в первый национальный символ. Автомобиль для него — свидетельство богатства его страны, доказательство «преимуществ» американского образа жизни и мощи американской экономической системы. Но не только. Он еще и важнейший показатель личного успеха, символ «статуса». Автомобиль стал в США второй индивидуальностью человека, его вторым лицом, часто более реальным, чем настоящее.

И если сегодня по дорогам Америки мчатся самые большие, самые мощные и самые неэкономичные в мире легковые автомобили, то это происходит потому, что каждый из перечисленных признаков по мере своего возрастания сообщает владельцам лимузинов дополнительную порцию «достоинства», что чутко регистрируется социальным окружением. С конвейеров Детройта сходят машины с трехсот- и даже четырехсотсильными двигателями, хотя для самой быстрой езды достаточно в четыре раза меньшей мощности.

С точки зрения использования национальных ресур-

сов это означает громадный перерасход металла, горючего и прочих материалов. К началу 70-х годов американский легковой автомобиль весил в среднем 1600 килограммов — примерно вдвое больше западноевропейского. Он сжигал в год около 2 тонн бензина, что опять-таки в два раза превышает расход западноевропейских и японских машин. Кроме того, армады восьмицилиндровых гигантов в полном соответствии с их прожорливостью значительно интенсивнее отравляют выхлопными газами атмосферу по сравнению, скажем, с четырехцилиндровыми автомобилями, увеличивая опасность для здоровья человека и усугубляя разрушение окружающей среды. Наконец, расхищается труд миллионов людей — талант конструкторов, соревнующихся в создании все более нерациональных и дорогостоящих моделей, физическая энергия, знания и умения рабочих, строящих эти машины.

Из приведенного примера может показаться, что речь идет о явлении чисто американском, не присущем органически всему «обществу потребления». Дальше мы увидим, что это не так, что расточительство пронизывает западную экономику в целом, составляет ее фундамент и логический результат. Тут дело не в конкретном примере, а в существе проблемы.

Одну из самых ярких и развернутых картин превращения капиталистического мира в цивилизацию «выбрасывателей» нарисовал Олвин Тоффлер в упоминавшейся книге «Столкновение с будущим». Он же предсказал грядущее господство принципа «использовал — выбросил» в глобальном масштабе. Рассуждения буржуазного социолога и особенно его выводы заслуживают того, чтобы остановиться на них подробнее.

Итак, корпорации США сумели убедить миллионы американцев в том, что просторность и мощность автомобиля является первейшим признаком преуспевания и одновременно мерой уважения, на которое человек может рассчитывать в обществе. Они же постоянно вну-

шают потребителям, что не менее важна для престижа степень новизны машины. По свидетельству Тоффлера, средний американец ездит на своей машине не более трех с половиной лет. Многие из состоятельных владельцев меняют машины почти каждый год и еще чаще. «Именно автомобильной промышленности, — замечает он, — первой удалось разрушить традиционное представление о том, что солидную вещь следует покупать надолго»¹.

Тоффлер приводит множество других фактов, показывающих, что продолжительность отношений человека с вещами в индустриальных странах Запада сокращается. Если бабушки и матери современных американских девочек не расставались со своими любимыми куклами, пока те не разваливались от старости, то теперь юные американки с радостью обменивают своих почти новых Барби (больших пластиковых кукол) на еще более новые, улучшенные модели. Некоторые жилые дома в Майами сносятся всего через десять лет после их постройки, так как «более совершенная система кондиционирования воздуха в новых зданиях делает «старые» дома нерентабельными». Постоянно увеличивается количество товаров для кратковременного использования: бумажные пеленки и полотенца, целлофановые пакеты, стержни для шариковых авторучек...

«От картонных пакетов для молока до ракет, выносящих в пространство космические корабли, товары, созданные для разового или кратковременного пользования, становятся все более многочисленными и типичными для нашего образа жизни»² — вот вывод, к которому приходит Тоффлер. Но насколько правомерно такое заключение? Ведь, говоря о «нашем образе жизни», американский профессор имеет в виду не только капиталистическое общество, а весь «постиндустриаль-

¹ A. Toffler. Future Shock. p. 59.

² Ibidem, p. 49.

ный» мир, все страны, прошедшие через горнило научно-технической революции.

Принцип «использовал — выбросил» не имеет однозначного толкования. Он нужен, покуда целесообразен, покуда облегчает человеку жизнь, увеличивает его свободу по отношению к созданному им искусственному материальному миру и тем самым сберегает совокупное общественное богатство, необходимое для всестороннего расцвета личности.

Вряд ли у кого вызовет сомнения разумность расфасовки, скажем, молочных продуктов в картонную или пластмассовую тару вместо стеклянной. Хотя первая используется только один раз, а вторая многократно, несомненный выигрыш покупателей во времени с лихвой компенсирует утрату некоторого количества материала, идущего на изготовление упаковки. В итоге получается не растрата средств, как представляется поверхностному взгляду, а их огромная экономия, увеличивающаяся по мере происходящего возрастания цены рабочего и свободного времени. Конечно, и здесь не исключены издержки в виде, например, гор мусора, захламляющего сегодня американские города и обочины автострад, или в виде все нового расхода природных ресурсов. Но не станем забывать, что традиционная стеклянная бутылка в придорожном кювете ничуть не больше облагораживает пейзаж, чем нетрадиционная пластмассовая; что значительная часть бумажных и прочих отходов может быть использована вновь; что, наконец, негативные последствия, подобные тем, о которых говорилось выше, отнюдь не являются проблемой вне времени и пространства. Социалистическому обществу в отличие от капиталистического под силу нейтрализовать их, а в перспективе и вовсе не допускать.

Иное дело, когда ради выгоды отдельных лиц, групп или классов всему обществу навязывается нецелесообразность, когда последняя объявляется нормой и необ-

ходимостью. Здесь мы уже имеем дело с ничем не оправданным расхищением общественного богатства.

Для Тоффлера не существует принципиальной разницы между выброшенным картонным подносом из-под обеда-полуфабриката и еще совсем новым домом, который снесли для того, чтобы на его месте построить здание с усовершенствованными кондиционерами. То и другое, по его мнению, лишь знаменует наступление эры легкозаменимых вещей, отражает всеобщее ускорение темпа жизни. А посему можно пренебречь как несущественной деталью тем обстоятельством, что «неизбежная эфемеризация» отношений человека с вещами действует во многих случаях до странного выборочно. Она имеет место, когда речь идет о майамских толстосумах, пожелавших «выбросить» свои оборудованные установками искусственного климата дома ради удовольствия жить в домах с еще лучшими установками. Однако ее словно бы и не существует для тех сотен тысяч обитателей американских трущоб, которые как ютились, так и ютятся в давно отживших свой век неблагоустроенных домах.

Формулируя установленную им «закономерность», Тоффлер обходит стороной несуразность, вопиющую ненормальность общественной структуры, при которой «рентабельно» уничтожать вещи и ценности, способные еще долго служить людям, остро в этих вещах и ценностях нуждающимся. Он бесстрастно констатирует факты: сооружения становятся все более недолговечными, срок службы автомобилей все короче, желание девочек иметь самую новую куклу все сильнее... И делает вывод о том, что коловращение вещей в нашей жизни набирает все более бешеный темп и что грядет век товаров, обреченных почти на мгновенное исчезновение. Таково будто бы неизбежное следствие научно-технического прогресса, эпохи быстрых изменений и перехода от бедности к изобилию.

Между тем и сломанные дома в Майами, и ежегод-

ная покупка состоятельными американцами новых автомобилей, и великое множество других подобных фактов имеют совсем не такую глобальную, как у Тоффлера, зато гораздо более естественную для них связь. Капиталистические монополии в невиданных ранее масштабах манипулируют рынком товаров. Они прилагают поистине танталовы усилия, чтобы максимально ускорить моральное устаревание вещи, которое намного опережает ее физическое, буквальное старение. Самыми хитроумными приемами и средствами, опирающимися на достижения социологии и психологии, на нравственную атмосферу «потребительского общества», на господствующую в нем систему ценностей, поощряется потребление, в котором важна не способность продукта выполнять утилитарные или эстетические функции, не способность его справляться с этими функциями лучше, чем старый продукт, а способность быть *символом* престижа, *мерой* ценности и достоинства человека.

На первое место в назначении предмета выходит не он сам как таковой, а то, что находится «по ту сторону» предмета, его имидж, рожденная им иллюзия, самодовлеющая гедонистическая функция, связываемые с фактом обладания той или иной вещью. Не действительная потребность человека подсказывает ему, что покупать, а искусственно нагнетаемый и навязываемый извне темп появления и исчезновения престижных символов, которыми могут быть и дом с отличной от прежней системой кондиционеров, и кукла с более гибкой, чем у ее предшественницы, талией, и новейшая модель машины. Смену этих символов определяют диктаторы моды — все те же крупнейшие корпорации с их аппаратом внушения, охватывающим рекламу, средства массовой информации, всевозможные агентства по связям с потребителями. Принцип прибыли является той действительно верховной силой, которая вызвала к жизни и привела в движение этот чудовищно нелепый механизм. Все растущая доля богатства предназначает-

ся для того, чтобы заставить людей больше работать. Чтобы они усерднее работали, их побуждают больше покупать. А чтобы они могли больше покупать, их обязывают производить для расточительства. Так замыкается порочный круг.

Пожалуй, одним из самых уродливых проявлений расточительства «общества потребления» является запланированное устаревание вещей, заведомая недолговечность производимой продукции. Ральф Нэyder, выступивший с разоблачениями махинаций американских компаний, приводит в своих работах длинный перечень товаров, срок службы которых был искусственно занижен, чтобы обеспечить более частую их замену. Среди них автомобиль «корвэйр», выпускавшийся корпорацией «Дженерал моторс», производство которого было приостановлено после скандала, разразившегося вслед за публикацией Нэйдера. В этом же списке лезвия для бритья, которые умышленно изготавливаются так, чтобы они моментально тупились; дамские чулки, у которых петли спускаются при первом же надевании; дорогие костюмы фирмы «Брукс бразерс», рвущиеся уже через две недели; юбки, которые по таинственной причине превращаются в тряпку всего за два часа носки.

Упоминание о запланированном устаревании есть и в книге Тоффлера. Есть там и признание той истины, что на Мэдисон-авеню (центре рекламного бизнеса в США) часто преувеличивают преимущества новых товаров перед старыми и подстрекают потребителей выбрасывать недавно купленные вещи, чтобы пробить дорогу очередным новинкам. Наконец, целый параграф посвящен хорошо организованной машине создания и распространения моды на товары, ставшей ныне неотъемлемой частью капиталистической экономики. Но, как уже отмечалось выше, Тоффлер не делает различия между целесообразным и не имеющим рациональной причины сокращением срока жизни вещей, втискивает данное явление в монолитную «историческую тенден-

цию», пытается найти однозначное объяснение всех случаев увеличения скорости обращения товаров в развитии науки и в ускорении процесса приобретения знания.

Было бы, разумеется, недопустимым упрощением сводить причины сокращения продолжительности отношений человека с вещами только к запланированному устареванию или к эффективности манипуляций рекламы. Однако еще более серьезной ошибкой было бы не видеть в «цивилизации выбрасывателей» специфического порождения капитализма, а в ее принципах — корысти монополистической олигархии. Расточительство «общества потребления», в гигантских масштабах расхищающего материальные ресурсы, рабочую силу и капиталовложения, так же далеко от того, чтобы быть фатальным законом для всех индустриально развитых стран, как бесконечно непохожи друг на друга мир классовых антагонизмов, всевластия монополий, меркантильного иррационализма и мир социальной справедливости, народовластия, торжества разума.

Насколько неразрывна связь между экономикой потребления и расточительством, показывает пример рекламы, которая стала на Западе универсальным орудием насаждения фиктивных потребностей, стимулирования искусственного спроса, внушения населению престижных символов. Ее основное назначение — пропагандировать потребление, принуждать массы к возможно более широкому приобретению товаров и услуг, гарантировать крупному бизнесу возрастающие прибыли. Для этого содержится громадный аппарат, который по расходуемым средствам, по находящим в нем применения способностям все активнее соперничает с процессом непосредственного производства. В быстрорастущую отрасль научных исследований, поставленную на службу монополиям, превращается изучение того, в какой мере человеческая психика поддается внушению рекламы. Только в США рекламная индустрия поглоти-

ла в 1970 году почти 20 миллиардов долларов, что равняется примерно 2—2,5 процента объема валового национального продукта¹. Для сравнения можно указать, что эта сумма составляет половину всех средств, которые расходуются в Соединенных Штатах на образование.

Беспримерная растрата ресурсов в «обществе потребления» достигла драматической остроты в потрясающих сегодня капиталистический мир кризисах энергии и сырья, вылилась в приблизившееся к катастрофическому пределу разрушение окружающей среды. Культ наживы и безудержного, неконтролируемого потребления привел к хищническому использованию полезных ископаемых, плодородия почв, воды, воздуха.

Еще сравнительно недавно у американцев вызывали гордость сообщения, что их страна, где проживает менее одной десятой населения капиталистического мира, потребляет свыше половины всей расходуемой в нем энергии. Понадобился острейший за всю историю США топливный кризис, чтобы оценить это «достижение» более трезво. Как и в отношении других товаров, монополии годами нагнетали искусственный спрос на различные виды энергии. «Как ни иронически это звучит, — отметил в одном из своих номеров еженедельник «Ньюсуик», — но расточительство поощрялось правительством, которое еще с 30-х годов проводило политику удешевления и максимального использования энергии, хотя время ее изобилия прошло, а также самими нефтяными, газовыми и электрическими компаниями. Они одержимо рекламировали свою продукцию, чтобы продавать ее все больше и больше...»

Сегодня это разбазаривание энергоресурсов обернулось против миллионов потребителей (нефтяные спруты только выиграли от «нефтяного голода», побив все рекорды прибыльности). Рядовым американцам приходится отказываться от навязанного им и вошедшего в

¹ О. Феофанов. США: реклама и общество. М., 1974, с. 71.

привычку чрезмерного потребления энергии. Но нет никакой гарантии, что им завтра не придется отказываться от чего-то другого, потому что узкокорыстная трата национальных ресурсов без всякой заботы о их рациональном использовании и долгосрочном расширенном воспроизводстве, без заботы о будущем — это не эпизод в бытии «общества потребления», а его повседневная практика, его извращенная сущность.

Далеко за примерами ходить не надо. «Экономия» корпораций на загрязнении окружающей природы, превращение ее в свалку нечистот приняли на Западе такой угрожающий размах, что вынудили правительства ряда капиталистических стран разработать в последние годы экстренные меры. Стоило, однако, разразиться энергетическому кризису, как нефтяные и автомобильные компании, несущие значительную долю ответственности за его обострение, настояли на ослаблении или отмене многих государственных мероприятий по охране среды. В Америке, например, в четырнадцати промышленных штатах были снижены требования к качеству воздуха. Автомобильные корпорации, опасаясь за свои прибыли, принудили Агентство по охране окружающей среды отсрочить внедрение нормативов для выхлопных газов машин. А в конце 1973 года президент «Дженерал моторс» Э. Коул предложил вообще убрать все контрольно-очистное оборудование с легковых автомобилей, ссылаясь на энергетический кризис¹.

Частному капиталу претят всякие «непроизводительные» затраты. Построенный на гигантском расхищении общественного богатства, он исповедует одну религию: чем расточительнее — тем прибыльнее, чем хуже — тем лучше. Наделив мир созданных человеком вещей отнятым у человека могуществом, он сделал людей жертвами этого могущества (своего собственного могущества!), его рабами.

¹ См.: «США — экономика, политика, идеология», 1974, № 11, с. 91—92.

«Сладкая жизнь»: Вакханалия расточи-
витрина и задворки тельства в развитых ка-
питалистических странах

увеличивает общий объем потребляемых благ. Это так. Но нет ни малейшего повода ставить знак равенства между ростом здесь массы товаров и услуг и повышением благосостояния всех слоев населения, что с такой настойчивостью пытаются делать буржуазные пропагандисты. И то, что более частая смена, скажем, машины или телевизора не означает непременно и лучшей жизни, — отнюдь не единственная причина этого. Наделение вещей престижными функциями рождает у потребителей тенденцию не только добиваться их приобретения, но и увеличивать тщеславное наслаждение от обладания ими посредством как можно более широкого оповещения о своей собственности. Поэтому нет недостатка в свидетельствах того, кто и как потребляет в обществе «равных возможностей».

Перелистаем страницы светской хроники, регулярно появляющейся в газете «Нью-Йорк таймс». В ней с дошным вниманием к деталям рассказывается о приобретательстве напоказ состоятельной элиты Соединенных Штатов: «старых» богачей — лощеных и респектабельных наследников той огромной добычи, какую захватили их оборотистые предки в денежных битвах XIX века; нуворишей, сколотивших свои состояния на нефти и всевозможных спекуляциях; представителей административной верхушки корпораций.

Сообщается, что некий Уильям Левит созвал пресс-конференцию, чтобы ознакомить публику с различными деталями своей новой яхты водоизмещением 1400 тонн... В одном из элегантных нью-йоркских домов фарфоровые мыльницы сделаны в восемнадцатом веке... В другом доме телевизор запрятан за картиной Кранаха (крупнейшего немецкого художника первой половины шестнадцатого века. — В. М.)... Богатых модниц пытаются убедить, что для сезона «вполне достаточно два-

дцати вечерних туалетов...». В отчете об одном из аристократических приемов указывается, что стоимость масок, которые носили гости, колебалась от 65 до 600 долларов... Беседуя с репортером газеты о лодках, президент «Делавартраст компани» Тайлер Макконнел небрежно заметил: «У меня их пять. Три для водных лыж и две для прогулок под парусом...» Во время показа своего имения миссис Берд и ее муж разъезжали в одном из своих белых «кадиллаков». «Тут, — сказала она, махнув рукой в перчатке, — мое кладбище, а там — мой розарий, в нем 3000 кустов... Внизу — моя «маленькая русалка». Она на один дюйм больше той, которая находится в Дании».

А вот образчики потребления крупной буржуазии, которые в изобилии приводит в своем объемистом труде «Богачи и сверхбогачи» американский экономист и историк Ф. Ландберг.

Церемония дебюта в «высшем свете» дочери нынешнего главы компании «Форд» Генри Форда II Шарлотты собрала 1200 гостей и стоила четверть миллиона долларов, из коих 60 тысяч пошло только на цветы. «С берегов Миссисипи, — писала газета «Таймс», — было доставлено 2 миллиона магнолий, которыми покрыли стены коридоров, ведущих в зал для гостей; загородный клуб Детройта, где происходила церемония, был оформлен под французский замок XVIII века». Один из разбросанных по всей стране и за ее пределами особняков миллиардеров Вандербильтов — дворец в стиле французского Ренессанса. В нем 250 комнат, интерьер которых, подобно многим резиденциям американских богачей, довольно точно копирует пышное убранство Версаля и Фонтенбло. Его стоимость определяется в 60 миллионов долларов.

В последнее время к частным палаццо прибавились роскошные многоквартирные дома, принадлежащие состоятельным владельцам на кооперативных началах. Обычно сдержанная «Нью-Йорк таймс» сообщает сле-

дующие подробности об одном из таких домов, 38-этажном «Юнайтед нэйшнз плаза» в Нью-Йорке. Первоначальная стоимость квартир составляла от 26 до 166 тысяч долларов. Но она значительно выросла после того, как многие жильцы разобрали стены, объединив по нескольку квартир в одну, воздвигли колонны, заменили металлическую арматуру на золотую или из чистого серебра. Газета описывает собственные лифты, дровяные камины, винтовые лестницы, установки искусственного климата, ваннные комнаты, где полы и стены выложены каррарским мрамором¹.

В приведенных примерах обращает на себя внимание любопытное обстоятельство. В обществе, которое не устает устами своих одописцев и ревнителей шумно похвалиться якобы традиционно присущим «американскому образу жизни» «эгалитаризмом» — такими простецкими взаимоотношениями посыльного с президентом компании, рабочего с миллионером — отчетливо прослеживается стремление богатеев перенять образ жизни старой европейской знати, которая каменными и сословными стенами ограждала себя от «черни». Пристрастие это станет вполне понятным, если помнить давно установленную марксизмом истину: любая, даже наидемократичнейшая из буржуазных демократий всегда означала и будет означать демократию для тех, у кого туго набит кошелек. И суть проблемы мало меняется оттого, что место прежней сословной пропасти заняла модернизированная пропасть «статуса» и «престижа».

Безумная роскошь в «верхах», исполнение толстосумами любых своих причуд и прихотей, удовлетворение ими самых извращенных своих вкусов — это отнюдь не только нарочитое бахвальство пресыщенных сибаритов, так сказать, потребление «на публику». Это утверждение своего *права* жить в роскоши и *бесправия*

¹ См.: Ф. Ландберг. Богачи и сверхбогачи. М., 1975, с. 393, 627, 632.

других вести подобный образ жизни. Это циничная в своей грубой обнаженности демонстрация того, кто есть действительный хозяин в «обществе потребления», кому принадлежит в нем реальная сила и исключительная власть.

Покупательная способность, возможность потреблять, будучи в условиях капитализма мерилom престижа человека, довольно точно соответствует и его социальному положению. Она носит здесь отчетливо выраженный классовый характер и демонстрирует далеко не равные возможности людей в «обществе равных возможностей». Лишь ничтожно малому числу их удастся «сколотить состояние» и приобщиться к клану богачей. Те, кто может позволить себе вести «сладкую жизнь», купаться в роскоши и презирать всех, кто такой возможности не имеет, составляют, вопреки утверждениям апологетов «общества потребления», глубоко элитарную, замкнутую группу. Ф. Ландберг убедительно показывает в своей книге, что почти все так называемые «новые» миллионеры, появившиеся в США за последние двадцать лет, — это наследники старых состояний. Причем среди них возрастает доля людей, ставших миллионерами в результате инфляции, которая вызывает постоянное и общее повышение цен в странах капитала и тем самым «увеличивает» денежную стоимость собственности.

Но по наследству в «обществе потребления» передаются не просто доходы, не просто материальные выгоды, а и социальное неравенство. Вместе с деньгами и имуществом наследуется «статус», определенная жизненная позиция, виды на будущее. К примеру, возможность купить дорогой дом означает одновременно возможность жить в привилегированном районе. А в таких районах, как правило, школы намного лучше, чем в других, так как они финансируются из местных налогов. Разница в качестве жилья влечет за собой разницу в качестве образования, обеспечивая своеобразную со-

циальную «фору» отпрыскам состоятельных родителей. То же касается условий отдыха, пользования библиотеками, театрами, картинными галереями, спортивными сооружениями и т. д.

Таким образом, возможности потребления не только определяют место человека на социальной лестнице, но являются важнейшим *предварительным условием*, без которого достижение высоких ступеней маловероятно. «Стало банальным мнение, — замечает американский социолог П. Холландер, — что молодежь из среднего и высшего класса лучше подготовлена и, вообще говоря, больше стремится конкурировать за более высокий доход, образование и престиж, чем молодежь из низшего класса, которая обычно не надеется на успех...»¹ Как и на заре антагонистических формаций, в «обществе потребления» происходит постоянное перераспределение общественного богатства в пользу имущих, постоянное воспроизводство социального неравенства.

Хотя буржуазная псевдонаука и пропаганда не оставляют своих попыток выдать увеличение массы товаров за «очевидное» достижение капиталистической экономики, будто бы заботящейся о благе народа, теперь даже издания и авторы, отнюдь не являющиеся противниками «общества потребления», все чаще приходят к противоположным выводам. По свидетельству французского буржуазного журнала «Нуэль обсерватор», десять процентов самых богатых американцев в 1962 году имели доход почти в тридцать раз более высокий, чем десять процентов самых бедных. Таким же остался этот коэффициент неравенства спустя десять лет, хотя объем промышленной продукции за это время значительно увеличился. Более половины товаров и услуг предназначалось и предназначается в США для двадцати процентов самых зажиточных². Иначе говоря,

¹ P. Hollander. Soviet and American Society. A Comparaison. New York, 1973, p. 205.

² См.: «Le Nouvel Observateur», 4 Mars, 1974.

привилегии богатых и бедность бедных остались неизменными, похоронив тем самым миф о возможности всеобщего благоденствия в «обществе потребления».

В Америке, которая многие годы кичилась своим процветанием и которая восприняла не более как экстравагантный предвыборный фарс провозглашенную в 1964 году президентом Линдоном Джонсоном «войну с бедностью», теперь существует официально устанавливаемая черта бедности. Поскольку цены на многие товары и услуги всюду на Западе безостановочно растут, то граница бедности постоянно смещается в сторону увеличения. В 1972 году она для городской семьи из четырех человек составляла 4275 долларов, в 1973 году — 4500, а в 1974 году — 4550 долларов годового дохода. Ниже этой черты бедности оказалось от 25 до 30 миллионов американцев¹.

На первый взгляд может показаться, что бедность, выраженная в приведенных цифрах, весьма относительна и доходы американцев, подпавших под определение «малоимущих», остаются все-таки внушительными. Конечно, есть разница между пауперизмом в богатейшей стране капиталистического мира и нищетой, например, в слаборазвитых государствах Азии, Африки или Латинской Америки. И тем не менее речь идет о действительно обездоленных в «обществе изобилия».

Издаваемая в США «Энциклопедия социальной деятельности» приводит примерный бюджет семьи, находившейся на черте бедности в 1972 году. Из общей месячной суммы в 355 долларов 113 уходило на жилье. Этого было достаточно лишь для того, чтобы ютиться в полуразвалившемся доме трущобного типа, так как плата за двухкомнатную квартиру в дешевых домах, которые в очень небольшом количестве построены правительством специально для семей со «скромным достатком», равнялась 150—160 долларам, а в частных

¹ См.: «США — экономика, политика, идеология», 1974, № 11, с. 28.

домах была в два с лишним раза выше. Расходы на питание составляли в бюджете 152 доллара — по 1,25 на человека в день. Незначительность этих денег станет очевидной, если учесть, что по тогдашним ценам (сейчас они значительно выросли) на них можно было купить полтора килограмма хлеба, или два килограмма чищеного картофеля, или триста граммов мяса. Остальные статьи расходов включали: транспорт — 7,5 доллара, одежда — 71 доллар, отдых, сигареты и прочее — 12 долларов¹.

К числу «излишеств», не нашедших отражения в бюджете, причисленными оказались затраты на медицинскую помощь, на образование, на страхование, на культурные нужды. И недаром профессор Колумбийского университета Р. Дентлер вынужден был заметить по поводу «примерного бюджета» малоимущей американской семьи, что это «нищета, поскольку такой жизненный уровень не может обеспечить даже скудного существования. Предусмотренные затраты на питание означают недоедание, недоедание же ведет к повышению материнской и детской заболеваемости и смертности. Нищенствующая семья не может позволить себе приобрести необходимую обувь или верхнюю одежду, защищающую от холода. Не может она также разрешить себе сдавать одежду в чистку и ремонт»². А ведь миллионы американцев имеют доходы *ниже* того официального прожиточного минимума, о котором говорит профессор Дентлер.

Среди этих парий жители целых районов вдоль Аппалачских гор, нищета которых потрясла в свое время посетившего эти места президента Джона Кеннеди. Среди них дети негритянского гетто Балтимора, в крови которых, как установила проверка, гемоглобина оказалось меньше, чем у детей слаборазвитого Пакистана.

¹ См.: «США — экономика, политика, идеология», 1974, № 11, с. 29—30.

² R. Dentler. Major Social Problems. N. Y., 1972, p. 112.

Среди них страдающие от недоедания и болеющие дистрофией сельскохозяйственные рабочие округа Палм-Бич во Флориде, того самого округа, в роскошных виллах которого регулярно устраиваются по-царски пышные приемы, по дорогам снуют дорогие «роллс-ройсы» и «кадиллаки» и где номер в отеле «Брейкер» стоит в сутки больше, чем хватило бы для пропитания в течение двух месяцев целой голодающей семье.

Нет, никакая теория «равных возможностей» не в состоянии помочь тем, кто их не имеет. Рост потребления в развитых капиталистических странах не распространяется на бедняков. Чудовищная аномалия общества, технический потенциал которого позволяет уже сегодня обеспечить материальными благами всех его членов, является естественной для капиталистической системы, носит в ее рамках непреходящий характер. Так, исследования известных американских экономистов показывают, что бедность в США вовсе не похожа на временное состояние. Она передается из поколения в поколение и не подвержена изменениям¹. За пропагандистскими вывесками «массового потребления», за «символами изобилия, за блеском полированного хрома и лесом телевизионных антенн кроются симптомы кризиса, все большего загнивания и распада»².

Необходимо добавить, что не только массы обездоленных, но и сравнительно зажиточные слои «среднего класса», наиболее склонного предаваться иллюзиям потребительства, нередко оказываются у разбитого корыта из-за повторяющихся экономических кризисов.

Еще «великая депрессия» 30-х годов показала, что многие весьма высокооплачиваемые и занимающие руководящие посты служащие и интеллигенты, оставшись без работы, попадают в разряд бедняков. Более того, «многие из тех, — приходит к заключению профессор

¹ T. Gladwin. *Poverty USA*, Boston, 1967; B. Seligman (ed.) *Aspects of Poverty*. New York, 1969.

² «New Program of the Communist Party USA», p. 10.

Ф. Ландберг, — кто никогда не терял работу, часто обнаруживают, столкнувшись с необходимостью длительного лечения или аналогичными тяжелыми обстоятельствами, что они столь же беспомощны, как и бродячие попрошайки»¹. Последний экономический кризис, потрясший капиталистический мир, со всей очевидностью продемонстрировал это. По мере того как все выше поднимались волны безработицы, за воротами заводов и компаний оказывалось все больше высококвалифицированных рабочих, инженеров, даже управляющих. Вместе с ростом дороговизны жизни все туже затягивал пояса и «средний класс», экономя на самом необходимом.

Утверждения апологетов капитализма о мифическом высоком уровне жизни в развитых странах Запада основываются на валовом потреблении, которое хотя и очень неравномерно, но растет. Стоит, однако, слегка соскоблить позолоту, в которую пытаются обрядить «общество потребления» его адепты, как под ней обнаруживается довольно грубая и малопривлекательная подделка. «Изобилие для всех» потрясает своей односторонностью и никак не касается миллионов граждан. Среди тех, для кого оно все-таки перестает быть лишь пустым звуком, преобладающее большинство получает крохи с барского стола (по данным журнала «Форчун», чуть более полутора процентов населения Соединенных Штатов распоряжается почти третью всех материальных богатств страны). Далее, как мы видели, даже эти крохи состоят в значительной мере из навязанных человеку вещей и услуг, нужда в которых не имеет ничего общего с подлинными человеческими потребностями. В вещах же и услугах нужных и полезных нередко извращается или их функция (вещь для престижа), или форма потребления (есть стиральная машина, но нет водопровода; есть холодильник, но не-

¹ Ф. Ландберг. Богачи и сверхбогачи, с. 45.

чего в него класть), или то и другое вместе. Остается в силе отмеченное многими буржуазными социологами искривление структуры потребления, когда часть рабочих и служащих, имея в личном пользовании дорогие вещи, которые призваны символизировать их высокий достаток (автомобили, моторные лодки, цветные телевизоры), в то же время жестко экономят на питании; когда ради покупки автомобиля в жертву приносятся жилищные условия, образование детей и другие насущные нужды.

Глашатаи «общества потребления» старательно умалчивают о том, что при капитализме потребление массы людей постоянно отстает от тех возможностей, какие открывают достигнутый уровень развития производительных сил, научно-техническая революция. Хотя путем тяжелой борьбы и забастовок трудящимся удается добиться роста заработной платы (в скобках заметим, что рост цен съедает львиную долю этой прибавки), поляризация общественного богатства продолжается. «Реальная покупательная способность средней американской рабочей семьи, — заявил, например, сенатор Губерт Хэмфри в 1973 году, — сегодня ниже, чем была год назад, в то время как управленческая верхушка увеличила свои оклады в среднем на 13,5 процента, а некоторые руководители корпораций увеличили свои оклады более чем на 200 процентов». Поскольку темпы повышения производительности труда и прибылей монополий обгоняют темпы роста заработной платы, то и доля рабочих в производимом ими продукте становится все меньшей.

Нужно особенно подчеркнуть, что недопотребление часто проявляет себя не только относительно, но и абсолютно. Беднейшая часть населения капиталистических стран вынуждена теперь тратить больше на продукты питания, одежду и услуги, стоимость которых обгоняет общий рост уровня цен. Поэтому бедные становятся еще беднее. Даже значительно лучше обеспе-

ченной прослойке людей «со скромными доходами» приходится, по свидетельству известных американских социологов Р. Харриса и А. Таунсенда, обходиться без многого, что в средних семьях считается предметами первой необходимости.

Те классовые и социальные различия, которые выступают при сопоставлении расходов на предметы длительного пользования (скажем, дома или автомобиля¹), распространяются и на все формы потребления вообще, включая отдых, образование, культуру. Одним из худших последствий отчуждения труда и перераспределения общественного богатства в пользу имущих является то, что правящие классы, удовлетворяя свои желания и потребности, обкрадывают трудящихся как материально, так и духовно. Капитализм порождает то особое обнищание масс, которое выражается не только в утрате *возможности* пользоваться богатствами, отнятыми у них и присвоенными элитой, но и в утрате *способности* наслаждаться богатствами, которые сами по себе общедоступны, как общедоступно, например, чтение книги или посещение музея.

Атмосфера «сладкой жизни» и неблагодарный труд, материальное изобилие и нужда, доступ ко всем богатствам культуры и отчуждение от самой способности наслаждаться культурой — вот два имманентных полюса капитализма. В «обществе потребления» они только закамouflированы обезличенными данными о суммарном национальном продукте.

¹ Читатели уже имели возможность познакомиться с той извращенной изобретательностью, которую проявляют богачи при сооружении своих особняков и которая преследует цель установить социальную дистанцию между владельцами роскошных хором и «толпой». Ту же роль отводят толстосумы своим автомобилям, часть которых производится по индивидуальным заказам в Лос-Анджелесе. Один такой лимузин с позолоченными бамперами, со стеклами, через которые снаружи ничего не видно, с сиденьями, обшитыми персидскими коврами, с холодильниками и стереофоническими радиоприемниками стоит столько же, сколько месячный запас малолитражек у какого-нибудь солидного автоторговца.

Утонченность, Когда одни предста-
рождающая дикость вители «общества по-
требления» бесятся с жи-

ру, а другие вынуждены в буквальном смысле вести борьбу за свое биологическое существование, не помышляя ни о чем другом, кроме как об удовлетворении первичных потребностей в пище, одежде, крыше над головой, — противоположность двух полюсов потребления выступает в обнаженной форме. Однако крайние проявления пауперизма в индустриальных капиталистических странах (кстати, резко увеличивающиеся в периоды экономических кризисов) не кажутся на первый взгляд столь уж кричащими на фоне некоторого среднего достатка значительных слоев населения. Довольно высокая зарплата, благоустроенная квартира, автомобиль, оплачиваемый отпуск — все эти блага доступны в «обществе потребления» не только так называемым «белым воротничкам» — специалистам и служащим, но и имеющим работу квалифицированным рабочим. Тут действует своеобразное, почти парадоксальное сложение сил: экономические завоевания трудящихся, являющиеся результатом их забастовочной борьбы против монополий, до определенных пределов необходимы самим монополиям, прибыли которых все больше зависят от полноты и качества воспроизводства рабочей силы и от покупательной способности населения.

Зафиксированное в стереотипном наборе материальных благ маленькое благополучие «средней семьи» на Западе представляет собой едва ли не главную козырную карту в пропагандистской игре глашатаев «цивилизации изобилия». Но эта карта, как и остальные в шулерской колоде, — крапленая. Через пропасть между двумя уровнями потребления с помощью товаров-жerdочек перекинуто несколько хлипких мостиков. Ходить по ним нельзя, зато можно убедить тех, кто на противоположной стороне, что никакой непроходимой пропасти нет и что любой при желании в состоянии приобщиться

к элите и ее потребительским стандартам. Скромная машинистка может сшить платье «точь-в-точь» как у дочери ее босса, рабочий, если поднатужится, вполне способен иметь телевизор той же марки, что и у президента компании...

Банальная истина, что простой машинистке, если только она не выйдет замуж за миллионера, никогда не жить в доме, подобном роскошным особнякам Рокфеллеров или Вандербильтов, а рабочему нипочем не заработать каким угодно упорным трудом на собственную океанскую яхту — еще не самое отвратительное в этом обмане. Разница между находящимися по обеим сторонам пропасти не только в возможностях покупать. Она в том, что одни, приобретая все, не жертвуют ничем. Другие, покупая престижные вещи, добиваясь материального комфорта, вынуждены делать это ценой отказа от духовных потребностей, от саморазвития, от действительного человеческого существования. Как и горькая нищета, подслащенное благополучие свидетельствует о неодинаковых возможностях элиты и остальных в «обществе потребления» удовлетворять свои нужды, об узурпировании привилегированным меньшинством интеллектуальных и эстетических потребностей.

Подлинно человеческое удовлетворение потребностей, дающее всю полноту наслаждения, обеспечивается лишь тогда, когда мерой их являются не те или иные предметы, а вся совокупность материального и духовного богатства, которым располагает общество. Рост общественного богатства влечет за собой рост общественных потребностей, увеличивает доступные человеку наслаждения. «Наши потребности и наслаждения, — писал Маркс, — порождаются обществом; поэтому мы прилагаем к ним общественную мерку...» Эта мерка позволила Марксу при анализе положения рабочего класса в условиях капитализма сделать следующий вывод: «Хотя доступные рабочему наслаждения возросли,

однако то общественное удовлетворение, которое они доставляют, уменьшилось по сравнению с увеличившимися наслаждениями капиталиста, которые рабочему недоступны, и вообще по сравнению с уровнем развития общества»¹. С тех пор, когда были сказаны эти слова, объем и структура потребления трудящихся в странах развитого капитализма претерпели существенные изменения. Но осталась неизменной тенденция, согласно которой при общем росте потребностей и возможностей их удовлетворения элита оставляет трудящимся все уменьшающуюся долю общественного наслаждения по сравнению с собственным потреблением и с имеющимся общественным потенциалом.

Сегодня миллионы людей на Западе отторгнуты от культуры, от того великого и прекрасного, что является продуктом духовной деятельности человека. В эпоху научно-технической революции, когда знание и интеллект предстали перед миром во всем блеске своего могущества, когда вековые надежды людей на изобилие обрели реальную основу благодаря великолепным достижениям науки, буржуазные социологи с удивлением, тревогой и злорадством пишут о разнообразных проявлениях антиинтеллектуализма в «обществе потребления». Отмечается, например, враждебное отношение малообразованных слоев населения США к так называемым «яйцеголовым» — научной и технической интеллигенции, указывается, что слово «интеллигент» зачастую употребляется здесь в насмешливом или оскорбительном смысле.

Социальная база распространения явлений антиинтеллектуализма в странах Запада чрезвычайно широка. Она охватывает и буржуазию, и трудящихся, и даже интеллигенцию. Но остается фактом, что в среде рабочих при капитализме наука нередко воспринимается как нечто чуждое. И дело тут вовсе не в «естественной»

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 6, с. 446.

неприязни масс к разуму, в будто бы их извечной примитивности, о чем так любят распинаться реакционные авторы. Недоверие, а порой и чувство враждебности к знанию и его носителям в значительной мере вызвано у трудящихся тем обстоятельством, что для них и наука и знание персонифицируются в образах людей, которые или сами являются эксплуататорами, или выступают их пособниками. Управляющий, привилегированный, образованный, компетентный — все это в антагонистическом обществе действительно слова одного ряда, в то время как противоположный им ряд образуют слова — управляемый, обездоленный, невежественный, некомпетентный.

Конечно, между властью, богатством, знанием и культурой нет прямой зависимости, в чем у нас еще будет случай убедиться. Но связь их в «обществе потребления» несомненна. Лишение представителей угнетенных классов власти и богатства оказывает непосредственное влияние на их возможность получить образование, а недостаток или отсутствие последнего ограничивает или убивает саму потребность знать. Господствующая в капиталистическом обществе элита превратила творческий, интеллектуальный труд в свою монополию. Это не значит, что трудящиеся массы вообще не допускаются к какому бы то ни было образованию. Сегодня в развитых странах Запада число людей, охваченных различными формами обучения, гораздо больше, чем два-три десятилетия назад. Некоторые буржуазные ученые сочли даже уместным говорить о «революции в образовании». Однако общественная мерка и тут помогает увидеть колоссальный разрыв между фактическим, общественно необходимым и общественно возможным образованием трудящихся в странах капитала.

Общественно возможный уровень, эквивалентный предельной образованности для данного общества и данного времени, всегда будет оставаться своего рода эталоном, которого в масштабах всего общества никог-

да нельзя будет достичь, но максимальное приближение к которому будет означать величайший шаг человечества в своем развитии. Такая задача органически входит в построение коммунизма. Ясно, что для капитализма даже постановка этого вопроса нелепа, ибо она означала бы курс на упразднение духовного господства правящих классов.

Общественно необходимым уже сейчас как при социализме, так и при капитализме является уровень образования не ниже среднего. В противном случае дальнейшее расширенное воспроизводство производительных сил (важнейшая из них сам человек) рискует в скором времени столкнуться с серьезными трудностями. Вот почему для социалистических стран всеобщее среднее образование — это практически осуществляемая мера. Она требует громадных затрат в течение длительного времени. Но все расходы в конечном счете многократно возмещаются ускоренным созданием общественного богатства.

Иное дело при капитализме. Здесь безусловно выгодное обществу в целом совсем не обязательно выгодно бизнесу. Долгосрочные «капиталовложения в человека», которые начнут окупаться только через много лет и конечный результат которых — высококвалифицированный работник, — может быть всегда перекуплен конкурентами, претят узкому меркантилизму корпораций. Поэтому они предпочитают пользоваться услугами уже готовых специалистов, ничего не вкладывая в их обучение¹. Собственные же их усилия ограничиваются передачей трудящимся посредством организации краткосрочных курсов лишь того до предела ограниченного минимума знаний, который в состоянии быстро и непосредственно повлиять на увеличение прибылей. Этот

¹ Это подтверждает так называемая «утечка умов» — вывоз монополиями Запада специалистов и ученых из-за рубежа, в частности из слаборазвитых стран, что причиняет значительный ущерб их экономическому и культурному развитию.

эрзац образования не переступает грани, за которой только и могут возникнуть у человека органы и чувства, открывающие индивиду неисчислимые богатства человеческого духа, делающие доступными ему сокровища тысячелетней мировой культуры.

У большинства населения капиталистического мира отнята радость приобщения к прекрасному. Именно этой, а не иной причиной объясняется столь широко распространенное в «обществе потребления» равнодушие трудящихся к искусству, к подлинной культуре, даже когда те отражают их собственную жизнь, их мысли и чувства. Идеологи буржуазии пытаются «теоретически» обосновать деление культуры на высокую — для элиты и низкопробную — для масс. Американский философ Джордж Сантаяна, разработавший в ряде своих работ концепцию аристократического государства элиты, утверждает: «Культура находится в затруднительном положении: если она глубока и благородна, она должна оставаться редкой, если она распространена, то должна быть посредственной»¹.

Массовость и ценность в искусстве провозглашаются принципиально несовместимыми. Это положение, в частности, служит для оправдания широкого распространения на Западе «массовой культуры», китча — потока халтуры, захлестнувшего книжный рынок, театральные подмостки, кино- и телеэкраны. Еще реакционнейший философ Ницше придерживался мнения, что сам факт популярности тех или иных книг среди «плебеев» свидетельствует о том, что это «дурно пахнущие книги». Вслед за ним современные поборники элитаризма представляют дело таким образом, будто именно фатальная неспособность трудящихся понять и оценить подлинные культурные ценности стимулировала расцвет «маскульта», будто низкий уровень художественной продукции является обязательным условием ее успеха в народе.

¹ Цит. по: Г. К. Ашин. Доктрина массового общества. М., 1971, с. 167.

Получается, что в низкопробности культуры для масс сами массы и виноваты.

Что ж, художественные вкусы и потребности угнетенных классов капиталистического общества действительно остаются неразвитыми. Социологи Запада, безусловно, правы, отмечая это обстоятельство. Но там, где буржуазная ограниченность или цинизм усматривают лишь следствие целиком выдуманного интеллектуального и эстетического «убожества толпы», на самом деле совершается грандиозная трагедия насильственной изоляции миллионов людей от большой культуры. «Общество потребления» точно так же, как оно оставляет трудящимся псевдообразование вместо образования, подсовывает им псевдокультуру вместо культуры.

Конечно, совершенно неправильно сводить всю современную западную культуру, как это делают многие буржуазные авторы, только к «массовой» и элитарной. И в капиталистическом обществе живет культура истинно народная, соединяющая в себе гуманистическое и демократическое содержание с высокой художественностью. Параллельно с китчем существует фольклор, одновременно с пошлой кинопродукцией выпускаются фильмы крупных режиссеров, телевидение показывает не только «мыльные оперы», но и концерты симфонической музыки, издательства поставляют на книжный рынок вместе с потоком макулатуры произведения Достоевского, Фолкнера, Хемингуэя. Рядом с представителями реакционного модернизма и изготовителями халтуры творят сегодня многие выдающиеся, отстаивающие революционные идеалы мастера культуры.

Неверно также было бы не видеть, что «массовой культуре» отнюдь не удалось и никогда не удастся завладеть общественным сознанием в той мере, в какой этого хотелось бы правящей верхушке «общества потребления». Политическая и экономическая борьба трудящихся, неконформистские выступления представите-

лей левой интеллигенции и студенчества, передовое, реалистическое искусство, неистребимое эстетическое самосознание народных масс обращены против господствующей буржуазной культуры — все равно «массовой» или снобистски-элитарной. В признании этих моментов заключается основное отличие марксистской критики «массовой культуры» от буржуазной, которая приписывает наступлению китча всеобщий и необратимый характер.

Вместе с тем нельзя игнорировать и тот факт, что капиталистическая элита, заинтересованная в мифологизации человеческого бытия, в отчуждении народа от культуры и художника от народа, всячески тормозит развитие прогрессивных тенденций в духовной жизни общества. С помощью принадлежащего ей аппарата обработки и формирования массового сознания она делает процесс высвобождения людей из-под влияния суррогатов культуры чрезвычайно противоречивым, сложным и длительным. Хотя вульгарная, примитивная, сугубо развлекательная «массовая культура» не является в действительности собственной культурой масс, ей отдает сегодня предпочтение большинство населения в странах капитала.

Подобно грубым и жестоким зрелищам на аренах Древнего Рима, навязываемый миллионам трудящихся культурный ширпотреб служит наркотическим средством, призванным заглушить их реальные жизненные невзгоды, является орудием духовного и политического господства монополий. К этому следует добавить, что антихудожественная коммерческая продукция, деформирующая чувства и сознание людей, приносит громадные прибыли бизнесу, наладившему ее конвейерное производство.

В отличие от трудящихся масс духовное потребление власть имущих капиталистического мира не ограничено ни их социальным положением, ни финансовыми возможностями, ни образованием, ни воспитанием.

«Высшая каста» в полном объеме и ассортименте может вкушать плоды, которые к ее услугам предлагают сначала лучшие закрытые школы и лучшие учителя, потом лучшие университеты. Она без всяких помех может отдаваться высокоинтеллектуальной творческой деятельности, что, впрочем, нисколько не мешает многим ее представителям вести паразитическую жизнь (для общества одинаково бесполезны как откровенная праздность, так и напряженное духовное саморазвитие выключенных из общественно значимого труда аристократов).

Таким образом, как и во всей предшествующей классово-антагонистической истории, потребности и их структура образуют в «обществе потребления» два диаметрально противоположных ряда: для привилегированного меньшинства и остальных. Сегодняшняя западная «цивилизация» обнаруживает непреходящий характер отмеченной Марксом тенденции, согласно которой «утонченность потребностей и средств для их удовлетворения, имеющая место на одной стороне, порождает на другой стороне скотское одичание, полнейшее, грубое, абстрактное упрощение потребностей или, лучше сказать, только воспроизводит самое себя в своем противоположном значении»¹.

Было бы, разумеется, неверным считать, что господствующую в «обществе потребления» элиту составляют только высокообразованные интеллектуалы и что невежество безраздельно царит за пределами касты «избранных». Но неотесанность, безразличное и даже враждебное отношение к науке и культуре отдельных представителей эксплуататорского класса ничего не меняет в том факте, что все-таки этот класс является монополистом средств и возможностей, а следовательно, и способностей, удовлетворять общественно доступные духовные потребности. Буржуазная интеллигенция, кото-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 129.

рая и создает и широко потребляет духовные ценности, по большей части или сама входит в капиталистическую элиту, или же находится у нее на службе. Это справедливо даже в отношении демократически и критически настроенных представителей западной интеллигенции, подтверждением чего может служить, например, горькое признание Ж.-П. Сартра о положении деятелей культуры в странах капитала: «Мы имеем право доступа к массам только в том случае, если мы понравимся господствующей элите»¹.

Вместе с тем несомненным является и то, что утонченные и изысканные наслаждения правящего класса, доставшиеся ему ценой грубого упрощения их на другом полюсе, в свою очередь, подвергаются неизбежной деформации. Обкрадывая народ материально и духовно, отчуждая его от ценностей, подлинным творцом и хранителем которых он является, эксплуататорская элита сама не в силах избежать отчуждения. Только «все то, что у рабочего выступает как *деятельность отчуждения*, у не-рабочего выступает как *состояние отчуждения*» (Маркс).

Механизм такой метаморфозы предопределен положением буржуазии в капиталистическом производстве, цель которого состоит в извлечении прибавочной стоимости. Любой производимый здесь продукт является товаром и ценен именно в качестве такового, то есть за него можно выручить определенную сумму денег. При этом капиталисту глубоко безразличны особенности производимой вещи, взятые безотносительно к ее стоимости. Такое отношение распространяется на все ценности вообще, в том числе и духовные. Жажда наживы приводит к общему денежному знаменателю предлагаемые хозяйкам новейшие моющие средства и превращенный в товар талант ученого, жевательную резинку и живопись импрессионистов. Отмечая, например, страсть

¹ «Иностранная литература», 1963, № 11, с. 243.

американских миллионеров к коллекционированию произведений искусства и их тщеславное отношение к себе как к преемникам меценатов эпохи Возрождения, Ф. Ландберг резонно замечает, что если в ту пору «князя, а затем и короли субсидировали художников; то американские богачи обычно только набивают цены на произведения искусства, созданные в прошлом. В целом... интерес к искусству американских магнатов, как правило, скорее торговцев и коллекционеров, чем покровителей искусств... Художественные наклонности большинства богачей рассматриваются в их собственном кругу в основном как меркантильные побуждения»¹.

Некоторые буржуазные авторы, являющиеся очевидцами все более заметной духовной деградации правящей верхушки Запада, склонны винить во всем «вульгарную массу», которая поставляет в ряды элиты «парвеню» — разбогатевших выскочек, не отличающихся высокой культурой, сохранивших примитивные вкусы «толпы» и сломавших перегородки между элитарной и «массовой» культурой. Естественно, что негодование аристократических плакальщиков совершенно не затрагивает тех, кто веками «заботился» о том, чтобы вульгаризировать и опошлить вкусы массы, которую сегодня буржуазные радетели об интеллектуальной утонченности с барским снобизмом третируют. Гораздо ближе к истине такие критики антиинтеллектуализма, как, скажем, американские социологи Д. Макдональд или М. Харрингтон. Последний в книге «Случайный век» пишет: «В целях сохранения прибылей и власти элита развращает массы, но и сама тоже развращается массами, так как для обеспечения своего господства над ними она создает неполноценную культуру. Результатом этой диалектики является упадок всего общества»². Бумеранг духовного опустошения поражает в

¹ Ф. Ландберг. Богачи и сверхбогачи, с. 629.

² М. Harrington. The Accidental Century. N. Y., 1965, p. 229.

конечном счете и того, кто его запустил, — господствующий класс.

Ф. Ландберг, который за долгие годы изучил сотни родословных воротил большого бизнеса в США, досконально знает биографии и личные характеристики многих из них, приходит к любопытным выводам. «Если говорить о типе американского богача в целом, — констатирует он, — следует отметить, что как новый, так и старый богач обычно является фанатиком, несклонным к высоким размышлениям... Он чаще необразован, чем образован, неначитан и, как правило, имеет весьма наивное представление о мире и о своей роли в нем. Человек действия, он целиком поглощен одним и тем же бесконечным процессом стяжательства. Он просто не представляет, чем еще можно заниматься... Не известен ни один случай, чтобы американский богач взял на себя миссию, отвечающую интересам человечества»¹. Согласно Ландбергу образование в США нередко оказывается даже серьезной помехой для тех, кто пытается нажить состояние, ибо у образованного человека появляется щепетильность, совершенно неуместная в погоне за деньгами. (В этом плане такая одиозная фигура, как Г. Хант, миллиардер с четырехклассным образованием, доморощенный философ, подаривший миру бессмертное изречение «Все, что я делаю, я делаю ради выгоды», далеко не исключение.)

Буржуазия по мере закрепления за капиталом критерия достоинства человека и по мере перепоручения ею функций организации и управления производством так называемым менеджерам — технически образованным администраторам все меньше нуждалась в собственном образовании. Не мудрено, что убывание в ее потребностях духовного, творческого начала сделало уделом значительной части правящего класса ничтожное растительное существование, обрекло ее на томящую, опустошающую интеллектуально и морально ску-

¹ Ф. Ландберг. Богачи и сверхбогачи, с. 142.

ку. Один из очень немногих действительно блестяще образованных американских мультимиллионеров, талантливый геолог, геофизик и историк, собиратель редких книг, оставивший свои бесценные коллекции различным университетам, член Национальной академии наук Эверетт де Гольер как-то заметил о своих коллегах нефтепромышленниках, что талант наживать деньги может означать отсутствие таланта вести полезную жизнь. В «обществе потребления» отсутствие последнего является типичной болезнью всего правящего класса.

Поэтому особенно смехотворными выглядят попытки массовой буржуазной пропаганды и ряда ученых мужей представить никчемных расточителей общественного богатства, которого могло бы хватить на многие человеческие жизни, такими страдальцами, вынужденными терпеть гораздо большие невзгоды, чем миллионы обездоленных. Высмеивая тех, кто готов лить слезы о де-нежных тузах, вместо счастья обнаруживающих на вершинах социальной лестницы печальную пустоту, прогрессивный американский социолог Райт Миллс в книге «Властвующая элита» спрашивал: «Если те, кто выигрывает... «несчастливы», то что же сказать о людях проигрывающих?» И сам же с горькой иронией отвечал: «Мы просто обязаны верить, что американские богачи счастливы, иначе должна поколебаться наша уверенность в общей направленности жизни в Америке, ибо из всех возможных ценностей человеческого общества одна, и только одна, является подлинно наивысшей, подлинно универсальной, подлинно здоровой, подлинно приемлемой целью человека в Америке. Эта цель — деньги, и пусть проигравшие не стараются убедить нас, что «выиграл зелен»!» Миллс разоблачает действительную подоплеку мифа о грустном уделе богачей, созданного для того, чтобы люди, лишенные в капиталистическом обществе всего, легче могли примириться с этим фактом.

Но, отдавая себе отчет в пропагандистском характе-

ре жалостливой истории о толстосуме-горемыке, следует иметь в виду, что настоящего человеческого счастья правящий класс, присваивающий плоды чужого труда, в самом деле лишен. Подлая иллюзия, будто необузданное непроизводительное потребление горстки эксплуататоров обуславливает труд, а тем самым и существование производителей жизненных благ, ведет, по словам Маркса, к тому, что «осуществление человеческих *сущностных сил* мыслится только как осуществление чудовищных прихотей и странных, фантастических причуд. Но, с другой стороны, богатство рассматривается всего лишь как средство и как нечто заслуживающее только уничтожения. Поэтому наслаждающийся богатством в одно и то же время и раб и господин своего богатства...»¹. Он господин, потому что, несмотря на свои ничтожные личные достижения, купается в роскоши, безвозмездно присваивает несоразмерно большую часть общественного богатства, созданного не его руками, пользуется монопольным правом на все доступные обществу материальные и духовные блага. Но он же, отнявший все это у других, сам теряет себя в вещах, в ценностях, которые господствуют над ним.

Капиталистическая частная собственность по своей природе не способна вывести потребление и потребности за рамки непосредственного, одностороннего, эгоистического обладания, заменяющего собой все человеческие чувства и свойства. Она не в состоянии поставить громадные материальные и духовные ценности, имеющиеся сегодня в распоряжении человечества, на службу людям. «Общество потребления» доказывает это беспримерным расхищением труда и природных ресурсов, отстранением абсолютного большинства населения от возможности пользоваться совокупным общественным достоянием и иметь «богатую *человеческую* потребность», духовной деградацией правящей элиты.

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 137.

ДАРЫ ПАНДОРЫ

Компрачи́косы XX века

По мере распространения в странах Запада потребительских тенденций для их правящих кругов все очевидней становилась не только экономическая, но также *идеологическая* и *политическая* роль культа потребления. Защитников капитализма прельщала возможность использовать потребление как средство духовного подавления масс, их приспособления к буржуазному образу жизни, как ударную силу против коммунистической идеологии.

Читатель не раз уже имел случай убедиться, какую поистине чудовищную власть над людьми возымели в «обществе потребления» приобретательские стандарты. Завладевая душой человека, они шаг за шагом подчиняют себе его желания, чувства, поведение, образ мыслей. Такое подчинение особенно коварно, потому что носит большей частью подсознательный, иррациональный характер. Покупной, овеществленный престиж связан с определенной психической реакцией — чувством успеха, ощущением равенства с соседями или возвышения над ними, удовлетворением по поводу того, что кто-то тебе завидует. И поскольку потребление — это удовлетворение психических запросов, а не запросов разума, то жертва «общества потребления» превосходно поддается управлению посредством воздействия на психику, в обход рациональных критических оценок. Поведение человека является как бы добровольным и независимым откликом на вызванное извне душевное движение, у него отсутствует ощущение или мысль о том, что его подвергают принуждению.

С помощью запрограммированной подмены потребления потребительством, вытеснения разумного акта подсознательной реакцией правящая элита стремится осуществить свою заветную цель — превратить основную массу населения в пассивный объект управления. Такая классовая политика не является бесплодной. Как явствует из опубликованных в США данных, не более 15 процентов взрослых американцев интересуются международными проблемами, да и те располагают лишь поверхностными сведениями или знают об одной-двух проблемах из того множества, которые характеризуют сегодняшнюю жизнь планеты. Даже в моменты международных кризисов четверть всего американского населения остается совершенно безучастной к происходящим событиям. И не случайно в опросах общественного мнения о положении в стране и в мире так часты ответы: «не знаю», «не имею точки зрения по этому вопросу», «меня это не касается»...¹

Закладывая свою душу за вещи, за выраженный потребительскими символами «успех», человек утрачивает интерес к нуждам других людей, становится обывателем, исповедующим идеал личного материального довольства и сытости. В самом деле, рассуждает он, зачем ввязываться в неприятности, ломать голову над причинами безработицы, расовой дискриминации, инфляции, разрушения окружающей среды? Разве не спокойнее держаться в стороне от всяких проблем и пользоваться возможностью купить на распродаже подержанный автомобиль, приобрести в рассрочку коттедж, смотреть по телевизору бейсбольные матчи, щекотать нервы гангстерскими фильмами и, не затрачивая никаких умственных усилий, просматривать на досуге комиксы? Не лучше ли предоставить заворачивать дела тем, кто сидит наверху, а за собой оставить право

¹ См.: «США — экономика, политика, идеология», 1974, № 8, с. 20.

веселиться, наживать барахло, создавать уют и чувствовать себя счастливым?

И он покорно ждет более полной и лучшей заботы о своих примитивных интересах со стороны управителей — корпораций и капиталистического государства, отпускающих блага. Вместе с общественной инициативой он утрачивает и «богатую человеческую потребность», способность к саморазвитию, желание быть полезным другим людям. Такая жизнь изолированных друг от друга и социально инертных индивидов неизбежно порождает у них чувство бессилия, заставляет слепо подчиняться тем шаблонам поведения и мышления, которые формирует и предписывает им официальная пропаганда. Поверив в иллюзии, которые воплощает в себе массовая продукция, человек все надежды связывает с тем, что счастье поступит в продажу аккуратно расфасованным и каждый купит его столько, сколько в состоянии будет оплатить. Понятие счастья отождествляется исключительно с пассивным потреблением, но не с активной деятельностью.

Пассивность во всех сферах жизни, за исключением узеньких рамок мещански понятого благополучия, отказ от собственного участия в решении социальных и политических проблем — типичный признак тех, кто попал в капкан потребительства. По справедливому замечанию западногерманского профессора Э. Кюнга, в «обществе потребления» у людей развивается убеждение в том, что «блага должны прийти извне, и потому едва ли требуются собственные усилия для устранения недостатков»¹. Подобно средневековым изуверам компрачикосам, калечившим тела людей, чтобы затем выгодно продать их в качестве балаганных шутов, современное «общество потребления» уродует человеческие души, которые оптом покупаются индустрией вещей и индустрией досуга.

¹ E. K ü n g. Wohlstand und Wohlfahrt. Von der Konsumgesellschaft zur Kulturgesellschaft. Tübingen, 1972, S. 147,

Духовная эрозия может, правда, сопровождаться в известных случаях и повышением социальной активности потребителя, который, с одной стороны, совершенно беспомощен перед всевластием монополий и анархией капиталистического рынка, а с другой — до ужаса боится потерять свою «премию раба», свой по вещичке сколоченный достаток. Шаткость его положения, особенно очевидная в периоды экономического спада и кризисов, толкает подчас «взбесившегося» обывателя в стан махровой реакции, обещающей установить «закон и порядок». В Соединенных Штатах Америки именно обыватель составляет костяк таких ультраправых организаций, как ку-клукс-клан, «Общество Джона Бэрча», «Минитмены», «Американский легион» и т. д. И остается фактом, что заявления фашиствующего алабамского губернатора Джорджа Уоллеса о необходимости «навести порядок», «прижать негров и коммунистов», отнять власть у «гнилой интеллигенции» и передать ее «простому народу» пользуются поддержкой не только лавочников и мелких служащих, но встречают также сочувствие у части обманутых демагогией и отравленных ядом потребительства американских фермеров и рабочих.

Уяснение истинной направленности той энергии и изобретательности, с какой заправила «общества потребления» и их идеологические приказчики завораживают доверчивую публику приманками «цивилизации изобилия», развеивает в прах миф о бескорыстной благодетельности капиталистической элиты. Да, господствующему классу буржуазного общества необходим потребитель, в голове которого все острее противоречия окружающей действительности примирились бы в доступном удовольствии покупать товары и развлечения. Монополии заинтересованы в людях, склонных наблюдать за текущей политикой по телевизору, вместо того чтобы оказывать личное влияние на происходящие события. Правящей верхушке нужна покорная масса

производителей и покупателей, лишенная желания мыслить и потребности действовать, которая довольствовалась бы тем же, в чем находили радость оболваненные аристократами толпы древнеримских плебеев и люмпенов, требовавших «хлеба и зрелищ».

Тщательно маскируемый классовый смысл потребительства состоит в том, что, разобщая людей на замкнутые мирки эгоистического и иллюзорного благополучия, потребительская психология оказывает в то же время определенное цементирующее действие на капиталистическое общество в целом. Она вносит в него элемент своеобразного единения, превращает массу потребителей в стандартизированную, конформистски настроенную «одинокую толпу», в ущербное «молчаливое большинство». Отдельные индивиды, как унифицированные детали, надежно укладываются в гигантский механизм духовного конструирования, который создала в целях самосохранения капиталистическая система.

Однако со стороны «общества потребления» было бы явно преждевременно торжествовать победу. Наибольшую угрозу для него представляет рост интеллектуальных и социальных запросов трудящихся по мере того, как удовлетворяется часть их материальных нужд. Проявляется сопутствующий росту производительных сил закон возвышения потребностей, сформулированный в работах основоположников научного коммунизма. Тенденция его такова, что при количественном увеличении потребностей происходит их качественное изменение вопреки тому, что господствующий класс, монополизировавший сферу интеллектуальной деятельности, сдерживает этот процесс. Все больше активизируется классовая борьба в странах капитала, растет интерес к идеям марксизма-ленинизма, формируется прогрессивное общественное мнение, вступающее в противоречие с оценками и установками официальной буржуазной пропаганды.

Рост массового самосознания, являющийся след-

ствием ускорения темпов мирового общественного развития, обнажает всю враждебность «общества потребления» развитию человеческой личности. Недаром ведь, отмечая это обстоятельство, известный апологет государственно-монополистического капитализма, директор Института исследований по вопросам международных отношений при Колумбийском университете в Нью-Йорке З. Бжезинский предупреждает: «...Хотя подобный ход вещей и является индивидуально обогащающим, существует опасность, что он может подорвать прочность либеральной демократии. Вполне вероятно, что интеллектуальное смятение и политический разлад, не говоря уже о простом чувстве неуверенности, будут стимулировать поиски внешних источников стабильности, поиски, способные либо вылиться в форму репрессий, либо привести к облечению доверием какой-нибудь властной личности»¹.

Ясно, что, выбирая между «прочностью либеральной демократии», под коей Бжезинский разумеет прочность капиталистического строя, и «смятением» умов, американский социолог отдает предпочтение первому, пытаясь за негативными эвфемизмами скрыть страх буржуа перед стремлением людей понять свои подлинные интересы, перед всяким проявлением классовой борьбы, а также перед теми, кто мог бы возглавить движение масс за социальное освобождение. Отсюда стремление правящей верхушки Запада направить энергию трудящихся, молодого поколения к иным целям, которые не подвергали бы риску капиталистическое статус-кво и могли бы служить мощным заслоном пробуждению политической активности, превентивным средством против любых революционных потрясений.

И не мудрено, что среди этих целей наибольшие надежды буржуазия возлагает сегодня на культ потребления. Причем ее замыслы простираются гораздо даль-

¹ Z. Brzezinski. Between Two Ages. America's Role in the Technotronic Era. N. Y., 1970, p. 118.

ше собственного «дома». Подобно тому как внешняя политика продолжает политику внутреннюю, так и ориентированная на социалистические страны буржуазная пропаганда продолжает задачу, которую она выполняет внутри капиталистического мира.

Проповедь потребительства занимает все большее место в идеологических диверсиях Запада против социалистических государств. Опыт околпачивания масс, накопленный на «внутреннем фронте», буржуазная машина духовного подавления стремится использовать для осуществления внешнеполитических планов мирового капитализма. Появились на свет даже «теоретические» обоснования этой пропагандистской деятельности. Некоторые буржуазные идеологи выдвинули тезис о мнимой несовместимости коммунистических ценностей с повышением жизненного уровня людей. В свое время такую точку зрения отстаивал небезызвестный «сокрушитель марксизма» У. Ростоу, который выразил надежду, что «коммунизм увянет в эру высокого массового потребления»¹. Этот постулат имеет широкое хождение и по сей день. Например, другой американский автор, А. Улэм, в книге «Соперники. Америка и Россия после второй мировой войны» пытается убедить своих читателей в том, что «именно коммунизм страдает от непреодолимых внутренних противоречий; он не в состоянии повысить уровень благосостояния народа, не вызывая требований еще большей... зажиточности»².

В ряде работ настойчиво доказывается мысль о якобы совершающейся «трансформации» советского строя и вообще социализма в сторону принятия ими ценностей потребительского практицизма. В упоминавшейся ранее книге «Грядущее. Размышления о семидесятых и восьмидесятых годах» Г. Кан и Б. Брюс-Бриггс утверж-

¹ W. Rostow. The Stages of Economic Growth. A Non-communist Manifesto. Cambridge, 1960, p. 135.

² A. Ullam. The Rivals. America and Russia since World War II. N. Y., 1971, p. 394.

дают, что во внутренней политике Советского Союза в большей мере делается ставка на улучшение материальных условий жизни по буржуазному образцу, чем на моральные факторы равенства и справедливости. О том же рассуждает и З. Бжезинский. «В советском обществе, — пишет он, — больше не происходит революционных перемен... вместо этого оно, по-видимому, просто стремится достичь более высоких потребительских стандартов капиталистического Запада»¹.

Наряду с подобными высказываниями в последнее время появились и другие, тон которых может показаться неискушенному читателю даже беспристрастным. Так, в вышедшей в США в конце 1973 года книге адъюнкт-профессора социологии Массачусетского университета П. Холландера «Советское и американское общества. Сравнительный анализ» вы не встретите ни грубых нападок на коммунизм, ни апокалипсических пророчеств, предрекающих неминуемую гибель социализма под напором повышающегося благосостояния. Автор как будто ничего не имеет против укрепления советской экономики. Он даже заверяет, что «с американской точки зрения такая перспектива желательна (за исключением военной области)»².

Было бы, однако, заблуждением не видеть преемственности между тем, что говорилось буржуазными идеологами прежде и что говорят они сейчас. Изменения коснулись скорее стиля, способа выражения мыслей, нежели их существа. Представление об истинном назначении «благожелательности» Холландера дают его собственные признания. Воздав в заключительной части своей работы должное политической стабильности СССР и слегка посетовав на недостаточно высокий, по его мнению, уровень потребительских запросов советских людей, автор пускается в глубокомысленные рассуждения. «С точки зрения психологии, — теоретизи-

¹ Z. Brzezinski. *Between Two Ages*. p. 138.

² P. Hollander. *Soviet and American Society. A Comparison*. p. 21.

рует он, — люди на более низком уровне жизни обла- дают наивысшей способностью к сохранению лояль- ности». И только тогда, когда этот уровень повысится, «скромные ожидания... выйдут из-под контроля и начнут причинять неприятности политического или эконо- мического характера»¹. Все, как говорится, встает на свои места. Рост благосостояния в нашей стране американ- ский социолог готов приветствовать лишь в качестве предварительного условия, после чего, если верить ему, должна начаться эрозия советского политического и экономического строя.

И тем не менее книга Холландера при всей своей антикоммунистической неоригинальности весьма сим- томатична. Автор ее избегает прямых идеологических нападков и за редким исключением сам не делает выво- дов политического характера, предоставляя это своим читателям. Такая переориентация отражает не только изменения в международной обстановке, поворот от «холодной войны» к разрядке напряженности, но и ве- дущийся западной пропагандой поиск направлений и методов, которые бы позволили ей компенсировать по- стоянную утрату позиций в идеологическом противобор- стве с социализмом. Повышенное внимание буржуазных теоретиков и практиков «психологической войны» к про- поведи культа потребления подтверждает это. Кажу- щаяся аполитичность и «деидеологизированность» на- саждения потребительства воскрешает их надежды притупить критическое восприятие подсовываемого ими идеологического товара. Будучи не в силах взять ба- стионы коммунистических убеждений штурмом, они пы- таются открыть крепостные ворота изнутри. Причем се- бе в союзники идеологи и пропагандисты Запада хоте- ли бы записать даже реальное достижение социалисти- ческих государств — происходящий в них быстрый рост уровня жизни населения.

¹ P. Hollander. Soviet and American Society. A Comparison. p. 390.

крупнейшего американского авторитета в области массовых коммуникаций Роберта Мертон «Социальная теория и социальная структура» специальная глава, в написании которой принял участие Пол Лазарсфельд, посвящена радио- и кинопропаганде. В ней, в частности, речь идет о так называемой «пропаганде фактов». Отмечая гораздо большую эффективность этого рода идеологического воздействия по сравнению с «громкими призывами» и «прямым увещанием», авторы обращают внимание на такое его качество, как способность сохранять у слушателя и зрителя ощущение автономии, добровольности принятого в результате просмотра или прослушивания решения. Они сравнивают «пропаганду фактов» с методами, используемыми в школьном обучении, когда «учитель не предписывает, что дети должны делать и во что верить, а преимущественно создает ситуации, которые побуждают их самих прийти к поведению и взглядам, желательным учителю»¹.

«Пропаганда фактов» Мертон и Лазарсфельда, явившаяся попыткой теоретического осмысления опыта военной пропаганды, ее уроков и находок, дала толчок практическому применению открытых ею истин уже в мирное время. Буржуазных пропагандистов прежде всего привлекли манипулятивные возможности ненавязчивого по форме внушения, которое позволяло усилить давление на сознание масс в интересах правящего класса, усовершенствовать технику обработки общественного мнения. Особенно пришелся кстати этот метод, когда западные радиостанции стали делать упор в своих вторжениях в эфир социалистических стран на внедрение потребительских установок.

Сегодня в традиционном для буржуазной пропаган-

¹ R. Merton. Social Theory and Social Structure. N. Y., 1968, p. 581.

ды восхвалении западного образа жизни акценты все больше смещаются на темы обилия потребительских товаров, разнообразия и доступности всевозможных услуг и форм проведения досуга. Пропаганда потребительства имеет целью вызвать зависть потенциальной аудитории к капиталистическому «изобилию», породить неудовлетворенность социалистической действительностью, расшатать марксистско-ленинское мировоззрение. Причем все это делается под маской вкрадчивой благожелательности, показной сдержанности, мнимо беспристрастной констатации «фактов», не сопровождаемых часто никаким комментарием.

Какова же рецептура блюд и приправ, которые готовятся на «кухнях» «Голоса Америки», британской радиовещательной корпорации Би-Би-Си, «Немецкой волны» и других капиталистических радиоцентров с целью поощрить у своих слушателей интерес к потребительским ценностям? Обратимся к некоторым примерам.

В начале 1975 года Би-Би-Си поведала историю «простого штукатура», который в результате рационализации и уплотнения рабочего времени резко повысил производительность труда и стал зарабатывать вчетверо больше среднего англичанина. Он живет с семьей недалеко от Лондона в фешенебельном, как отметил диктор, районе, в роскошно обставленном большом доме, имеет две автомашины. Его соседи — управляющий банком, бизнесмены, прочая респектабельная публика. На гарнир к острому блюду о штукатуре была подана «обыкновенная» информация о том, что «англичане пьют самое дешевое в Европе молоко, едят самую дешевую курятину, масло и сыр».

Приведенный пример любопытен по нескольким причинам. Для пропаганды «высоких потребительских стандартов Запада» выбран случай нетипичный, даже уникальный, что прямо подчеркивалось в передаче. Но задача авторов как раз в том и заключалась, что-

бы, завоевав доверие аудитории откровенным признанием необычности факта, протащить мысль о принципиальной доступности богатства в «обществе потребления» для всякого — стоит лишь захотеть, не полениться. Ставка делалась на то, что от внимания слушателя, захваченного впечатляющими суммами дохода штукатура, ускользнут «невыгодные» с точки зрения редакторов Би-Би-Си истины. В частности, что громадному большинству британских трудящихся при всем их несомненном трудолюбии и высокой квалификации почему-то никак не удастся зарабатывать не только вчетверо больше «среднего англичанина», а даже хотя бы столько же. Радиопропагандисты полагали также, что скорее будет воспринят и «сработает» факт проживания штукатура в фешенебельном районе, нежели то позорное обстоятельство, что при капитализме место жительства определяет достоинство человека и является для состоятельной элиты способом указать простому люду, в том числе и преобладающей массе английских штукатуров, кому принадлежат власть и богатство в «обществе потребления».

И еще одна немаловажная деталь. На фоне расцветившей яркими красками пасторали о счастливом штукатуре чуть ли не рутинными, само собой разумеющимися должны были показаться приводимые следом выкладки о дешевизне питания на Британских островах. Настолько рутинными, что слушателям, по задумке Би-Би-Си, оставалось без лишних сомнений проглотить их, не задаваясь «ненужными» вопросами. Например, о том, почему незадолго до выхода в эфир упомянутой передачи английские газеты были полны сообщений о манифестациях домохозяек, которые протестовали против непомерного роста дороговизны сахара и других важнейших продуктов питания?¹ Или почему радиостанция скромно умолчала о стоимости в Англии

¹ В среднем с мая 1974 по май 1975 года цены на продовольствие в Англии выросли на 27 процентов. Это крупнейший годовой

и других капиталистических странах жилья и коммунальных услуг, о плате за медицинскую помощь и образование, о размерах налогового бремени?

Эта скрытая за внешней «объективностью» двойная бухгалтерия характерна и для «Голоса Америки». В одной из своих передач на русском языке он доказывал, что все граждане США имеют равные возможности открыть собственное дело, что среди них постоянно увеличивается доля миллионеров.

Как не вспомнить тут полное издевки замечание Ф. Ландберга в адрес пропагандистов, стремящихся доказать, что любой американец, готовый усердно трудиться, способен осуществить «американскую мечту» — скопить миллион, а возможно, и больше. «Один из курьезов пропаганды подобного рода, — указывает Ландберг, — заключается в том, что одержимые культом денег редакторы и писатели, ведущие эту пропаганду, — люди не особенно денежные и явно неспособные применить на практике свое глубокое знание предмета». Составители программ «Голоса Америки» считают совсем необязательным посвящать слушателей в «детали». Иначе они бы сообщили, что увеличение числа миллионеров, призванное подтвердить миф о «равных возможностях», является результатом общего повышения цен на Западе, превратившего старые домиллионные состояния в миллионные, а также следствием дробления все той же старой собственности. Помалкивает радиостанция и о том, что к списку нынешних американских толстосумов можно добавить другой, включающий сотни имен и озаглавленный «Люди, некогда владевшие миллионом и более и потерпевшие банкротство»¹.

Та же «фигура умолчания» присутствует в ставшем с некоторых пор модным в программах западного ра-

скачок цен, отмеченный здесь за все послевоенное время («Правда», 1975, 17 июня).

¹ Ф. Ландберг, Богачи и сверхбогачи, с. 114, 135.

дио разговоре о бытовом комфорте в «обществе потребления». В феврале 1975 года «Голос Америки» решил познакомить советских людей с «современным жилищем американской семьи». Это, по заверениям радиостанции, «двухэтажный кирпичный дом с тремя спальнями, столовой, гостиной, двумя ванными комнатами, комнатой для развлечений, рабочим кабинетом, мастерской и прачечной». Естественно, что данных о количестве американских семей, живущих в подобных домах, «Голос Америки» не привел. Как и во многих других случаях, его редакторы полагались на так называемый эффект «косвенного реагирования», когда частный факт подается слушателям в надежде на их неосведомленность. Тогда становится возможным подсознательное возведение полученной информации в степень всеобщности. Скажем, представление о «процветании» может быть перенесено с одного явления на их группу и даже на общество в целом.

Наряду с недоговариванием, другим распространенным приемом буржуазных радиоголосов является «усреднение» сообщаемых данных. Часто заявляется, например, что на Западе большинство населения имеет одинаковый материальный уровень и образует «средний класс». Настойчиво упоминаются «средний доход», «рядовой гражданин», «средняя семья» и т. п. Цель всех этих ухищрений — скрыть полюсы бедности и богатства, а заодно и классовую основу социальных антагонизмов. В самом деле, если из двухсот с лишним миллионов американцев вычесть кучку денежных воротил и гораздо большее число малоимущих, то оставшихся будет все равно большинство. Но разве не дико, что всего полтора процента населения Соединенных Штатов распоряжается третью их богатств, а три десятка миллионов людей бедствует в богатейшей стране капиталистического мира?

Особое внимание уделяют западные радиоцентры обработке в потребительском духе молодежи социали-

стических стран. С помощью тенденциозной, усредненной информации они пытаются ввести в заблуждение молодых слушателей, вызвать у них идеализированное представление об уровне благосостояния в капиталистическом обществе, привить потребительскую психологию. Для этого используются самые изощренные методы. Практики пропаганды широко опираются на изыскания буржуазных социопсихологов, советующих, в частности, для облегчения манипулирования сознанием людей «держат массу в игривом напряжении, подавлять любое чувство скуки и удовлетворять ее потребительские интересы»¹.

«Голос Америки», например, в полном соответствии с такими рекомендациями ведет специальную развлекательную программу для молодежи «Концерт поп-музыки 2» (в феврале 1975 года ее продолжительность была увеличена с 30 до 45 минут). В небольшие паузы между выступлениями поп-джазов искусно вкрапливаются фрагменты о «шикарной жизни» на Западе, о «фантастических заработках», интервью с «говорящими по-русски американцами», которые все свои откровения сводят к деньгам, виллам, автомобилям, развлечениям. Типичным образчиком такой упрямой в ритмы «Роллинг стоунз» идеологической начинки является прозвучавший в одной из передач рассказ о некой американской студентке, которая, решив стать «независимой от родителей», сняла с двумя своими подругами квартиру и теперь ходит в рестораны, устраивает вечеринки с танцами и «покупает все, что ей хочется». Разумеется, вопрос о том, чьи чада могут позволить себе предаваться беззаботной праздности и сорить деньгами, в передаче не затрагивается. Подобные «картинки», повторяясь из передачи в передачу, призваны медленно, но верно формировать у поглощенного музыкой любителя джаза представление о веселой, свободной от опеки старшего поколения, обеспеченной и вольготной жизни.

¹ См.: Ю р и й Ж у к о в. Отравители. М., 1975, с. 242.

ни юношей и девушек в «обществе потребления». Человек сам не замечает, что становится объектом идеологического воздействия.

На все лады расхваливая капиталистическое «изобилие», западные радиоголоса стремятся в то же время предстать перед слушателями в качестве чуждых какой-либо предвзятости источников информации. В марте 1975 года «Голос Америки» взял да и передал беседу с одним западноевропейским экономистом, который отметил «исключительно резкий рост за последние годы стандарта жизни в СССР», лестно отозвался о стабильности в Советском Союзе цен на продукты питания, квартиры и городской транспорт. К чему бы эти реверансы?

Ясно, что отнюдь не ради установления истины взялась буржуазная радиостанция хвалить достижения нашей страны. Насаждение культа потребления проводится сегодня методами более сложными и коварными, чем это было свойственно антисоветской пропаганде времен «холодной войны». Признавая факт, который и без того общеизвестен, пропагандисты ничего не теряют, зато надеются кое-что приобрести. Фон правдоподобия и мнимо дружественные интонации понадобились затем, чтобы, во-первых, привлечь внимание аудитории к определенной теме, а во-вторых, создать впечатление ее объективного освещения. А уж тогда можно с деланной бесстрастностью сообщить, например, о том, сколько нужно проработать «среднему американскому рабочему» для приобретения автомобиля, или заявить, что «у американцев нет никаких проблем, кроме одной-единственной: когдаходишь в супермаг, не знаешь, что купить, так как уж больно обилен выбор». И словно не существует в этом однобоко нарисованном «рае» для потребителей ни безудержного роста цен, ни острейших кризисов финансов, энергии и окружающей среды, ни постоянной угрозы лишиться заработка, ни громадного числа остро нуждающихся людей...

Поворот к разрядке напряженности побудил буржуазные радиочастоты в значительной степени отказаться от лобовых антисоветских выпадов, от открытых призывов к подрывной деятельности. У их сотрудников популярным стало кредо, выраженное словами старой африканской пословицы: «Лев, который рычит, не убивает». Все это так. Но речь идет лишь о смещении акцентов, не больше. Утонченность и замаскированность идеологического манипулирования вовсе не исключила из арсенала пропагандистских служб Запада и методов откровенно провокационных. Вот характерный пример такой радиодиверсии. Одну из передач на Советский Союз «Голос Америки» посвятил рассказу о росте материального благосостояния в Чехословакии. При этом живо утверждалось, что «за возможность потреблять больше товаров народу ЧССР пришлось заплатить так называемой нормализацией политической жизни». Вывод, сформулированный в передаче, был не чем иным, как призывом к организации политических беспорядков наподобие тех, что организовывали правые силы в Чехословакии летом 1968 года. «Трудящиеся, — поучал «Голос Америки», — теперь знают, что они обладают политической силой и что они могут вновь ею воспользоваться».

«Деидеологизированная» по форме проповедь потребительства не препятствует также буржуазным радиопропагандистам всюду, где для этого открывается хоть какая-то возможность, извращать и опошлять принципы коммунизма. «Немецкая волна», поведав однажды о решении владельцев магазинов в Дортмунде ввести для своих клиентов бесплатный проезд на автобусах в первую субботу каждого месяца, прокомментировала этот факт следующим образом: «Ростки коммунизма наблюдаются на Западе ярче, чем на Востоке, по крайней мере, когда речь идет об осуществлении принципа «каждому по потребности». Корысть торговцев, пускающихся на любые уловки, чтобы только заполучить дополни-

тельных покупателей и увеличить свои прибыли, выдается за практическое претворение в жизнь идеалов коммунизма. Ну не смехотворно ли!

За внешней произвольностью и мозаичностью программ, посвященных насаждению потребительства, кроется тщательным образом продуманная система воздействия на умы и психику слушателей. Такая система обнаруживает себя в координации деятельности различных радиоцентров, то вдруг принимающихся хором муссировать тему дешевизны автомобилей в капиталистическом мире и отсутствия очередей за ними, то затевающих столь же согласованную кампанию восхваления комфорта, которым наслаждаются в быту жители Запада. Система просматривается и в четком распределении ролей, когда, скажем, «Голос Америки» ведет пропаганду потребительства по преимуществу среди молодежи, «Немецкая волна» дополняет эту категорию слушателей людьми среднего возраста, обладающими самым различным образованием, а Би-Би-Си ориентируется в основном на интеллигенцию.

Эта массированная радиоинтервенция, опирающаяся на новейшие технические средства, использующая несравненно более хитрые и завуалированные, чем прежде, приемы, стремится подтолкнуть население социалистических стран к признанию потребления в качестве главной жизненной ценности, направить развитие социализма по пути к «потребительскому обществу». Коварство проповеди потребительства состоит в том, что подвергающиеся ее воздействию не всегда способны увидеть связь между теми конкретными актами, к которым их побуждает пропагандист, и конечной целью, которую он себе ставит. Превращенный в потребителя человек становится идеальной мишенью для идеологического управления. Неудивительно, что взоры буржуазных мастеров «психологической войны» обращены прежде всего к молодежи, которая более импульсивна и эмоциональна, не обладает богатым жизненным опы-

том старшего поколения и потому скорее может обмануться яркой пропагандистской витриной, приняв ее за подлинную капиталистическую действительность.

**Отрава в «социологической»
упаковке** Наряду с радиопропагандой растущую роль в «деполитизации» насе-

ления социалистических стран и в его приобщении к потребительским ценностям идеологи Запада отводят так называемой «социологической пропаганде». Эксплуатируя «выигрышный факт», поданный аудитории в словесной оболочке, они параллельно, а нередко даже отдавая предпочтение, стремятся использовать идеологическую силу факта, не пропущенного предварительно через привычные пропагандистские каналы. Это частица, фрагмент самой жизни или ее чувственно-зрительный образ — какая-то непосредственная жизненная ситуация, элемент повседневного быта.

Одним из первых, кто проанализировал указанный феномен, был французский социолог Жак Эллюль. В изданной им в начале 60-х годов книге «Пропаганда. Формирование отношений людей» он предложил и термин «социологическая пропаганда», который, думается, не является точным и нередко служит автору для необоснованного отрыва описанных им явлений, будто бы преимущественно спонтанных, от пропаганды вообще. Однако не вызывает сомнений само существование и все более активное использование буржуазными пропагандистами в идеологической борьбе своеобразных, не имевших прежде такого значения каналов и средств идейного воздействия.

Обратимся к некоторым наблюдениям французского профессора, помогающим понять те исходные моменты, которые сделали «социологическую пропаганду» незамеченной в проповеди и насаждении культа потребления

как внутри капиталистического мира, так и за его пределами.

Эллюль определяет «социологическую пропаганду» как «пре-пропаганду» или «под-пропаганду», которая создает благоприятный климат для прямого внушения, подготавливает для него соответствующую почву. Этот род пропаганды менее заметен, малоосязаем, его политическое и идеологическое содержание многими не улавливается, поскольку на людей действует все их социальное окружение, мир вещей, духовных и нравственных ценностей — то великое множество факторов, которые в совокупности характеризуют определенный образ жизни. Влияние «социологической пропаганды», указывает Эллюль, направлено «в большей степени на весь стиль жизни, чем на мнения или даже на один особый курс поведения», это «проникновение идеологии посредством ее социологического контекста»¹. Отмечая служебный характер «социологической пропаганды», Эллюль, впрочем, не отрицает и ее самостоятельного значения. Медленно «просачиваясь» в сознание людей, она может в конце концов без каких-либо дополнительных усилий формировать идейную и нравственную структуру личности.

Отличие «социологического» типа пропаганды от «классического» наиболее наглядно проявляется в обратном порядке их влияния. Пропаганда в традиционном понимании распространяет идеи, доктрины, мировоззрение с тем, чтобы направить аудиторию к определенным действиям, побудить принять ее то или иное политическое и экономическое устройство общества. «Социологическая пропаганда», напротив, опираясь на уже существующее социальное устройство, формирует психологию, которая призвана приспособить массы к «специфическому социологическому контексту», к цен-

¹ J. Ellul. Propaganda, The Formations of Men's Attitudes. N. Y., 1966, p. 62—63.

ностям определенного общества, к его идеологии и вызывать активную реакцию против ценностей и идеологии иного порядка.

Особое значение имеет направленность «социологической пропаганды» на значительно большее число целей, нежели это доступно прямому идеологическому воздействию, а также ее способность обходить стороной рациональное восприятие. «Она достигает человека через его обычаи, через его наиболее бессознательные привычки. Она порождает у него новые привычки; она является видом убеждения, идущего изнутри, — пишет Эллюль. — В результате человек принимает новые критерии оценки и выбора, принимает спонтанно, как если бы выбрал их сам»¹.

Уже одно это качество «социологической пропаганды» представляет огромную ценность для буржуазных манипуляторов, которые стремятся не столько воздействовать на сознание аудитории, сколько создавать определенные психологические ситуации, способные вызывать у человека заранее предвидимые состояния, настроение. Последующий шаг заключается в том, чтобы перевести настроение в поведение, в желательное для пропагандиста отношение к тем или иным вопросам и фактам действительности. Например, американский исследователь Мак Даугэлл пишет о необходимости избегать прямых нападок на мировоззрение и советует «сконцентрировать усилия на создании психологических условий, так чтобы желаемый результат казался их естественным следствием»².

Если к этим положениям прибавить замечания Эллюля о способности «социологической пропаганды» изменять представление о действительности, не меняя ее самой, погружать человека «в иную психологическую среду», то станут вполне объяснимыми все более на-

¹ J. Ellul. Propaganda. The Formations of Men's Attitudes. N. Y., 1966, p. 64.

² Цит. по: J. Ellul. Op. cit., p. 65.

стойчивые обращения к ней стратегов капиталистического мира. Они ждут от нее результатов, недоступных прямым идеологическим акциям. Речь идет о внушении, которого сам подвергающийся его воздействию не замечает, ибо это не внушение тех или иных взглядов, концепций и т. п., а навязывание исподволь неких стимулов жизнедеятельности, вкусов, привычек. Последние в отличие от идей представляются часто политически и идеологически нейтральными. Но, формируя соответствующую жизненную позицию, они в огромной мере упрощают последующее восприятие согласующихся с ней идей.

В развитых капиталистических странах таким внушаемым стимулом жизнедеятельности, такой насаждаемой жизненной позицией как раз и является потребительство. А адекватная ему идеология выражена концепцией «общества потребления». Весьма показательной является эта «двухэтажность» идейной основы «общества потребления». Верхний — «теоретический», научно-образный, представленный академическими изданиями и статьями в солидных журналах — для управителей. Он служит фундаментом при выработке конкретных экономических и политических решений. Нижний — в форме обыденного сознания, психических импульсов, «массовой культуры» и социальных мифов — для управляемых, которым не следует знать, как и с какой целью ими управляют.

Сотрясаемый штормовыми валами все новых кризисов и подстерегаемый рифами классовых противоречий, дредноут капитализма теряет прочность и скорость. Он ищет тихую гавань, где мог бы укрыться и заделать пробоины. Заветной гаванью представляется ему сегодня общество инертных потребителей. Вот почему вся его пропагандистская команда без исключения с таким тщанием холит и лелеет, развивает и закрепляет психологическую тенденцию, выражающуюся в массовом культе потребления и приобретательства. Но в самой

способности вызвать к жизни эту тенденцию, заронить семя потребительства, никакой другой вид духовного подавления не в состоянии соперничать с «социологической пропагандой».

В недрах «общества потребления» она подчинена стремлению правящей элиты «интегрировать» в данное общество возможно большее число жителей капиталистических стран, унифицировать их поведение согласно существующей социальной структуре. Действие «социологических» методов таково, что они вырабатывают возрастающее приспособление к определенному порядку вещей, к определенному пониманию человеческих отношений, в результате чего происходит формирование по одному шаблону конформистски мыслящих и чувствующих индивидов. Правда, указывая на этот процесс «адаптации» личности, Эллюль считает его самопроизвольным, ненамеренным. Такой вывод, как, впрочем, и многие другие суждения французского социолога, явно противоречит действительности. При всей своей кажущейся индифферентности «социологическая пропаганда» находится в разном отношении к тем, кто подвергается ее массированному влиянию, и к тем, кто вполне обдуманно пользуется ею в своих корыстных интересах.

В предыдущих главах уже упоминалось об имидже как средстве психологической обработки потребителей и манипулирования их сознанием. Однако наиболее полно роль и значение имиджа, то есть умышленно сконструированного ложного образа предмета или явления, отразила именно «социологическая пропаганда». Она придала ему универсальный характер «второй действительности», мира материализованных иллюзий, в который завлекаются жертвы «общества потребления». Завороженные сладкозвучием имиджа и не в силах устоять перед той «чудодейственной» силой, какую приписывает он вещи и ее обладателю, они постепенно переносят эту силу и привлекательность на всю капитали-

стическую систему, на весь буржуазный образ жизни. Так складывается имидж образа жизни, который заменяет собой реальную действительность и становится для человека критерием оценки всего происходящего дома и за рубежом.

Сама специфика такого рода пропаганды как нельзя более отвечает приверженности современных буржуазных теоретиков к эмоциональным, а не рациональным формам влияния на сознание людей. К этому их побуждает кризис идеологии капитализма, неспособной противопоставить коммунизму убедительных позитивных идей, и ее восходящий к фрейдизму взгляд на социальное поведение человека как на проявление бессознательных инстинктов, довлеющих над интеллектом. По убеждению западных пропагандистов, гораздо более перспективен переход с сулящего серьезные поражения поля идейных поединков на значительно дальше отстоящий от социальных реальностей плацдарм прямого вторжения в психическую жизнь людей, где доминирующее место занимают скорее физиологические и психофизиологические, нежели социально-идеологические механизмы¹.

Дополнительным аргументом в пользу «социологических» методов послужило и то обстоятельство, что, взяв их на вооружение, буржуазная пропагандистская машина смогла широко опереться на богатейший опыт бизнеса, который разработал целую систему управления потребительским спросом и потребительским поведением. Такое управление уже само по себе выполняет, как это было показано ранее, политические и идеологические функции, формируя массового потребителя с присущей ему психологией обывателя и конформиста.

Кроме того, повышенное внимание на Западе к «социологической пропаганде» именно сейчас связано с те-

¹ См.: Ю. А. Арбатов. Идеологическая борьба в современных международных отношениях. М., 1970, с. 181.

ми возможностями, которые открывает перед ней устранение барьеров «холодной войны», выразившееся в значительном увеличении сфер взаимного сотрудничества, в расширении культурных и деловых обменов между государствами с различным социально-политическим строем, в росте международного туризма и т. д. С другой стороны, разрядка напряженности и курс на мирное сосуществование сделали менее приемлемыми, а зачастую и бесплодными методы грубой антикоммунистической пропаганды, ориентирующейся на подрывные акции, неприкрытую фальсификацию и клевету.

Самым масштабным и всепроникающим видом «социологического» манипулирования является западная, особенно американская, реклама¹. Ловко оперируя имиджем, она, словно гигантским тралом, захватывает тысячи и тысячи человеческих душ, чтобы принести их затем на алтарь большого бизнеса. Побуждая людей покупать как можно больше, оказывая на них беспрецедентное психологическое давление, реклама формирует потребительские приоритеты и в конечном счете внедряет систему нравственных ценностей буржуазного образа жизни. Коммерческая и «аполитичная» реклама выступает, таким образом, как замаскированная форма идеологии, представляет собой систему обработки общественного сознания не только в экономических, но и политических целях монополий.

Коварство этого вида «социологической пропаганды» часто недооценивается по той простой причине, что человеку кажется, будто он волен смотреть рекламу или нет, принимать ее содержание или отвергать. Но иллюзия независимости сознания потребителя как раз и является важнейшим условием эффективности рекламного

¹ «Это может показаться невероятным, — пишет П. Холландер, — но, по данным одного автора, объем рекламного материала, который средний американец видит или слышит, составляет предположительно 1500 сообщений в день» (Р. Hollander. *Op. cit.*, p. 125).

воздействия. Удивительное безразличие, а часто даже явное презрение, с каким относятся к рекламе многие американцы, ничуть не мешает им быть объектами ее постоянного давления. Американский социолог Уилсон Ки в своей книге «Подсознательное оболечение» указывает, что специалисты по рекламе умышленно стараются делать ее несколько «туповатой», неинтересной для критического осмысления. В случае удачи потенциальный покупатель становится наиболее уязвимым. Уверенный в собственном интеллектуальном превосходстве над рекламной продукцией, он не замечает, как она вторгается непосредственно в его подсознание, поработывает его и в результате командует желаниями и поведением. Буржуазная реклама делается с таким расчетом, чтобы обязательно вызвать эмоции, причем эмоции, недоступные контролю разума, ибо «если смысл подсознательной информации становится очевидным для сознания, то убеждающий потенциал ее оказывается разрушенным»¹.

Раскрывая чудовищный механизм эксплуатации психических реакций человека с помощью рекламы, профессор Ки выделяет так называемую «сублиминальную» рекламу, которая может использоваться в телевидении и кино. Суть ее состоит в том, что рекламный кадр появляется на экране всего лишь на сотые доли секунды. Человеческий глаз просто не в состоянии заметить его. Но, не будучи восприняты сознанием, «сублиминальные образы» откладываются в подсознании. И когда через некоторое время они «проявляются», то представляются человеку возникшими совершенно самостоятельно, как отражение его собственных желаний, вкусов, потребностей. Не нужно большой проницательности, чтобы увидеть не только коммерческие, но и политические возможности подобного насилия над человеческой психикой.

¹ Wilson B. Key. Subliminal Seduction. Ad. Media's Manipulation of a not so Innocent America. N. Y., 1973, p. 27.

Понятно, что столь успешно применяемый на Западе метод «психопрограммирования» масс буржуазная пропаганда стремится использовать в идеологической борьбе двух мировых систем. «Не вызывает сомнения то, — пишет профессор Калифорнийского университета Джон Майерс, — что реклама, учитывая силу ее внушения, наглядность и ее возможности создавать символические ценности, играет большую роль в идеологическом конфликте капитализма и социализма»¹.

Специально предназначенные для социалистических стран западные иллюстрированные издания, в частности распространяемый в СССР журнал «Америка», систематически помещают красочные и броские фотографии, рисующие шикарную и праздную жизнь в окружении многочисленных красивых вещей. Эти идиллические картинки подаются в качестве общедоступного стандарта «общества потребления», совершенно игнорируя теневые стороны буржуазной действительности, которая, как известно, наделяет благополучием далеко не всех. Яркая, живописная, призванная приковать внимание реклама чередуется с нарочито блеклой, невыразительной, но содержащей тонко продуманные детали быта, отдыха, обстановки, комфорта. Здесь уже задача не поразить читателя, а, напротив, расслабить, рассеять его восприятие, чтобы сделать возможным непроизвольное усвоение пропагандистски емких деталей. Это излюбленный прием современных капиталистических рекламщиков, рассчитанный на медленное, подспудное создание и внедрение имиджа «общества потребления».

Поставщики подобной продукции возлагают надежды на то, что какая-то часть населения социалистических стран, в первую очередь не обладающая достаточным жизненным опытом молодежь, воспримет рекламный мир как реальный, «общество потребления» — как об-

¹ Цит. по: О. А. Феофанов. США: реклама и общество, с. 22.

щество подлинного благосостояния и изобилия. Такое искаженное представление должно, по мысли западных пропагандистов, способствовать закреплению в умах людей стереотипов, препятствующих их нормальной познавательной деятельности, обрекающих их на ограниченное, некритическое мышление с заранее заданными оценочными реакциями и примитивными приобретательскими интересами. Тщательно скрывая свои действительные цели, буржуазные манипуляторы уповают на неоднократно подтверждавшуюся историей истину, что обыватель и стяжатель готов поддержать любое социальное устройство, если оно обещает ему столь желанное потребительское существование.

Следующим по широте охвата и наиболее эмоциональным видом «социологического» манипулирования является кино. Его использование в качестве пропаганды имеет в капиталистическом мире прочные и давние традиции. Вот как характеризуется, к примеру, в работе польских авторов «Психологическая война» роль продукции американских киностудий между двумя мировыми войнами. «Со времени прошлой и до начала нынешней войны Америка не создала ни одного пропагандистского фильма¹, но можно смело сказать, что фильмы делают самую большую пропаганду для Соединенных Штатов. Это развлекательные фильмы, выпускаемые частными фирмами исключительно в коммерческих целях, но, попадая за границу в больших количествах, они создают определенное понятие об Америке... В них всегда доминирует богатство Америки и высокий уровень жизни ее граждан»². С тех пор эта тенденция обозначилась еще четче. Сегодня многие американские фильмы в той

¹ Начиная со второй мировой войны в США во все большем количестве производятся и сугубо пропагандистские фильмы. Особенно много заказывает их ЮСИА (Информационное агентство Соединенных Штатов), являющееся ведущим органом американской внешнеполитической пропаганды.

² «Психологическая война». М., 1972, с. 293.

или иной мере насаждают потребительские стандарты и потребительскую психологию. Вслед за Мэдисон-авеню Голливуд вносит существенный вклад в создание выгодных буржуазии имиджей, фабрикует псевдоидеалы, которые должны стать жизненными ориентирами не только для зрителей в самом «обществе потребления», но и за его пределами. И надо сказать, далеко не всем удастся отделить зерна от плевел, миф от реальности.

На одну из причин этого указывал еще А. В. Луначарский. «Можно поучиться, — писал он, — умению американцев проповедовать столь полезные для буржуазии идеи... Вместо того, чтобы разжевывать разную агитационную жвачку, американцы с теплыми слезами рассказывают вкрадывающуюся в душу среднего мещанина историю так, что он даже не замечает, насколько крепнет в нем его «моральная закалка»¹.

Следует только добавить, что «полезные для буржуазии идеи», распространяемые с помощью кино, могут находить отзвук не только в душе обывателя, которая, безусловно, является для них благодатной почвой, но и обмануть просто неискушенного или эстетически неподготовленного зрителя. Потому что даже в самых художественно беспомощных коммерческих фильмах, выпускаемых на Западе, широко пропагандируемые в них потребительские блага и поведение упрятаны в контекст нередко увлекательной фабулы, затенены житейскими коллизиями и человеческими переживаниями. Люди вводятся в заблуждение относительно характера социальной действительности и ее системы ценностей не путем непосредственного формирования их представлений об этой действительности, а путем манипулирования самой действительностью.

Указанное свойство в еще большей степени, чем фильмам, присуще таким каналам «социологической пропаганды», как экспорт товаров и разнообразные зарубежные выставки.

¹ «Луначарский о кино». М., 1965, с. 104—105.

Характеризуя роль Америки в современном мире, З. Бжезинский, например, пишет, что «нет общества, которое бы в таких масштабах пропагандировало свой собственный образ жизни и свои ценности с помощью кинофильмов и телевидения... или же просто с помощью своих товаров»¹.

Эта пропаганда, тщательно подготовленная, выборочная, стремится выставить напоказ витрину «общества потребления». Причем, конечно, наибольшее впечатление производит материальность, предметность демонстрируемого изобилия и благополучия. Ту или иную вещь можно посмотреть, потрогать руками или, если дело происходит не на выставке, а в магазине, купить ее. Можно восхищаться качеством, совершенством, элегантностью вещи. Сюда могут примешаться негативные эмоции, связанные с дефицитностью или недоброкачественностью некоторых товаров, производимых внутри страны. Эмоциональный характер таких реакций уже включает в себе возможность отождествления выставочной экспозиции, которая действительно впечатляюща и ярка, или отдельного товара, который в самом деле неплох, с буржуазным образом жизни вообще.

Такое отождествление тем вероятнее, чем больше подвержен человек потребительской психологии и чем сильнее приглушено его рациональное восприятие. Тогда для него стирается грань между реально существующей капиталистической действительностью и ее имиджем, сконструированным с помощью импортных или выставочных вещей. Усвоение символов вместо истины представляется в подобных случаях кратчайшим путем к знанию, поскольку снимается необходимость анализировать то, что скрыто за оптимистическим покровом имиджа, то есть далекую от рекламных образцов изнанку «общества потребления».

Чтобы у читателя не оставалось никаких сомнений

¹ Z. Brzezinski. Between Two Ages. p. 25.

относительно целей, которые на Западе связывают с экспортом товаров и с выставками, приведем слова директора главной пропагандистской службы США, ЮСИА, Джеймса Кио о сегодняшних задачах руководимого им ведомства. В интервью журналу «Ю. С. ньюс энд Уорлд рипорт» он заявил: «...По мере изменения обстановки и мы стараемся меняться. Разрядка дала ЮСИА возможность организовывать в Восточной Европе и Советском Союзе гораздо больше выставок, чем раньше... Сейчас мы устраиваем ежегодно... примерно 50 выставок, посвященных жизни Соединенных Штатов... В последнее время мы стараемся содействовать развитию... экспорта товаров, для чего ввели программу «Новая продукция в США», в которой рассказываем о новых товарах, появляющихся на американском рынке... Мы должны позаботиться о том, чтобы, несмотря на наши внутренние трудности, положительные стороны значительно перевешивали проблемы»¹. (Курсив мой. — В. М.)

В этом же интервью Дж. Кио говорит и об усилиях ЮСИА в развитии туризма. Вообще в «социологической пропаганде» быстро растет роль личных контактов представителей социалистических и капиталистических стран.

За последние годы в официальных кругах США не раз подчеркивалось, что «потенциал... программ обменов» носит «стратегический характер», а не является «простой тактикой в текущей политике»². На любую делегацию из этой страны, на студентов и стажеров, выезжающих за рубеж, на туристов и частных гостей возлагается миссия создавать у других народов «образ» богатых, свободных Соединенных Штатов, указующих человечеству путь, по которому ему следует идти. Подчеркивая идеологическую важность распространения

¹ «U. S. News and World Report», September 30, 1974, p. 39—40.

² См.: А. В. В а л ю ж е н и ч. Внешнеполитическая пропаганда США. М., 1973, с. 75.

среди советских граждан представлений о высоком жизненном уровне, исключительных возможностях для отдыха и развлечений и бытовых удобствах в США, П. Холландер, например, среди методов, которым следовало бы отдать тут предпочтение, выделяет личные контакты. «Люди, — пишет он, — олицетворяющие американские ценности и поведение, попадают в Советский Союз, и все они оказывают прямое и, как правило, благоприятное влияние»¹.

Не меньшие надежды связывают западные идеологи и политики с превращением советских людей, посещающих капиталистические страны, особенно туристов, в невольных пропагандистов буржуазной жизни. В отличие от коренных жителей, хорошо знакомых с неприглядной действительностью «общества потребления», туристы и другие приезжие редко имеют возможность заглянуть за его блестящий фасад. Их восприятие, ограниченное преимущественно историческими достопримечательностями, посещением музеев, отелей и магазинов, склонно к односторонности, а потому и таит в себе известный риск поддаться чарам «социологической пропаганды».

Главная особенность «социологического» манипулирования заключается в фабрикации с помощью имиджей идеализированного, превратного, выгодного правящему классу представления об «обществе потребления», в апелляции не к разуму, а к эмоциям, к подсознательным инстинктам людей. Древнегреческий миф рассказывает о том, как Зевс, разгневанный поступком Прометея, похитившего для людей огонь, давшего им знания и научившего ремеслам, послал на Землю юную Пандору. По приказу грозного повелителя Олимпа боги одарили ее необыкновенной красотой, сияющими, как солнце, одеждами, лживыми и полными лести речами. Обманув своим пленительным обликом лю-

¹ P. Hollander. Op. cit., p. 34.

дей, Пандора принесла им много бед. Сегодня по воле заправил капиталистического Олимпа роль Пандоры поручена облаченному в яркие одежды «обществу потребления», его привлекательным имиджам, из коих наиболее экспансионистским является «американский образ жизни».

Никакая самая тонкая и изощренная фальсификация событий и явлений не в состоянии изменить объективных реальностей, повлиять на направление исторического процесса. Но вряд ли было бы правильно не учитывать тактические возможности, которые открывает перед буржуазными манипуляторами использование вполне легальных каналов экспорта «социологической» отравы. Эти каналы в условиях разрядки напряженности будут и дальше расширяться. Поэтому знание приемов современной западной пропаганды необходимо для успешного отражения всех попыток навязать населению социалистических стран потребительский образ мыслей и потребительский образ жизни.

БЛУЖДАЮЩИЕ В ЛАБИРИНТЕ

Стражи потребительства

Сегодня, когда все больше людей на Западе задумывается о будущем капиталистической системы, когда книги по футурологии читаются наравне с бестселлерами, а область социального предвидения стала ареной острейшей идеологической борьбы, буржуазные авторы, естественно, пытаются проследить пути эволюции «общества потребления». И поскольку, ставя вопрос: «Что будет?», они в действительности отвечают на вопрос: «Что мы хотим, чтобы случилось?», то открывается веер отнюдь не идентичных взглядов на *современные* проблемы капитализма, на программу *насуущих*, а не будущих преобразований.

Правый фланг идеологической охраны капиталистического статус-кво составляют откровенные глашатаи потребительства. Их прогнозы предусматривают сохранение и упрочение идеала мещанского благополучия и в якобы следующей за «обществом потребления» «постиндустриальной», или «технотронной» эре. Подобную перспективу, в частности, наметил еще в своей теории «стадий экономического роста» Уолт Ростоу. Его идеи подхватили и развили такие одиозные выразители интересов военно-промышленного комплекса и крупнейших корпораций США, как З. Бжезинский, Г. Кан, С. Хантингтон.

З. Бжезинский считает, например, что в «технотронном обществе» по мере перехода производительных функций к автоматическим системам машин и компьютерам, а управленческих функций к технократической

элите, для основной массы населения жизнь сведется к потреблению и развлечениям. Социальные установки и нравственные мотивы людей замкнутся на примитивном гедонизме, побуждающем их жаждать наслаждения и счастья, от создания которого они будут отстранены. Доминирующую роль в интересах трудящихся, по Бжезинскому, будут играть «вопросы, связанные с утратой квалификации, безопасностью, туристическими поездками, организацией досуга и участием в прибылях», а острой проблемой станет «психическое благополучие миллионов относительно обеспеченных, но потенциально лишенных цели промышленных рабочих»¹.

Г. Кан и Б. Брюс-Бриггс среди определяющих факторов на 70-е и 80-е годы называют усиление в этической ориентации общества «утилитарных, эпикурейских, гедонистических» культур. Они предсказывают, что в условиях изобилия практически все граждане станут богатыми и будут вести «неоэпикурейский образ жизни и наслаждаться явным и вполне реальным комфортом»². Однако новая «постиндустриальная» цивилизация Кана и Брюс-Бриггса так же, как и у Бжезинского, предусматривает наличие высокообразованной элиты и массы. Последняя согласно отведенной ей буржуазными футурологами роли, расширив свои материальные возможности, отнюдь не обогатится духовно.

«Неоэпикурейство», которое, по мысли Кана, должно стать в обозримом будущем господствующей этикой народных масс, имеет весьма отдаленное отношение к дававшему ему название учению древнегреческого философа. Эпикур, говоря о том, что «наслаждение есть начало и конечная цель счастливой жизни», в то же время утверждал: *«И именно потому, что наслаждение есть первое и прирожденное благо, мы выбираем не всякое наслаждение... Началом и высшим пределом всех благ является разумность...»*

¹ Z. Brzezinski. *Between Two Ages.*, p. 11.

² H. Kahn, B. Bruce-Briggs. *Things to Come...*, p. 231.

От разумности происходят все остальные добродетели, показывающие, что нельзя жить приятно, если не жить разумно, благородно и справедливо, и что нельзя жить разумно, благородно и справедливо, если не жить приятно. Ибо *добродетели естественно срослись с приятной жизнью, и приятная жизнь от них неотделима*¹. Среди наслаждений человека Эпикур наслаждение духа ставил выше, чем наслаждение тела. В отличие от великого мыслителя, «неоэпикурейцы» придали гедонистическому принципу односторонний и сугубо потребительский характер. Тут они целиком идут в русле позднейших вульгаризаторов, приписавших Эпикуру взгляд, будто «благо сосредоточено вокруг чрева»². Именно в таком примитивно-потребительском духе понимает «эпикурейство» и Кан вкупе с единомышленниками.

Буржуазные апологеты «общества потребления» в своем видении будущего не скрывают желания направить развитие капиталистического строя к рафинированному потребительскому идеалу, соблазняя трудящихся перспективой сытой праздности и механизированного комфорта. При этом их нисколько не смущает то обстоятельство, что сама социальная структура капитализма не в состоянии обеспечить условий, необходимых для справедливого распределения богатства и для предоставления гарантированных благ всем членам общества.

Смысл «неоэпикурейской» приманки Кана и других ученых представителей капиталистического истеблишмента — убедить недовольные своим нынешним положением трудящиеся массы в приемлемости для них мира частной собственности. Ведь если общество обеспечивает всем материальную зажиточность и наслажде-

¹ Цит. по кн.: К. Маркс и Ф. Энгельс. Из ранних произведений. М., 1956, с. 103—104.

² Уже римляне-эпикурейцы в своем большинстве следовали на самом деле не этике Эпикура, а гедонистическому кредо древне-греческой философской школы киренаиков, которые отождествляли счастье с чувственными наслаждениями.

ния, то, стало быть, отпадает надобность и исчезает сама почва для социальных конфликтов. Поэтому с такой настойчивостью предпринимаются попытки абсолютизировать и раздуть культ потребления, обосновать неизбежность прихода на смену обществу-производителю общества-потребителя и тем самым морально оправдать вытеснение всех жизненных ориентаций человека стремлением приобретать и потреблять все новые блага. Для судеб капитализма гораздо спокойнее иметь дело с духовно выхолощенными и жалкими в своем самодовольном убожестве мини-копиями эллинистических сибаритов¹, с беспомощными иждивенцами машин, нежели с людьми, добивающимися социальной справедливости и озабоченными развитием своей индивидуальности.

Таким образом, футурологические изыскания реакционных авторов имеют целью не только заблаговременно подготовить практические рекомендации для господствующего класса, помочь ему в принятии политических решений, но и воздействовать на массы людей, сформировать их убеждения и предпочтения. Скрывая от населения капиталистических стран объективную перспективу общественного развития, указанную теорией научного коммунизма, идеологи государственно-монополистического капитала стремятся заставить трудящихся принять как должное, как необходимость будущее, угодное большому бизнесу. А загипнотизировав общественное мнение, убедив его в невозможности иного выбора, кроме предложенного ими, буржуазные авгуры надеются навязать свои схемы развития «общества потребления» в качестве образца для всего человечества.

¹ Кан и Брюс-Бриггс уподобляют обрисованное ими общество будущего существовавшему в эллинистической Греции, с той разницей, что праздность станет уделом не узкого верхнего слоя, а всех людей.

Но далеко не все сторонники увековечения капитализма разделяют его нынешнюю потребительскую ориентацию. В безоглядном культе потребления некоторые буржуазные авторы не без основания усматривают угрозу самой будущности частного предпринимательства и власти корпораций. В их социальных программах неприкрытая апология капиталистической системы уступает место различным предложениям ее «улучшения».

Лагерь буржуазных идеологов либерального толка не является однородным. Он включает как тех, кто уповает преимущественно на самосовершенствование «общества потребления» в процессе его эволюции, так и приверженцев активного вмешательства в его трансформацию с помощью умеренных реформ. Однако в обеих позициях все же больше общего, нежели различий, что дает право рассматривать их в качестве целостного направления. Та и другая точки зрения отражают концепцию «постиндустриального общества», связывая с ним разрешение многих острых проблем современной капиталистической действительности на основе принципов «либеральной демократии». Та и другая источником «модернизации» социальной системы, смягчения ее противоречий считают научно-технический прогресс и перемещение власти к ученым и высокообразованным специалистам. Устранение приоритета потребительского идеала мыслится представителями обоих взглядов в рамках господства государственно-монополистической собственности.

Достаточно полное представление о характере и содержании буржуазно-либеральной критики «общества потребления» и намечаемых ею путях преодоления потребительского тупика дают последние работы двух авторов, которые, безусловно, принадлежат к числу наиболее влиятельных на сегодняшнем Западе, — профессора социологии Гарвардского университета Даниела

Белла и не раз упоминавшегося в этой книге Джона Гэлбрейта.

Изданный в 1973 году труд Белла «Приход постиндустриального общества. Опыт социального прогнозирования» является попыткой подытожить целый этап в развитии современной буржуазной мысли, методологически и теоретически оформить ее главное идеологическое течение. Это, в сущности, умозрительная модель соединенного с научно-технической революцией капитализма, цель которой опровергнуть исторический материализм и обосновать некоммунистическую альтернативу общественного прогресса. Естественно, что автор со столь глобальными претензиями не мог не коснуться темы ценностных предпочтений в сконструированном им будущем.

Потребительская перспектива грядущей западной цивилизации решительно отвергается американским социологом. «Если индустриальное общество, — пишет он, — определяется количеством товаров, свидетельствующих об уровне жизни, то постиндустриальное общество определяется качеством жизни, которое измеряется услугами и удобствами — здравоохранением, образованием, организацией отдыха, развитием искусства»¹. Для придания убедительности такому повороту Беллу необходимо было решить по меньшей мере три взаимосвязанные задачи. Во-первых, наметить общественную структуру, которая, оставаясь частнособственнической, в то же время упразднила бы значение вещи как эквивалента престижа; во-вторых, сохранив производственные отношения капиталистического общества, сделать так, чтобы «социальный статус» человека не зависел от размеров принадлежащей ему собственности или от его дохода; в-третьих, найти способ уравнивать материальные возможности людей, не покушаясь на существующие классовые основы.

¹ Daniel Bell. The Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting. N. Y., 1973, p. 127.

Со всеми этими головоломками, о которые не раз разбивались честолюбивые замыслы «системосозидающих» буржуазных теоретиков, профессор Белл пробует справиться, призвав на помощь новейшую промышленную технологию. Именно технология становится в его руках тем универсальным и чудодейственным механизмом, который, пользуясь метафорой автора, «катапультирует» капиталистическое общество из настоящего в будущее. Острейшие проблемы, таким образом, не решаются, а просто остаются в прошлом, теряются, подобно звуку реактивного самолета, позади устремившегося в «постиндустриальный» век «общества потребления».

Совершив эту эквилибристическую операцию с будущим, которое возникает не из настоящего, а из «ниоткуда», наделив технологию силой, способной «разорвать социальное время» и самостоятельно изменить «социальные взаимоотношения», Белл приступает к сбору идеологического урожая. Среди метаморфоз, произведенных технологией, он на первое место ставит стирание имущественных и прочих различий. Технология, как уверяет он, обеспечив выпуск большого количества товаров по более низкой цене, «является не только основным средством повышения уровня жизни, но и главным инструментом уменьшения неравенства в западном обществе»¹.

Итак, согласно буржуазному социологу решение проблемы материального неравенства в развитых капиталистических странах — это лишь вопрос времени. А значит, в процессе становления «постиндустриального общества» частная собственность, доход, вещи утрачивают функции престижа, статуса, власти. Место материального богатства занимает теоретическое знание. Ключевым институтом становится университет или иная форма средоточия научного знания. Капиталистические

¹ Daniel Bell. Op. cit., p. 188.

фирмы, первенствовавшие благодаря своей роли в производстве массовой продукции, отходят на второй план. Предприниматели, бизнесмены, руководящие работники промышленности уступают бразды правления «новым людям» — ученым, представителям интеллектуальных профессий. «Интеллектуальные и научные сообщества явятся источником не только значительных талантов, но и в конечном счете будут детерминировать весь комплекс проблем, связанных с престижем и статусом», — торжественно венчает выстроенное им здание Д. Белл¹.

Однако, понимая, что его схема ниспровержения потребительского идеала удивительным образом напоминает способ постоянного воссоздания такого идеала, поскольку именно обладание материальными благами открывает в капиталистическом обществе путь к образованию, автор в заключительном разделе своей книги пытается спасти положение. Он вводит пространное рассуждение о «меритократии», то есть правлении тех, кто этого заслуживает благодаря исключительно личным качествам, способностям, таланту.

Перспектива, намеченная для «общества потребления» Беллом, утопична от начала до конца. Простое сопоставление его розовых мечтаний с фактами сегодняшней буржуазной действительности вскрывает их вопиющее несоответствие. И никто не показал это лучше, чем сам Даниел Белл. Парадоксальность данной ситуации объясняется не столько противоречивостью характера американского профессора, соединяющего в себе черты тенденциозного буржуазного идеолога и дорожающего своей научной репутацией исследователя, сколько его социальной позицией.

Буржуазных либералов, чьи взгляды отражает Белл, не все устраивает в современном капитализме, они ви-

¹ Daniel Bell. Op. cit., p. 343—344.

дят многие его пороки, стремятся к определенным переменам. Отсюда их социальный критицизм. Вместе с тем реформистские иллюзии накрепко привязывают либералов к колеснице государственно-монополистического капитала, побуждая их верить в ее способность благополучно миновать рывки и ухабы и вывезти буржуазное общество на дорогу, которая, ведя в будущее, не велла бы к коммунизму. Отсюда их доминирующая в итоге апологетика капитализма, спроецированного в «постиндустриальное» или какое-либо другое «катапультированное» подальше от сегодняшних кризисных явлений Запада общество.

Белл-апологет обнадеживающе заверяет: новая технология, обеспечив всех в достатке товарами, уменьшит неравенство в западном обществе. Белл-критик настроен куда менее оптимистично. «Товары, — констатирует он, — дают только временное удовлетворение или оскорбительное превосходство над теми, у кого их меньше. Однако один из наиболее глубоких человеческих импульсов состоит в том, чтобы найти значимую цель в жизни и отрицать бессмысленность смерти. Постиндустриальное общество не в состоянии предложить возвышающуюся над обыденностью этику — исключая тех немногих, кто посвящает себя храму науки»¹.

Сказано достаточно определенно, хотя не до конца. Даже в белловской идеализированной интерпретации будущего равенству нет места, поскольку лишь немногие избранные могут рассчитывать на высокий престиж, статус и власть. Надо заметить, что действительные тенденции развития «общества потребления» отличаются от курса, предусмотренного для него американским социологом. Нет оснований полагать, что при сохранении политических и экономических устоев буржуазного государства корпоративная элита уступит свое господствующее положение ученым. Оставаясь на вершине,

¹ Daniel Bell. Op. cit., p. 480.

она, как это и происходит сейчас, будет *включать в себя* представителей науки. Но в данном случае для нас важно не то, как распределятся роли в тройственном симбиозе бизнеса, капиталистического государства и служащей им науки. Важно то, что и в реальной жизни, и в «постиндустриальной» схеме — это власть противостоящей массе элиты, классовое господство совокупного капиталиста над совокупным трудящимся.

Таково первое вынужденное признание Белла. Второе, не имеющее у него логического завершения, можно сформулировать следующим образом: никакая технология не избавит страны развитого капитализма ни от материального неравенства (выше речь шла о социальном неравенстве), ни от культа потребления. Ведь согласно самому автору духовные интересы, возвышенные цели, человечески осмысленная жизнь в «постиндустриальном обществе» не станут уделом абсолютного большинства людей. Что же им останется? Довольствоваться доступными целями и заполнять духовный вакуум приемлемыми наслаждениями. И иных возможностей для этого, кроме состязания в потреблении, погони за вещами, стремления превзойти других по части покупок как способе самовыражения, у массы населения не будет. Ясно, что и престиж и статус будут иметь при этом неизбежно вещный характер, влияя на распределение материальных благ и воспроизводя имущественное неравенство. Короче, «общество потребления», куда его не сменит социализм, останется все тем же «обществом потребления», какие бы новые вывески на него ни навешивались.

Но до чего же не хочется Беллу делать этот очевидно напрашивающийся вывод! Прекрасно сознавая, что, лишившись мифической опоры «равенства», вся «постиндустриальная» конструкция непременно рухнет как карточный домик, он спешит подпереть ее вопросительным знаком: «Поразительная социологическая загадка состоит в том, почему в демократическом обществе по

мере уменьшения неравенства возрастает *озлобление*»¹. Вопрос чисто риторический не только по форме, но и по содержанию, ибо никакой загадки-то нет.

Более искренен Белл-критик, когда он разбивает надежды Белла-апологета на появление в «постиндустриальном обществе» справедливой «меритократии», состоящей из людей, которые личными достоинствами заработают свой авторитет. «Никогда не может быть чистой меритократии, — пишет он, — потому что родители, обладающие высоким статусом, неизменно будут стараться провести на свои позиции детей — либо используя свое влияние, либо преимущества, которые дает воспитание. Таким образом, в следующем поколении меритократия просто становится замкнутой группой»².

Отвергнув ариаднину нить научной теории, Белл мечется по лабиринту «общества потребления» в безуспешных поисках выхода. Однако противоречивость этого поиска, крутые зигзаги, попятные движения и даже эпизодические приближения к истине не должны вводить в заблуждение. Буржуазный профессор отлично знает, чего хочет. Отрекаясь от капитализма на словах, он *на деле* осуществляет его изощренную защиту, пытается влить новые силы в его дряхлеющий организм, повысить его жизнеспособность.

Само собой разумеется, что предусмотренная им «модернизация» исключает какие-либо посягательства на экономическую и социальную структуру буржуазного общества. С другой стороны, пророк «постиндустриального» века не слишком уверен, что милая его сердцу власть просвещенных и либеральных технократов наступит достаточно скоро. А поскольку в ожидании грядущих перемен общественная жизнь не может стоять на месте, то он вкладывает рычаг преобразований в руки носителей «модернистской культуры» — интеллиген-

¹ Daniel Bell. Op. cit., p. 451.

² Daniel Bell. Op. cit., p. 427.

тов, представителей молодого поколения, которые «ищут самовыражения и самоопределения в измененных состояниях сознания, мятеже в области культуры и в необъятной личной свободе»¹. Делает это Белл с явной опаской, но обдуманно.

«Энергичный выход побуждений», «кредо личной свободы и сексуального экспериментирования», исповедуемые молодыми «бунтарями», направлены и против некоторых буржуазных ценностей, но это не классовая борьба, которая ставит целью упразднение капитализма как системы. Идеи «революционизирующих стиль жизни» интеллектуалов во многом не совпадают со взглядами корпоративной верхушки, но это не идеи научного коммунизма и социальной революции. Отрицая социалистическую альтернативу, опасаясь ее, Белл предпочитает, чтобы конфликты и столкновения, если уж в современном «обществе потребления» их никак нельзя избежать, происходили подальше от его социально-экономического фундамента, исключительно в сфере культуры, сознания. Современное капиталистическое общество, поучает американский социолог, «должно сейчас признать торжество (хотя и умеренное) враждебной «идеологии», возникновение нового класса, поддерживающего эту идеологию, и крушение старой системы ценностей... Враждебная идеология — это не советский социализм рабочего класса... а культурный шик «модернизма»...»².

Свою «Программу на будущее», которая развернута в заключительном разделе его книги, Даниел Белл завершает тем, с чего начинается свою «Общую теорию реформ» в книге «Экономика и общественная цель» Джон Гэлбрейт.

«Эмансипация сознания» — вот, по мнению Гэлбрейта, первая задача, решение которой поможет «обществу

¹ Daniel Bell. Op. cit., p. 479.

² Ibidem.

потребления» избавиться от многих его пороков. «До тех пор, — пишет он, — пока это не будет сделано, публика не сможет следовать своим собственным целям в противовес целям технотруктуры и плановой системы»¹. («Плановой системой» в современном капиталистическом государстве американский ученый именует мир крупных корпораций, монопольно господствующих на рынке и навязывающих свою волю потребителям; «технотруктурой» он называет управленческое ядро корпораций.)

Гэлбрейт является гораздо более острым и последовательным критиком процветающего на сегодняшнем Западе потребительства, нежели Белл. Прежде всего это касается выявления роли большого бизнеса в насаждении потребительской психологии, в создании искусственного спроса на товары. Гэлбрейт ни минуты не сомневается, что именно корыстные интересы крупнейших капиталистических фирм требуют того, чтобы потребление вещей рассматривалось как олицетворение счастья и добропорядочного образа жизни, как цель, служащая общественному благу. Он верно видит, что «экспансивная» потребительская тенденция в современной Америке является в огромной мере формой принуждения и результатом внушения. Монополии навязали большинству населения стереотипы поведения, согласно которым «добродетельный глава семейства — это тот, кто упорно работает ради дохода, причем никогда не считает его вполне достаточным для приобретения требующихся семье вещей... Жена хороша, если она посвящает свое время приобретению товаров и поддержанию покупок на самом высоком уровне доступного жизненного стандарта. Сыновья достойны, если они, каково бы ни было их первоначальное призвание, по достижении определенного возраста получают инженерную, научную, адми-

¹ John K. Galbraith. Economics and The Public Purpose, Boston, 1973, p. 221.

нистративную или другую полезную для плановой системы специальность и с помощью столь же благоразумных жен добьются успеха, что является скрытым синонимом высокого дохода и потребления. Это относится и к дочерям, если они, отдав дань юным увлечениям искусством и безразличию к нарядам, усвоят образ жизни своих матерей»¹.

Рядом с семьей, для которой стремление к увеличению дохода и потребления является всепоглощающим и которая с позиций веры, внушенной «плановой системой», признается образцовой, американский профессор называет другие «стили жизни», которые рассматриваются в «обществе потребления» как эксцентричные, аномальные. Таковыми являются, например, ограничение материальных потребностей минимумом; сознательный выбор между потреблением и досугом; предпочтение, отдаваемое родителями самоосуществлению личности своих детей перед стремлением обеспечить им «полезное образование»; подчеркивание приоритета общественных наслаждений в сравнении с индивидуальными.

Гэлбрейт хочет, чтобы буржуазное общество признало равноправными любые жизненные ориентации, а не только потребительскую. Он считает необходимым, чтобы каждый, подчиняясь своей воле, а не принуждению извне, мог выбирать: увеличивать ли ему максимально свой доход или же увеличивать до предела свой досуг (не переступая, правда, той грани, когда это делается за счет тех, кто изберет другой стиль жизни). Третьи пусть, добившись известного уровня дохода и потребления, располагают временем, которое не связано с получением материальных выгод и потребительскими удовольствиями. Но такому свободному выбору мешают, по мнению автора, два обстоятельства.

Первая преграда состоит в том, что в сегодняшних Соединенных Штатах «для многих, а возможно и боль-

¹ John K. Galbraith. Economics and The Public Purpose, p. 223—224.

шинства, семей альтернативы существующим моделям жизни нет. Давление физической или других необходимых нужд — обеспечение минимума пищи, одежды, жилья, медицинской помощи, образования — поглощает всю энергию»¹. Второе препятствие — это оковы внутренней больши́м бизнесом веры в потребительский идеал. Такая вера блокирует всякую мысль, способную ослабить ее влияние. Кроме того, она для некоторых людей не только не в тягость, а даже приятна, так как избавляет от бремени умственной деятельности и необходимости принимать самостоятельные решения.

Отсюда и две намеченные Гэлбрейтом задачи. Во-первых, улучшить распределение дохода, чтобы увеличить число тех, кто мог бы, не ограничиваясь по необходимости единственным вариантом, разнообразить свою жизнь. Во-вторых, поскольку даже увеличение дохода не гарантирует свободы выбора, так как «плановая система» узурпировала сознание людей и ограничила их цели, то нужно раскрепостить общественное сознание и веру, «эмансипировать» их.

Уже в самом формулировании указанных задач запрограммирована буржуазно-либеральная ограниченность средств их решения. Для автора определяющими являются не коренные пороки капитализма в целом, а производный от них факт манипулирования индивидуальными представлениями о содержании общественных ценностей. Любящий придавать всем своим рассуждениям характер строгой системы, Гэлбрейт выделяет два направления, по которым должно осуществляться освобождение сознания из-под гнета корпораций. Прежде всего следует указать источник мифа, согласно которому цели «плановой системы» являются и целями всего общества. Как совершенно справедливо утверждает американский ученый, мифотворцем выступает сама «плановая система» и находящийся у нее в подчинении

¹ John K. Galbraith. Economics and The Public Purpose, p. 224.

пропагандистский аппарат. Второй шаг состоит в нейтрализации специфических инструментов, с помощью которых распространяется и закрепляется миф. Таких инструментов четыре:

1. Неоклассическая экономическая наука и экономическое просвещение.

Обезвреживание этого инструмента мыслится Гэлбрейтом довольно просто — нужно не закрывать глаза на последствия официального обучения, закрепляющего рабство теперешней веры.

2. Нарушение ценностных пропорций, когда науке, технике, бизнесу и праву, служащим «плановой системе», отдается явное предпочтение перед искусством и другими видами гуманитарного творческого труда, за которыми признается сугубо декоративная и развлекательная роль.

Здесь Гэлбрейт предусматривает переориентацию всего процесса образования и воспитания таким образом, чтобы приоритет знания не соотносился с доходом и потреблением и чтобы было исключено предположение, будто только экономические факторы являются мерилем социальных достижений.

3. Реклама и другие формы коммерческого убеждения, через посредство которых «техноструктура» навязывает свою волю.

Рецепт нейтрализации опять-таки выливается в банальную сентенцию: индивид, желающий быть свободным от власти «плановой системы», должен настойчиво сопротивляться рекламным призывам покупать.

4. Чиновники в государственных исполнительных органах и образованные прислужники корпораций, преимущественно юристы.

Гэлбрейт предлагает, чтобы та политика, которую они проводят ныне в интересах крупного капитала, отражала интересы общества.

Легко заметить, что эта программа нигде не касается ни экономической, ни политической, ни социальной

структуры «общества потребления». По мнению буржуазного ученого, такой подход вполне оправдан как практически, так и теоретически. «Власть плановой системы, — пишет он, — покоится на ее доступе к сознанию. Вопрос, который следовало бы задать, заключается в том, не должна ли эмансипация быть достигнута более прямым штурмом того механизма, с помощью которого плановая система влияет на сознание или контролирует его... Незачем прибегать к постепенным средствам, если будут служить более решительные. *Но если вера является источником власти, атака должна быть на веру*»¹. (Курсив мой. — В. М.) Вот уж истинно «либеральное» решение вопроса о происхождении всевластия монополий, которое, как явствует из приведенной цитаты, не имеет никакого отношения ни к их экономическому могуществу, ни к политической роли.

Поэтому-то проблема, ясная как день для марксистов-ленинцев, представляет невероятную сложность для уповающего на «самоперевоспитание» капиталистического общества Дж. Гэлбрейта. Ведь для предусмотренного им отказа от тотального потребительства нужно сначала «эмансипировать» сознание от власти корпораций. Но, с другой стороны, чтобы общество прониклось необходимостью такого шага, нужно, чтобы оно уже значительно продвинулось вперед в своем перевоспитании.

Дабы как-то выбраться из путаницы либерального мышления, американский экономист извлекает на свет некую волшебную пружинку, которой и поручает дать первый толчок, завертеть механизм искомой «эмансипации». Сославшись на существовавший в минувшем десятилетии отказ части молодежи, особенно из семей со средним и высоким доходом, от принятых стандартов потребления и карьеры, обеспечивающей эти стандарты, Гэлбрейт заключает: «Подоплекой такого отноше-

¹ John K. Galbraith. Economics and The Public Purpose, p. 229.

ния, как думается, является инстинкт, подсказывающий, что те, кто оказываются втянутыми в русло традиционной карьеры, используются для целей, которые не являются их собственными»¹. Подобный инстинкт, по словам автора, существовал в США в последние десятилетия прошлого столетия и в первые годы нынешнего, когда он частично удерживал от слепой веры в то, что говорили банкиры, газеты и сенаторы. В последние тридцать лет «техноструктура» подавила этот инстинкт. Теперь, как полагает Гэлбрейт, поскольку после его книги ум американского потребителя в состоянии будет постичь «процессы, с помощью которых и для которых его контролируют, ему достанет решимости отвергнуть их»².

Гора либерального критицизма родила мышь утопического прекраснодушия. Оказывается, культ потребления, против которого автор расточил столько филиппик, объективно показав при этом, что насаждает его вся громадная машина государственно-монополистического капитализма — корпорации, бюрократия, идеологические учреждения, казенная наука, — только потому и стал возможен, что у людей не было нужного «инстинкта». Но разве существовало время, когда бы большой бизнес не игнорировал совершенно наличия мистического «инстинкта» и не определял характер и содержание господствующих при капитализме ценностей? Разве мешал «инстинкт» диктовать монополиям свои цели обществу? Разве «инстинкт» мог когда-либо воспрепятствовать тому, что было выгодно капиталу? Если это делалось, то виной тому была сознательная классовая борьба, но никак не шевелящийся в области бессознательного скепсис, даже когда ему удавалось прорваться наружу.

Потребительство как тенденция целого общества —

¹ John K. Galbraith. *Economics and The Public Purpose*, p. 231.

² Ibid., p. 232.

это не акт сознания, вернее в последнюю очередь акт сознания. Это органическое порождение капиталистических производственных отношений, неизбежное следствие капиталистического отчуждения труда и товарного фетишизма, которые отражаются в сфере потребления, в общественном сознании и общественной психологии. Вот почему проницательности Гэлбрейта хватает лишь на частности. Верно уловив, что в «обществе потребления» культ обладания вещами и конкуренция расходов навязываются населению, а не являются спонтанными детищами массового сознания, он утрачивает глубину как раз там, где строгое научное мышление только и входит всецело в свои права. Он пишет, что вера, имея в виду внушенное сознание, составляет источник власти корпораций. Но ни разу не задается вопросом, что же является источником этой веры. Он указывает, что культ потребления превратился на Западе в форму принуждения, но не исследует, почему именно на него пал выбор монополий.

Всякая попытка бороться с потребительством капиталистического общества, не борясь с капитализмом, заведомо обречена на неудачу. Стремление встать над исторической борьбой классов превращает субъективно благие побуждения в иллюзии, формальный критический пафос — в фактическую апологику, желание указать перспективу — в теоретический и практический тупик.

Одномерная критика одномерного общества	Упование на сознание как на силу, призванную преобразовать «общество
--	--

потребления», отличает не только буржуазно-либеральных реформистов. С еще большей последовательностью проводят этот тезис леворадикальные критики потребительства.

У теоретика «новых левых» профессора Йельского университета Чарлза Рейча изменение сознания — это, по существу, начало и конец любых социальных пере-

мен в системе капитализма. В его книге «Молодая поросль Америки» ренессанс старого идеалистического взгляда на историю, согласно которому «мнения правят миром», достигает своего пика.

Как и некоторые другие идеологи «новых левых», Рейч верно уловил и отразил настроения части американской молодежи, недовольной засильем в жизни современных Соединенных Штатов потребительских ценностей и потребительской психологии. Он выявил заинтересованность «корпоративного государства» (государства, основанного на господстве корпораций) в насаждении ложных потребностей и манипулировании поведением покупателей. Он привлек внимание к ненормальности престижного потребления и поставил вопрос о сокращении расходов на всевозможные излишества, на автомобили, автострады, бытовые приборы и прочие символы довольства, чтобы иметь средства на удовлетворение наиболее острых нужд людей. Он вскрыл потрясающую бездуховность «общества потребления», в котором работа бесцельна и ненавистна, культурные ценности стали предметом продажи и, если они не в состоянии обеспечить хорошую прибыль, разрушаются.

Однако многие верные и социально заостренные послышки послужили автору для наивных, утопических и нередко реакционных политических выводов.

Безусловно, гуманистический и демократический идеал Рейча, предусматривающий ликвидацию односторонней потребительской ориентации личности, ее всестороннее развитие в условиях неотчужденного, творческого и радостного труда, материального изобилия, социальной справедливости, гармонии личных и общественных интересов, привлекателен и близок коммунистическому идеалу. Но его осуществление мыслится американским профессором исключительно как стихийное вытеснение преобладающего ныне в США потребительского, конформистского, контролируемого корпоративно-бюрократическими организациями сознания (автор

именует его Сознанием II в отличие от традиционного индивидуалистического Сознания I, доминировавшего в прошлом веке), мироощущением нового поколения американцев, или Сознанием III.

Именно сознание критически настроенной молодежи способно, как полагает Рейч, проникая в другие слои общества, приспособить существующую государственно-монополистическую машину «для человеческих целей». Для этого носители Сознания III «должны разъяснять другим, в чем заключаются их подлинные интересы. А они состоят не в том, чтобы добиваться продвижения по службе или бороться против коммунизма, а чтобы проявлять активность в областях, где можно обогатить свою жизнь. Студенты могут подавать пример, изменяя собственную жизнь или поступая на работу в истеблишмент и поучая там...»¹.

Подобное просветительство, по Рейчу, не требует миссионерской агрессивности, рвения и самопожертвования. Просто нужно жить своей собственной жизнью и отказаться от враждебности, даже по отношению к тем, кто яростно выступает против изменений. «Желающих найти новую систему ценностей, — пишет он, — ждет великое открытие... Оно заключается всего лишь в том, что на противоположной стороне никого нет... И нет необходимости бороться в Америке против какой-нибудь группы людей. Все они такие же страдалцы, как и мы. И нет основания бороться с механизмом. Его можно сделать слугой человека. Сознание III способно создать новое общество»².

Вовсе не сама по себе апелляция либеральных и радикальных теоретиков к сознанию является ошибочной. Никакие коренные общественные сдвиги невозможны без осознания их необходимости. Признание первичности общественного бытия по отношению к обществен-

¹ Charles A. Reich, *The Greening of America*, N. Y., 1972, p. 297—298.

² *Ibidem*, p. 348.

ному сознанию не отрицает огромной роли обратного воздействия сознания на материальную практику. Революционному изменению мира предшествует выработка революционной теории, формирование революционного мировоззрения. Но этот процесс отнюдь не спонтанный. Весь исторический опыт человечества свидетельствует о том, что революционное сознание возникает только в ходе активной классовой борьбы. И вот это как раз и не укладывается ни в либеральные, ни в радикальные схемы переустройства «общества потребления».

Поэтому, несмотря на проходящую через всю книгу Рейча довольно прозрачную полемику с Гэлбрейтом, их программы преодоления потребительства до удивительного похожи. «Попробуйте закрыть глаза, — обращается Рейч к читателям, — и представьте себе, что у каждого возникло Сознание III: корпоративное государство исчезнет. Оно сможет продавать людям только такие вещи, которые им действительно нужны. А это означает, что потребитель вновь обретет власть над тем, что производится. Оно сможет побудить человека работать, только если работа будет доставлять подлинное удовлетворение. Это означает конец системы статуса; люди, работающие в организациях, вновь овладеют властью над организациями и структурами общества... Нужна культурная революция, ибо культура должна руководить экономическим и политическим механизмом, а не наоборот. Взгляните на производство. Теперь этот механизм выпускает все, что ему вздумается, и вынуждает людей покупать это. Но если культура изменится, механизму не останется ничего иного, кроме как подчиниться, поскольку покорного покупателя заменит такой, который приобретает только то, что выберет сам... Но чтобы добиться такой возможности, покупатель должен освободиться от рекламы; для этого он должен развить в себе другое сознание. Как только он это сделает, механизм станет его рабом...»¹

¹ Charles A. Reich, *Op. cit.*, p. 305—306.

Итак, вырисовывается в высшей степени фантастический план морального обновления и духовного возрождения «потребительского общества», его обращения в иную, непотребительскую, веру. Краеугольным камнем теоретических построений Рейча является обнаруживающее свою несостоятельность даже при простом сопоставлении с действительностью утверждение, будто никаких эксплуататорских классов, никакой правящей элиты в «обществе потребления» нет. Есть корпоративно-государственный механизм, надклассовый по своей сути, которому в равной степени подчинены все люди, исключая лишь счастливицов, обладающих Сознанием III. А посему бессмысленно говорить о классовой борьбе и тем более о политической революции — бороться ведь можно с людьми, но не с безличной машиной. Эта машина насаждает потребительскую психологию и потребительское поведение, пользуясь несознательностью покупателей, вернее, не той сознательностью, какая нужна. Если же покупатели проникнутся новым сознанием и откажутся покорно покупать все, что им навязывает машина, то последней ничего не останется, как измениться самой, стать человеческой. Для этого людям необходимо совершить революцию посредством сознания, меняя собственные ценностные ориентации и подавая пример другим.

Излишне доказывать, что данная концепция в силу классовой и теоретической ограниченности автора неверна в главном. Представление о надклассовом и стихийном характере революционных преобразований неизбежно превращает «революцию посредством сознания» в риторику, не выходящую за пределы сознания, причем сознания весьма немногих теоретизирующих авторов и той незначительной части «общества потребления», которая служит эмпирической базой их концепций. Однако выводы Рейча не выдерживают критики и по частным вопросам, касающимся рецептов преодоления потребительства в современном западном мире.

Американскому профессору кажется, что сам по себе отказ от традиционного потребления уже есть непризнание потребительских ценностей, нечто диаметрально противоположное потребительству. Потому он готов приветствовать любую не согласующуюся со вкусами истеблишмента моду на одежду, прически и т. п., оправдывать обостренный интерес к чувственным удовольствиям и даже потребление марихуаны и других наркотиков.

Но дело в том, что нонконформистское сознание, точно так же как и конформистское, не может быть свободным от материальной среды, хотя оно ее частично и отвергает. Поскольку потребительские ценности являются отражением всей общественно-экономической структуры капитализма, а не сугубо внутренним элементом общественного сознания и общественной психологии, то Сознание III, громко хлопнув за собой парадной дверью «общества потребления», тут же устремляется в него с черного хода. Потребительские принципы торжествуют в более изысканной или извращенной форме. Лохмотья «хиппи» превращаются в новый ходовой и дорогостоящий товар¹, марихуана — в символ «раскрепощенной личности» и тем самым своеобразного престижа, апология секса — в крайнее проявление гедонизма.

Рейч писал свою книгу, когда волна молодежного радикализма в западных странах и особенно в США была еще на подъеме, когда в памяти свежи были бурные события конца 60-х годов, превратившие сотни университетских городков в очаги протеста и встревожившие правительства по обе стороны Атлантики. Это обстоятельство частично объясняет, почему леворади-

¹ Напомним, что потребительское отношение к вещи — это отношение раба, а не хозяина. При этом безразлично, чем является вещь — костюмом из прекрасной ткани или нищенским рубищем, великолепно она или безобразна, достойна украшать дворцовые покои или ей место на свалке.

кальный автор не сумел или не захотел увидеть очевидного: бунт против потребительства, замыкающийся в рациональных и эмоциональных рамках и не затрагивающий его экономической и политической основы, растворяется в итоге в господствующей идеологии и морали.

Иного здесь не дано. Потому что *«идеи»* никогда не могут выводить за пределы старого мирового порядка... Идеи вообще *ничего* не могут *осуществить*. Для осуществления идей требуются люди, которые должны употребить практическую силу»¹.

Может показаться, что такую практическую струю в леворадикальное движение вносит другой его пророк — профессор политических наук Калифорнийского университета Герберт Маркузе.

В своем «Эссе об освобождении» он провозглашает: «В историческом плане мы снова переживаем период просвещения и воспитания, предшествующий материальному изменению, но такого воспитания, которое обращено в практику — демонстрацию, конфронтацию, восстание»². Однако этот теоретик, претендующий на то, чтобы говорить от имени марксизма, вовсе не имеет в виду классовую борьбу, социальную революцию, сокрушение политической и экономической власти монополий. Он зовет к стихийному бунту, непосредственная цель которого — полный отказ от существующих и создание качественно новых потребностей «освобожденной личности». Причем рабочему классу в этой борьбе отводится роль контрреволюционной силы, в лучшем же случае — пассивного наблюдателя, поскольку, по утверждению Маркузе, сегодняшние рабочие на Западе «обуржуазились» и действуют заодно с большим бизнесом.

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 2, с. 132.

² H. Marcuse. An Essay on Liberation. Boston, 1969, p. 53.

Понятно, что подобный антинаучный и антимарксистский ультрарадикализм лишен какой-либо практической перспективы. Это, по-видимому, чувствует и сам «критический философ». В последнее время он все меньше говорит о «бунте» и все больше о необходимости овладеть «новым сознанием», что, например, нашло отражение в его последней книге «Контрреволюция и восстание». Будучи выразителем взглядов леворадикальной элиты, Маркузе возлагает теперь надежду на те слои «общества потребления», которые, пресытившись материальными благами, обратят свои взоры в сторону противостоящей буржуазным ценностям «контркультуры».

Нетрудно заметить, что здесь он смыкается и с Рейчем, которого еще сравнительно недавно упрекал за игнорирование роли насилия, и с либеральными защитниками капитализма. Что ж, это возвращение радикального критика из своих шумных «р-революционных» экскурсий в идеалистическую гавань реформизма закономерено. Между признанием капитализма или социализма ничего третьего нет. Следует, правда, заметить, что, довольно легко расставаясь со своими прежними воинственными утверждениями и смелыми прогнозами, Маркузе в одном сохраняет упрямое постоянство. Он был и остается среди самых громогласных критиков «потребительства» в нынешнем капиталистическом мире. Слово «потребительство» поставлено здесь в кавычки по той причине, что радикальный философ придал ему весьма своеобразное значение. Он не только не разглядел подлинных социальных истоков культа потребления, но и исказил его идейно-политическую направленность, безнадежно запутал пути выхода из потребительского лабиринта.

Подвергнув в своей центральной работе «Одномерный человек» развернутой критике структуру потребностей в развитых капиталистических странах, Маркузе справедливо отметил, что у основной массы населения

она носит насильственный и ложный характер. Но уже здесь проявились главные недостатки этой критики — ее односторонность, недиалектичность, попытка абсолютизировать некоторые исторически конкретные черты «общества потребления». «Мы вновь, — писал он, — сталкиваемся с одним из наиболее досадных аспектов развитой индустриальной цивилизации — рациональным характером ее нелогичности. Высокая производительность и продуктивность индустриальной цивилизации, способность увеличивать удобства и распространять их вширь и вглубь, превращать расточительство в потребность, заниматься не разрушением, а созиданием, — превращают объективный мир в продолжение человеческого организма и мышления до такой степени, что сам вопрос отчуждения ставится под сомнение. Люди осознают себя в приобретенных ими товарах; их душа находится в автомобилях, стереофонических комбайнах, домах, кухонном оборудовании. Изменились и сами товары, привязывающие личность к обществу, а социальный контроль осуществляется с помощью новых потребностей, вызванных к жизни индустриальным обществом... Массовое производство и массовое потребление предъявляют свои права на каждого человека, на личность в целом»¹.

Это рассуждение Маркузе содержит практически все исходные моменты, которые предопределили восприятие и оценку им расцветшего на Западе культа потребления. В последующих своих книгах, в частности в вышедшем через пять лет «Эссе об освобождении», он повторил и развил уже сформулированные в «Одномерном человеке» положения. Первое и определяющее из них состоит в том, что формирование потребительской психологии связано не с определенной социальной структурой, а с определенным уровнем производства, позволяющим обеспечить изобилие товаров, — с «развитой

¹ H. Marcuse. One Dimensional Man. London, 1964, p. 24—25.

индустриальной цивилизацией». «Общество потребления» выдается за неизбежное следствие индустриального развития вообще, и потому, с точки зрения Маркузе, социалистические страны идут сегодня по той же потребительской стезе, что и капиталистический мир.

Другой основополагающий постулат автора «критической теории» гласит, что увеличивающаяся масса товаров и удобств устраняет антагонизм между трудом и капиталом. Потребность покупать, иметь и постоянно обновлять вещи поглощает все человеческое существо, изменяет саму природу человека. Он становится независимо от своей классовой принадлежности «биологически» заинтересованным в социальных институтах, обеспечивающих ему потребительские блага. Происходит полная «интеграция в систему», слияние потребительской психологии и сознания с потребительской экономикой и политикой. Буржуазия и рабочий класс роднятся на базе потребительства. Трудящиеся, проникаясь «счастливым сознанием», перестают быть активной силой революционных преобразований. Единственно, кто еще остается способным на выступление против репрессивных потребностей, — это «аутсайдеры» (угнетаемые национальные меньшинства, безработные, люмпен-пролетарии), а также не испытывающая «унижающей нужды в благополучии» интеллектуально-радикальная элита, которой Маркузе поручает роль духовного пастыря.

И наконец, абсолютизивав действительно имеющее место в «обществе потребления» насаждение мнимых потребностей, Маркузе не только лишил всякого позитивного содержания, какого-либо рационального зерна всю существующую систему потребностей, но и наделил ее чудовищной, не подвластной никакому разумному контролю силой. Глубочайшее отчаяние и страх вселяет в него нынешний культ потребления, который, как ему представляется, подчинил себе весь индустриальный мир и влечет человечество к глобальной деградации. Единственный выход из создавшегося положения он ви-

дит в полном изменении системы потребностей, в тотальном нигилизме, в Великом Отказе от настоящего.

При всей кажущейся радикальности такой критики перед нами предстает не ниспровергатель «потребительского общества», а его изощренный адвокат.

Главный конфликт капитализма Маркузе переносит из сферы производства, из отношений собственности в сферу потребления, игнорируя тем самым коренное противоречие классового строя, его первооснову. Люди, работающие для удовлетворения своих материальных запросов, в том числе и насущных, оказываются без всякого различия причисленными к консервативной силе, а авангард общества составляют или неработающие, которые лишены средств для приобретения материальных благ (им-то уж не грозит опасность потребительства), или непроизводительные слои населения, которые часто обеспечены этими благами с лихвой и потому могут щеголять своим равнодушием к ним. Следуя вульгарной логике Маркузе, нельзя не прийти к заключению, что носителями социального зла являются отнюдь не те, кто владеет средствами производства, *частной* собственностью, а те, кто владеет вещами, *личной* собственностью.

В предыдущих главах книги отмечалось, что значительная часть трудящихся в развитых странах Запада находится в плену потребительских иллюзий, подвержена идеологическому влиянию средств массовой информации, выражающих волю большого бизнеса. Однако если бы на самом деле имела место та всеобщая интеграция рабочего класса в систему, о которой настойчиво твердит леворадикальный автор, то капиталистической элите давно было бы пора перестать рассматривать именно рабочих в качестве своего главного и самого опасного врага. Ей незачем было бы использовать всю свою власть, весь свой пропагандистский и репрессивный аппарат для постоянных атак против организаций трудящихся, прилагать огромные усилия с целью

нейтрализации растущего влияния коммунистических партий и прогрессивных профсоюзов. Поэтому «общество потребления» одномерно в несколько ином смысле, чем это представляется Маркузе. Одномерность капитализма — это узость и ущербность его социально-экономической основы, его идеологии и политики. Но неверно понимать под одномерностью якобы фатальное превращение населения всех индустриальных стран в духовно ограниченные нации-потребители.

«Социального критика» нисколько не смущает то обстоятельство, что для десятков миллионов американцев и для огромного числа людей в других капиталистических странах не решена еще задача удовлетворения минимальных материальных нужд, без чего более возвышенные потребности даже не могут возникнуть. Маркузе не интересует такой лишний для его «критической теории» и потому просто отбрасываемый им «пустяк», как зыбкость относительного благополучия многих семей на Западе перед лицом повторяющихся кризисов и спадов производства, инфляции и безработицы.

В трактовке потребностей Маркузе выступает как метафизик, отрицающий их историческое движение и классовую определенность. В его «одномерном обществе» и структура потребностей одномерна: она одна и та же для господствующей элиты и трудящихся и одинаково «буржуазна». Но мы уже видели, что в «обществе потребления» имеются громадные различия как в возможности антагонистических классов удовлетворять свои нужды, так и в характере самих этих нужд. Никакое суждение о потребностях не может быть научным, если не подходить к ним с *общественной меркой*. Такой подход требует соразмерять характер и степень удовлетворения тех или иных нужд со всей совокупностью материального и духовного богатства, которым располагает общество в данный момент. Коренной методологический порок концепции Маркузе заключается в том, что, выпатив сближение некоторых, преимущественно *первичных*,

материальных потребностей представителей трудящихся и власть имущих, он не увидел главного: при общем росте в развитых капиталистических странах потребностей и возможностей их удовлетворения элита оставляет подавляющему большинству населения такую долю общественного удовлетворения и наслаждения, которая далеко отстает как от ее собственной доли, так и от имеющихся общественных возможностей.

Стена, разделяющая два ряда потребностей и два уровня потребления в антагонистическом обществе, является одновременно и одной из важнейших опор классового господства. Поэтому нет другого способа уравнять потребности в социальном отношении, кроме как упразднить классы, что означает уничтожение экономического и политического господства капитала.

Этот путь Маркузе отвергает и заменяет его «трансцендентальным проектом», предусматривающим полное отрицание сложившихся до сих пор потребностей, «разрыв с существующими рутинными способами видеть, слышать, чувствовать и постигать», ибо, как он утверждает, «всех мятежников объединяет одно — глубина Отказа»¹. Таким образом, «новые» потребности — это не реальные потребности, которые вырастают из старых, рождаются в ходе общественного развития, формируются в процессе революционного преобразования мира, а в высшей степени абстрактная, оторванная от жизни априорная конструкция. Это все тот же «чистый» акт сознания, все та же охранительная утопия, отвлекающая от действительно революционного изменения капиталистической системы и затуманивающая единственно возможную перспективу выхода из потребительского тупика, совпадающую с движением к социализму.

Не понимая, что духовные потребности не могут развиваться иначе, кроме как на постоянно *расширяющемся* фундаменте материальных потребностей, Маркузе и дру-

¹ H. Marcuse. An Essay on Liberation. p. 6.

гие леворадикальные идеологи выкопали между ними пропасть. Они связывают преодоление односторонности сознания Ното consumers (человека потребляющего) с отказом от услуг «индустриальной цивилизации» и ограничением до минимума материальных потребностей. Путь к «революции сознания» леворадикалы пытаются проложить через апологию аскетизма и бедности. Однако их социальный идеал обращен не в будущее, а в прошлое, не вперед, а назад. Убедительные аргументы на этот счет предоставляет сегодня теория и практика маонизма.

«Очищение бедностью» Уже на протяжении
по-маоистски многих лет жизнь Китая
являет собой непрерыв-

ную вереницу всевозможных политических кампаний по укреплению маоистской военно-бюрократической диктатуры. И под какими бы разными лозунгами ни проводились эти кампании, в них всегда объявляется «беспощадная война» всем, кто «обуржуазился», то есть желал бы улучшить материальные условия своего существования. Во время очередного наступления на «буржуазное право» весной 1975 года теоретический орган Коммунистической партии Китая журнал «Хунци» устами одного из пекинских лидеров, Яо Вэнь-юаня, призывал молодых рабочих «бойкотировать» соблазны материального стимулирования и заклинал сторонников повышения благосостояния «опомниться, пока не поздно». В майском номере того же журнала авторы обрушивались на «ревизионистов», которые «думают о материальном стимулировании» и тем самым будто бы «подавляют революционность масс».

Предание анафеме всякого стремления к повышению жизненного уровня, охаивание материальных потребностей и восхваление бедности имеют у нынешнего руководства Китая несколько иную подоплеку, чем у лево-

радикальных идеологов из развитых капиталистических стран. Если в последнем случае вульгарное «антипотребительство» чаще всего маскирует причудливую смесь отчаяния и кокетства буржуазных интеллигентов, «уставших» от «индустриальной цивилизации», то в первом — за ним скрываются эмоции мелкого буржуа, уставшего от ожидания такой цивилизации. Но неодинаковость мотивов несколько не препятствует поразительному сходству выводов — столь же реакционных, сколь и фарисейских.

Представители утопического коммунизма XVIII—XIX веков тоже ратовали за всеобщую уравниловку в потреблении, за упрощение потребностей и благородную бедность. Они делали это потому, что еще не умели преодолеть частнособственническое отношение к предметному богатству, не могли побороть товарный фетишизм, рабскую зависимость от вещей. Первоначальный грубоуравнилительный коммунизм, по словам Маркса, «уже мыслит себя как реинтеграцию или возвращение человека к самому себе, как уничтожение человеческого самоотчуждения; но так как он еще не уяснил себе положительной сущности частной собственности и не постиг еще *человеческой* природы потребности, то он... находится в плену у частной собственности и заражен ею»¹.

Положительная сущность частной собственности состоит в том, что она на известном этапе мировой истории определила колоссальное ускорение развития производительных сил человека, всех его сущностных сил, материальной и духовной культуры. И *положительное* упразднение частной собственности, каковым является истинный коммунизм, означает сохранение и нарастающее приумножение всего богатства предшествующего развития. Коммунисты-утописты же, совершенно правильно рассматривая коммунизм как противополож-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 116.

ность отчужденному капиталистическому труду, шаркались от индустриального труда назад — к патриархальному, крестьянско-ремесленному укладу. Воюя против расточительства и извращенной роскоши эксплуататорских классов, они зачастую сводили потребности к простой физиологической необходимости.

Понятно, что основанное на подобных принципах общество не могло бы не быть бедным. Поэтому идеологи раннего коммунизма возвеличивали бедность как высоконравственное и естественное состояние и настаивали на аскетической ограниченности потребностей. Габриэль Мабли, например, предлагал издать в будущем «государстве равных» законы, которые бы поставили жесткий заслон количественному росту и качественному многообразию материальных запросов. Такие законы должны были касаться жилищ, мебели, предметов обихода, питания, одежды. «...Если вы что-нибудь оставите без внимания, — предостерегал Мабли, — вы откроете путь для злоупотреблений, которые распространятся на все»¹. Грубый коммунизм, таким образом, со своей ограниченной мерой и представлением о некоем минимуме потребностей не являлся подлинным освоением частной собственности. Надеясь материальное богатство самодовлеющей демонической властью, он не только не открывал путей для преодоления подчинения человека вещам, но вел к еще большему усилению этого подчинения. Он звал вернуться «к *неестественной простоте бедного*, грубого и не имеющего потребностей человека, который не только не возвысился над уровнем частной собственности, но даже и не дорос еще до нее»². При всем том коммунисты-утописты были искренни в своих заблуждениях. Их ограниченность носила исторический характер.

Нынешние китайские руководители не столь наивны,

¹ Г. Мабли. Избранные произведения. М.—Л., 1950, с. 143.

² К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 115.

чтобы не сознать в век научно-технической революции преимуществ высокоразвитой индустрии. Напротив, создание мощного промышленного потенциала — их заветная мечта, на осуществление которой брошены сегодня огромные людские ресурсы и значительные средства. Однако было бы заблуждением полагать, что главной и непосредственной целью прилагаемых усилий является подъем благосостояния народа, создание условий для наиболее полного удовлетворения материальных и духовных запросов людей. Целью развития производства стали возобладавшие на питательной почве мелкобуржуазного и восточнодеспотического атавизма экспансионистские устремления клики Мао Цзэ-дуна, принесшей в жертву своему шовинизму построение социализма в Китае.

Несоответствие гегемонистских планов и отсталой экономики — несоответствие, усугубляемое авантюрами наподобие печально известного «большого скачка» и драматизируемое националистическим самолюбием, — породило политические спекуляции и идеологические извращения. Снова на щит был поднят идеал бедного и не имеющего потребностей человека. Но на сей раз отождествление бедности с нравственным совершенством приобрело отчетливый конъюнктурный характер.

Если у коммунистов-утопистов наделение бедности положительными качествами должно было примирить человека с действительностью, которая, по их мнению, никогда не смогла бы обеспечить материального изобилия, то у маоистов оно ханжески маскирует их действительные политические цели. В плане внешней политики бедность провозглашается синонимом революционности и антибуржуазности, чтобы придать «естественный» характер несовместимости интересов «бедных» и «богатых» стран, «наций-буржуа» и «наций-пролетариев», противопоставить Советский Союз в одной группе с империалистическими государствами развивающимся странам, к которым Китай относит и себя. Во внутрен-

ней политике бедности отводится роль катализатора, призванного сжать сроки превращения Китая в могучую военную державу, способную навязывать свою волю другим народам. При этом аскетизм отнюдь не рассматривается пекинским руководством как сугубо временный инструмент, нужный лишь для накопления материальных ресурсов и создания стартовой площадки индустриализации. Речь скорее идет о непреходящем этическом принципе, без постоянного внушения которого не только невозможно движение к сконструированному по рецептам Мао Цзэ-дуна «коммунизму», но и само существование этой карикатуры на коммунизм. Ведь согласно учению «великого кормчего» только «бедность побуждает к переменам, к действиям, к революции», и поэтому «страшно подумать о том времени, когда все люди будут богатыми»¹.

Это абсурдное противопоставление материального благополучия и революционности, превращение противоположного и противного человеку состояния бедности, от которого он всегда стремился избавиться, в вечный источник и двигатель исторического прогресса не могло не иметь самых печальных последствий для китайского народа. По мысли Мао, повторяемой изо дня в день массовой пропагандой, освобождение человека от «химер» цивилизации, от «разъедающей ржавчины» благосостояния и комфорта ведет к моральному очищению, к отказу от «эгоистических» личных интересов, к равенству, не затуманенному никакими индивидуальными, отличными от общей массы желаниями. В результате якобы формируется лишенная потребительской односторонности, движимая исключительно высоким сознанием и революционным энтузиазмом «новая всесторонне развитая личность».

Но коммунизм — это вовсе «не утрата порожденного

¹ Цит. по кн.: А. Арзамасцев. Казарменный «коммунизм». М., 1974, с. 156.

человеком предметного мира, не утрата принявших предметную форму сущностных сил человека, не возвращающаяся к противоестественной, неразвитой простоте нищета»¹. Личность, у которой отнята возможность выйти за порог навязанной ей материальной нужды, не может быть всесторонне развитой уже хотя бы потому, что постоянная озабоченность удовлетворением самых необходимых физических потребностей не оставляет времени на что-либо другое, препятствует росту интеллектуальных, эстетических, социальных интересов. Происходит не «раскрепощение», а закабаление личности, ибо царство свободы «начинается в действительности лишь там, где прекращается работа, диктуемая нуждой и внешней целесообразностью»².

Пекинские пропагандисты любят распространяться о революционном энтузиазме, противопоставляя его принципу материальной заинтересованности работника в результатах своего труда. Согласно маоистским установкам одно полностью исключает другое. Энтузиазм неведом тому, кто отравлен «ядом материальных стимулов», а человеку, вооруженному «идеями председателя Мао», ни к чему обладание материальными благами, разве что минимально необходимыми. Но сочетание моральных и материальных стимулов является объективным экономическим законом социализма, многократно проверенным практикой. Еще в первые годы существования Советского государства В. И. Ленин обращал внимание на взаимообусловленность трудового воодушевления, творческого порыва, самоотверженности, с одной стороны, и соответствующего вознаграждения по труду — с другой. «Предпочтение в ударности, — говорил он, — есть предпочтение и в потреблении. Без этого ударность — мечтание, облачко, а мы все-таки материали-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 169.

² К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 25, ч. II, с. 386.

сты. И рабочие — материалисты; если говоришь ударность, тогда дай и хлеба, и одежды, и мяса»¹.

Игнорирование пекинскими лидерами принципа материальной заинтересованности неизбежно должно было перечеркнуть все их надежды вывезти воз экономики с помощью одного «сверхреволюционного» энтузиазма. Гонконгский журналист Д. Дэвис, посетивший Китай в 1975 году в период уборки урожая, с удивлением отмечал: «Во время моей предыдущей поездки... страна поражала упорным трудом и энтузиазмом ее народа. Ныне же большинство крестьян, находившихся в поле, сидело, устремив взоры куда-то в пространство, а не работало... Я не помню, чтобы наблюдал такое безразличие или вялость прежде»². Все чаще в дело вмешивается армия, подразделениям которой отдается приказ следить за тем, чтобы крестьяне не уклонялись от работы. «Высокая сознательность» произрастает на ниве неприкрытого принуждения, маоистскую «идею» подпират солдатский штык.

Зреющее недовольство, явившееся следствием ограничения потребностей и потребления, дает о себе знать и среди рабочего класса. На предприятиях неустанно «разоблачаются» и подвергаются публичному ostracismу «буржуазные элементы», проявляющие непонимание лозунга «больше работать — меньше получать». Не всестороннее развитие человека, а его всестороннее подавление, не духовное богатство и социальная активность личности, а безликость «вечно нержавеющей винтиков» и слепая исполнительность — вот производные культа аскетизма. Насильственно внедряемая бедность требует казарменной дисциплины. А казарма, вполне понятно, исключает всякую духовность. Многие тысячи людей умственного труда, представители творческой интеллигенции проходят «трудовое перевоспитание» на тяжелых

¹ В. И. Ленин. Полн. собр. соч., т. 42, с. 212.

² «Литературная газета», 1975, 9 июля.

физических работах в сельском хозяйстве, где они «очищаются от скверны» образования и культуры.

Точно так же, как нелепо говорить о расцвете личности в условиях тотального насилия, нельзя говорить и о социальном равенстве на основе равного материального минимума. Нивелировка мыслей, желаний и вкусов людей посредством отказа им в праве на «богатую человеческую потребность» превращает равенство в собственную противоположность. Сегодняшний Китай, в котором над громадной, унифицированной, занятой изнурительным физическим трудом массой возвышается бюрократический Олимп с полубожественным духовным пастырем на вершине — элитарное государство в худшем и крайнем своем варианте.

Аскетический идеал маоисты и их леворадикальные единомышленники стараются выдать за антипод потребительства. Но о чем говорит китайская действительность? Вместо конформистского, рабски склоняющегося перед материальными благами и бездуховного потребительского сознания здесь в широчайших масштабах насаждается столь же конформистское, столь же рабски несвободное от власти вещей и столь же чуждое разуму и культуре аскетическое сознание. По существу маоистское восхваление «очищающей» бедности — это аналог буржуазно-мещанского потребительства, но только со знаком минус. Аскетизм не что иное, как культ потребления навыворот, когда господство вещей над человеком проявляется не в одностороннем притягивании, а в одностороннем отталкивании.

В обоих случаях человек одинаково наделяет вещи самостоятельной нечеловеческой силой, в равной мере не способен превратить их в своих слуг, помогающих ему развить и раскрыть все богатство своей индивидуальности.

НОВОЕ „КАЧЕСТВО ЖИЗНИ“?

Экология вместо экономики

«Качество жизни» — эти два слова в последние годы произносятся на

Западе особенно часто. Одним из первых среди буржуазных идеологов о «качестве жизни» более полутора десятков лет назад заговорил Дж. Гэлбрейт. Данное понятие носило у него в то время довольно произвольный характер и служило скорее эмоциональным термином, призванным подчеркнуть реальность и остроту угрожающих капитализму кризисов, нежели определяло какую-то социально-экономическую программу.

В книге «Экономика и общественная цель» американский профессор пишет: «В прежних своих работах я доказывал, что *качество нашей жизни* (здесь и далее курсив мой. — В. М.) будет страдать от одностороннего акцента на производстве потребительских товаров как социальной цели; что окружающая среда попадет в беду; что мы испытаем крупные неприятности из-за несоразмерности развития общественных услуг, оказываемых государством, и услуг, находящихся в ведении частной экономики; и что некоторые чрезвычайно мрачные проблемы возникают в связи с усилением власти корпоративной и государственной бюрократии и использованием ею этой власти, включая контроль над военной промышленностью и развитием техники, в своих собственных интересах... Первоначальная реакция на приведенные доводы, когда перспектива их казалась более благоприятной, чем сейчас, отнюдь не походила

на желание действовать... Но факты, о которых шла тогда речь, уже вторглись в нашу жизнь, причем с силой, какую я не предвидел»¹.

Теперь самые разные авторы — твердокаменные апологеты капитализма, сторонники либеральных реформ, леворадикалы, правые социал-демократы — считают обязательным для себя порассуждать о «качестве жизни», вкладывая в это словосочетание вполне определенное политическое и идеологическое содержание.

У. Ростоу в книге «Политика и стадии роста», продолжающей его работу «Стадии экономического роста», говорит о том, что «общество массового потребления» все больше внимания уделяет *«поиску качества жизни»*, стремясь решить проблемы социального благосостояния, законности, порядка и безопасности². З. Бжезинский полагает, что в отличие от «индустриального общества», где «приобретение благ и накопление личного богатства стало для небывалого числа людей особой формой социальных достижений», представители научно-технической элиты в «технотронном обществе» получают возможность «посвятить себя задаче приспособления науки к человеческим потребностям, и эта задача наряду с растущей заботой об *улучшении качества жизни* превращается для них в моральный императив»³. В предыдущей главе уже приводилось высказывание о «качестве жизни» Д. Белла. Вот еще одно его суждение на этот счет: «Политика будущего... будет состоять не в ссорах между функциональными группами с различными экономическими интересами из-за распределения национального продукта, а в заботах объединенного общества... Такие заботы будут обращены на привитие нашим лидерам чувства социальной ответственности за

¹ John K. Galbraith. Economics and The Public Purpose, p. XI.

² W. W. Rostow, Politics and the Stages of Growth, Cambridge, 1971, p. 230—231.

³ Z. Brzezinski, Between Two Ages, p. 14.

свои действия, на потребности в повышенном комфорте, красоте и *лучшем качестве жизни*, предусматривающем благоустройство наших городов, более дифференцированную и интеллектуальную систему образования и совершенствование характера нашей культуры»¹. Свою лепту в новомодное увлечение вносит и Г. Маркузе. «Переход от роста благосостояния к *новому качеству жизни* — так должно происходить, — утверждает он, — становление свободного общества. Данный качественный сдвиг должен охватить сами потребности, внутреннюю структуру человека»².

Во всех приведенных высказываниях четко прослеживается противопоставление «качества жизни» потребительской ориентации капиталистического общества. Это реакция на обнаруженную вдруг многими на Западе пугающую закономерность. Достижения науки и техники, увеличение валового национального продукта, демонстративное благополучие «среднего класса», материальный достаток, отраженный в витринах универсамов, личных гаражах, коттеджах, автострадах и т. д., не только не уменьшили общественных конфликтов и индивидуальной неудовлетворенности, но породили новые очаги недовольства и протеста, вызвали прилив разочарования, пессимизма, отчуждения. Именно ощущение тупика, в который зашло «общество потребления», растущий протест людей, потерявших среди вещей, бесцельность материальных благ заменить цель и смысл жизни — все это побудило буржуазных и социал-реформистских теоретиков превратить давнишнее предостережение Гэлбрейта в политический лозунг, а последний развернуть в целую идеологическую концепцию.

Такая концепция, бесспорно, существует, хотя вряд ли можно назвать идеолога, который бы изложил ее в систематическом виде. Более того, наблюдается значительный разнобой в определении параметров «качества

¹ Daniel Bell. Op. cit., p. 367.

² H. Marcuse. An Essay on Liberation. p. 40.

жизни», в степени противопоставления его ценностям «общества потребления». Некоторые авторы проводят мысль о необходимости дополнить производство и потребление товаров иными, не столь узкомеркантильными и больше повернутыми к человеческой личности общественными целями. Другие считают, что само понятие «качество жизни» применимо не ко всему обществу, а лишь к незначительной его части, способной возвыситься над «примитивной потребительской массой». Третьи связывают «новое качество жизни» с полным отказом от нынешних потребностей, и прежде всего тех из них, которые касаются потребления материальных благ.

Однако при всей этой разноголосице и нетождественности политических программ создатели концепции «качества жизни» приходят, в сущности, к одинаковым выводам. Главный из них гласит: экономический рост, увеличивавший до сих пор валовое потребление в развитых капиталистических странах, должен быть приторможен. Причем ряд приверженцев указанной концепции считает, что этого недостаточно и следует вести речь не просто о замедлении индустриального развития, а о его замораживании на достигнутом уровне или даже о сокращении производства и потребления различных материальных благ.

Теоретическим основанием «ограниченного», «нулевого» или «отрицательного» роста является тезис о существующей будто бы прямой связи между развитием современной экономики и стремительным истощением ресурсов нашей планеты. На смену оптимистическим прогнозам беспредельного изобилия, которые были характерны для западных ученых в начале 60-х годов, пришли апокалипсические пророчества конца света, ознаменовавшие начало следующего десятилетия. Появилось огромное количество литературы, где рисуются картины глобальной деградации природы вследствие нарастающего поглощения ее богатств развивающейся промышленностью и загрязнения производственными

отходами земли, воздуха и воды; где витает призрак вероятной катастрофы в результате уничтожения человечества плодами его собственной цивилизации. Спасение от экологической опасности — вот, согласно концепции «качества жизни», первая цель мирового сообщества людей, особенно же населения развитых стран, и для ее осуществления нет иного средства, кроме замедления, замораживания или сокращения потребления.

Подобное противопоставление экологии экономике ярко отразилось в нашумевшей книге «Пределы роста», подготовленной группой американских исследователей из Массачусетского технологического института во главе с профессором Дэннисом Медоузом. Бесконечный рост потребления в конечной системе, каковой является Земля, невозможен, утверждает в книге, и стремление продолжать его грозит вообще остановить всякое общественное развитие и даже саму жизнь. «Если исходить из предположения, что в нынешней системе не произойдет коренных изменений, — предсказывают массачусетские ученые, — рост народонаселения и производства неизбежно прекратится самое позднее в следующем столетии»¹. Чтобы избежать последующей агонии и гибели человечества, необходимо, по мнению авторов, остановить рост потребления.

К буржуазным авторам, противопоставляющим экологию и экономику, присоединяет свой голос и известный английский историк Арнольд Тойнби. Оставаясь в целом в русле обычной для сторонников замедления экономического роста аргументации, он привносит в нее и оригинальные штрихи, о чем свидетельствует, например, его статья в газете «Обсервер». В ней Тойнби предсказывает, что скоро индустриальное развитие прекратится во всех без исключения промышленных регионах мира. Это произойдет независимо от общественно-политического устройства государств и невзирая на желания

¹ D. Meadows and others. The Limits to Growth. N. Y., 1972, p. 126.

их народов. Одинаковая участь постигнет, по его утверждению, Европу, Северную Америку, Советский Союз и Японию. Мало того, во всех «механизированных странах» развитие повернет вспять, начнется непрерывный экономический спад. Материальные условия жизни станут столь же суровыми, как и в период обеих мировых войн, с той, правда, неутешительной разницей, что те лишения были временными, а в перспективе — лишения постоянные. И они будут становиться все более суровыми. Гражданские войны, голод и эпидемии начнут косить народы, «переросшие рамки своих средств к существованию».

Картина получилась жутковатая. Однако там, где пессимизм автора достигает, казалось бы, апогея, вдруг выясняется, что на дне бездны, в которую падает несчастное человечество, для него приготовлен приятный сюрприз. «Общество, которое идет к материальному упадку, — пишет Тойнби, — может возвышаться в духовном отношении... Утрата нашего изобилия будет крайне тяжела, и сжиться с ней будет, конечно, трудно. Но в некоторых отношениях это, может быть, тот случай, о котором говорят: не было бы счастья, да несчастье помогло, — нам надо лишь быть на высоте положения, сколь оно ни серьезно»¹.

Итак, суммируя доводы различных авторов, приложивших руку к формулированию концепции «качества жизни», можно представить ее основные положения в такой логической последовательности: рост экономики неизбежно ведет к истощению природных ресурсов, разрушению окружающей среды и тем самым к губительным последствиям для всего людского рода; единственный выход состоит в замедлении или прекращении этого роста, для чего нужно резко ограничить потребление; потеряв материально, человечество приобретет духовно, проиграв в *количестве*, оно выиграет в *качестве*.

¹ См.: «Литературная газета», 1974, 24 июля.

На первый взгляд может показаться, что как поставленный диагноз, так и предлагаемые способы лечения социально нейтральны, что болезнь не выдумана и носит действительно «общечеловеческий» характер, что никто не собирается лечить больных за счет здоровых. Но стоит повнимательней присмотреться к терапии, осуществляемой по рецептам концепции «качества жизни», и от благородства якобы обеспокоенных здоровьем человечества врачей-врачевателей, во всяком случае преобладающего большинства их, не остается и следа. Не здоровье человечества, а жизнеспособность капитализма тревожит их. Не борьба с потребительством буржуазного общества, а наступление на жизненный уровень трудящихся является сущностью всех их ухищрений. Чем больше говорят и пишут буржуазные и социал-реформистские теоретики о «качестве жизни», тем очевиднее проступает за их псевдогуманистическими декларациями стремление идеологически обосновать и оправдать практические политические и экономические акции государственно-монополистического капитала, приносящего в жертву своим корыстным узкоклассовым интересам насущные нужды миллионов людей.

Социальный смысл концепции «качества жизни» обнаруживается уже в попытках ее приверженцев утвердить в определении судеб человечества приоритет экологических проблем над экономическими и представить дело таким образом, будто расхищение природных богатств и загрязнение окружающей среды не имеет никакого касательства к характеру господствующих общественно-экономических отношений. Однако факты убеждают в другом. Ни производство, ни техника, ни потребление сами по себе не могли породить экологического кризиса. Это сделал капитализм с его неумолимой погоней за чистоганом, с его применением принципа «использовал — выбросил» как по отношению к обществу, так и к природе.

Десятилетиями продолжалось подчиненное бездуш-

ному утилитаризму разграбление и разрушение окружающей человека среды: насиловались земные недра, сводились леса, отравлялись водоемы и атмосфера. Именно потребительское отношение капитализма к природе стало причиной реальностей, которые уже давно перестали быть сенсационными. Только в США ежегодный ущерб от загрязнения воздуха оценивается в 16 миллиардов (!) долларов. Каждый день в городах этой страны прибавляется 300 тысяч тонн неубранного мусора. Такие примеры можно продолжать и продолжать.

И вот теперь, когда разрушение природы во многих буржуазных государствах достигло такой степени, что оно стало наносить возрастающий вред самим корпорациям, когда огромного накала достигли протесты населения против катастрофического загрязнения окружающей среды и правящие круги в целях самосохранения были вынуждены наконец принять некоторые меры в защиту природы, буржуазные идеологи и политики поспешили превратить само это обращение к экологическим проблемам в инструмент упрочения господства капитала. Плотная завеса изощренной экологической демагогии должна была лишь скрыть истинные побуждения господствующей элиты.

Один из наиболее позорных парадоксов превращения власть имущих западного мира в ревностных поборников защиты природы состоит в том, что сохранение окружающей среды, в разрушении которой большой бизнес побил все рекорды, превратилось для него в выгоднейшую сферу приложения капитала. Например, многие промышленные компании Америки, усердствуя под нажимом законодательства об охране природы технологию производства и извлекая за счет этого дополнительные прибыли, получают от государства налоговые скидки на инвестиции, а в ряде случаев и полное освобождение от налогов на собственность и продажи. Таким образом, растущее бремя расходов ложится

на рядовых налогоплательщиков. Но этим хозяева капиталистической промышленности не ограничиваются. Как констатируется в ежегодном отчете американского Совета по качеству окружающей среды, «подавляющую часть издержек частных фирм, связанных с устранением загрязнений, оплачивает потребитель в форме более высоких цен на продукты»¹. При этом надо отметить, что часто очистные мероприятия носят символический характер и служат лишь предлогом для взвинчивания цен.

Не меньшее, а может быть, даже большее значение имеет политический аспект проблемы. Сегодня поддержание экологического равновесия, сохранение и восстановление природных богатств представляет плацдарм, где сталкиваются коренные интересы бизнеса и труда. Оздоровление окружающей среды стало для широких народных масс такой же жизненно важной проблемой, как и забота о хлебе насущном. Понятно, что буржуазия стремится использовать весь свой огромный опыт политических манипуляций с целью перехватить у прогрессивных сил, у коммунистических партий контроль над столь взрывоопасным участком борьбы, не допустить его превращения в арену классовых битв. Вот почему наряду с традиционной хищнической практикой — либо завод будет дымить по-прежнему, либо безработица — отчетливо проявляется и другая тенденция. Буржуазия преисполнена желания растворить в экологической проблематике классовые антагонизмы, сохранить и укрепить власть монополий при помощи новых методов социального маневрирования.

Стремясь нейтрализовать социальную взрывоопасность экологического кризиса, буржуазные идеологи не только затушевывают классовое содержание проблемы взаимоотношения природы и общества, но и все определеннее пытаются переключить энергию трудящихся с

¹ „Environmental Quality. The Fourth Annual Report...“. Washington, 1973, p. 104.

классовых задач, которые объявляются «преходящими», «эфемерными», на «чисто» экологические, важность которых непреходяща. Одни при этом, как, например, Д. Белл, зовут оставить «ссоры между функциональными группами с различными экономическими интересами из-за распределения национального продукта» и сообщая, в мире и согласии, служить делу «спасения» человечества. Другие изыскивают способы «выпустить пар», направив социальный протест масс против научно-технического прогресса, якобы повинного в нарушении равновесия в природе, против стран — производителей нефти, будто бы ответственных за энергетические трудности Запада и заставляющих его экономить на мерах против загрязнения среды.

Но никакие политические и идеологические трюки не в состоянии скрыть неспособность капитализма наладить рациональное природопользование. Для стран Запада экологический кризис по-прежнему остается грозной действительностью. Нереально ожидать, чтобы крупный бизнес действовал руководствуясь чем-то иным, кроме эгоистических интересов максимизации прибыли. Буржуазно-потребительский взгляд, видящий будущее человечества исключительно через призму тонн, метров, штук произведенных товаров, точно так же смотрит и на природу.

В ситуации, когда попытки капиталистических государств решить проблему защиты окружающей среды не дают искомого результата, чрезвычайно удобным для их правящих кругов оказалось спроецировать в сферу потребления эту и многие другие неразрешимые проблемы капитализма. Скажем, «галопирующая» инфляция, рост дороговизны, валютно-финансовые потрясения в капиталистическом мире провозглашаются следствиями чрезмерного индивидуального потребления. И этой же причиной объясняются неудачи в преодолении экологического кризиса. А раз все беды от потребления, то трудящимся не следует возражать против государственных

мер «жесткой экономии», ставящих их перед необходимостью потуже затягивать свои пояса. Неразумно также с их стороны роптать по поводу экономических спадов и сопутствующей им безработицы. Ведь последние способствуют устранению пагубных результатов «чрезмерного» индустриального роста, разрушающего природу, и, стало быть, с точки зрения долговременной перспективы не так уж плохи.

Однако буржуазные и социал-реформистские радетели о «новом качестве жизни», призывающие сегодня к разрешению экологического кризиса за счет трудящихся и настойчиво твердящие об абсолютных природных границах экономического роста, старательно «забывают» упоминать об одном обстоятельстве. Уменьшение роста при неравном распределении непременно ведет к замораживанию потребления отдельных людей и целых социальных классов на теперешнем уровне. Такого рода отказ от «излишеств» в пользовании материальными благами во имя сохранения природы и улучшения «качества жизни» означает на деле не что иное, как закрепление и увековечение той пропасти, которая разделяет возможности потребления трудящихся и властвующей элиты.

Новая заплата на старом знамени	Из сказанного выше становится ясно, что порочность концепции
--	--

«качества жизни» состоит не в том, *какие проблемы* она поднимает, а в том, *каким ее авторы представляют себе их решение*. Рост производства и производительности труда любой ценой, необузданный культ потребления, нерациональное использование природных ресурсов и разрушение окружающей среды, игнорирование социальных, гигиенических и культурных условий жизни людей, неспособность общества предложить достойную человека альтернативу потребительству — все эти проб-

лемы, подвергающиеся критике сторонников улучшения «качества жизни», являются действительными и острейшими проблемами в развитых капиталистических странах. Посредством обычных механизмов государственного регулирования справиться с ними оказалось невозможным. «Социальные инвестиции» явно не выдержали конкуренции с инвестициями в те отрасли, где корпорации срываю́т наибольший куш.

И тут возникла дилемма: либо признать виновницей саму капиталистическую систему, ее социально-экономическую и политическую структуру и тем самым необходимость коренных общественных преобразований, либо же постараться обелить систему, придумав «внесоциальный» источник бед и обосновав возможность выхода из кризиса за счет внутренних сил капитализма. Апостолы «качества жизни» избрали второй путь, что при внешней новизне их концепции превратило ее лишь в новую заплату на старом апологетическом знамени капитализма.

«Независимым» от социального устройства общества источником неудовлетворительных качественных показателей жизни они объявили, как мы видели, технику, промышленное развитие, рост потребления материальных благ. Отсюда происходят два совершенно нелепых утверждения.

Прежде всего настойчиво внушается мысль, что «общество потребления» обеспечило всем своим гражданам материальный достаток и теперь трудящиеся живут даже «слишком хорошо», а их экономические требования завышены сверх всякой меры. Несостоятельность подобной демагогии уже была рассмотрена в предыдущих главах, и нет нужды повторяться. Следует только заметить, что порой ей поддаются и довольно острые и проницательные критики «общества потребления». Так, английский исследователь Малькольм Ньюэл, обрушиваясь в своей книге «Качество жизни» на потребительство и искусственное раздувание ложных потребностей,

уже на первой странице пишет, будто причина этого состоит в том, что «человек стал производителем товаров, количество которых превышает его потребности».

Второе утверждение приверженцев концепции «качества жизни» перекликается с первым и гласит, что, покуда не будут укрощены «потребительские инстинкты» трудящихся, будут раздаваться требования о повышении заработной платы. А выполнение этих требований лишает, дескать, нацию возможности сконцентрировать внимание и средства на тех сферах жизни, которые оставались до сих пор вне поля зрения. Выходит, что увеличение доли трудящихся в создаваемом ими национальном продукте является, по существу, непреодолимой преградой на пути качественного улучшения жизни общества и в итоге противоречит их же собственным интересам. Массы ставятся перед выбором: или *количество* — увеличение заработной платы, растущее удовлетворение материальных нужд, строительство дешевых квартир и т. п., или *качество* — образование, здравоохранение, культура. Но никак не то и другое вместе.

В данном случае сознательно затушевывается очевидная истина, что рабочий сможет дать своим детям такое же *качественное* образование, какое дает своим отпрыскам глава компании, если будет иметь для этого достаточный доход. Он сможет получать *качественную* медицинскую помощь, если окажется в состоянии оплачивать такие же крупные счета, как и его хозяин. Он сможет *качественно* питаться, отдыхать и черпать из духовной сокровищницы только при условии достаточно высокого благосостояния. Ведь и туристические поездки, и книги, и простой билет в театр стоят денег, причем во многих странах Запада немалых.

Практически речь идет лишь о еще более высоком качестве жизни для тех, у кого оно и без того высокое, при оплате издержек трудовыми слоями населения. Ведь даже, казалось бы, от всепроникающего и индифферентного по отношению к классовой принадлежности

людей загрязнения среды толстосумы страдают меньше, проводя время в домах и автомобилях с искусственным климатом и дыша воздухом фешенебельных курортов и загородных вилл.

Противопоставление качественной стороны жизни ее количественным характеристикам, разрыв их диалектической связи и взаимообусловленности не позволяет выйти за рамки реакционной утопии и той части сторонников концепции «качества жизни», которая искренне хотела бы преодолеть потребительский тупик современного буржуазного общества и указать путь к более достойному человеческому существованию. Развитие производительных сил, определяя исторический прогресс человечества, является тем фундаментом, на котором только и может качественно обогащаться жизнь людей. Это верно даже тогда, когда характер и цели производства искажены отжившими производственными отношениями. Именно в таком несоответствии и заключаются истоки поразившего капиталистический мир кризиса, а вовсе не в экономическом росте как таковом. Они таятся не в потреблении вообще, а в извращении его функций, в культивировании ложных или вредных для здоровья человека потребностей.

Следовательно, понятие «качество жизни» приобретает реальный смысл и покидает почву утопии, когда оно соотносится с понятиями «производственные отношения», «политический строй», «общественно-экономическая формация». Они-то и характеризуют качественную сторону жизни, в то время как производительные силы, составной частью которых является технико-экономический потенциал, есть ее количественная сторона. И поскольку более высокая общественная организация предполагает и более совершенную производительную базу, то улучшение *качества жизни* непосредственно зависит от роста и разнообразия *количества совокупного материального богатства*.

Такой подход помогает все расставить на свои места.

Шагом, который следует за признанием роста производства и потребления необходимой предпосылкой нормального человеческого существования, является выяснение вопроса о том, какой цели служит рост. Если он является самоцелью, то есть человек для него лишь средство, инструмент накопления богатства, то объективно-прогрессивный количественный фактор остается до поры до времени нереализованным и коренное качественное преобразование жизни отодвигается в перспективу. И напротив, если производство и потребление подчинены раскрытию физических и духовных возможностей индивида, то решение вопроса о качестве жизни становится реальной практикой, открывающей простор для самовыражения личности, для занятия полезным и дающим удовлетворение трудом, для образования, отдыха, социального творчества. Понятно, что осуществление второй цели — достижение подлинного качества жизни — возможно только в обществе, строящем коммунизм.

Сказанное, однако, не означает, что всякий призыв к лучшему качеству жизни в «обществе потребления» утопичен и реакционен. Следует четко различать отнюдь не тождественное содержание, которое вкладывают в такие призывы власть имущие капиталистического мира, их вольные или невольные глашатаи, и представители народных масс, левых сил, прогрессивных политических партий. Лозунг «качества жизни» в устах трудящихся является отражением их растущего разочарования в бездушном утилитаризме буржуазной действительности. Он свидетельствует о понимании ими того факта, что истинное человеческое счастье — это не только возможности материального потребления, но неизмеримо более широкий спектр человеческих ценностей, принципиально несовместимых с предлагаемым капитализмом. Сюда входят требования, которые не упоминаются буржуазными проповедниками «нового качества жизни». Это требования обеспечить социаль-

ную справедливость, раз и навсегда положить конец империалистическим войнам, предоставить широким массам доступ к сокровищам духовной культуры, покончить с расизмом, преступностью, насилием, аморализмом буржуазного общества.

Как отмечал Генеральный секретарь Компартии США Гэс Холл, теперь на «чашу весов брошена вся качественная сторона жизни... Многие из новых компонентов, которые влияют на качественную сторону жизни, не измеришь никакими цифровыми показателями»¹. Ни одна таблица национального дохода не в состоянии отразить всей глубины неотвязного, гнетущего чувства неуверенности в завтрашнем дне, незащищенности перед экономической стихией, растущей отчужденности, вызванной отстранением от участия в делах общества при капитализме, и напротив — оптимизма, чувства необходимости обществу, повышающейся роли и инициативы масс при социализме. Никакие выкладки экономистов не могут скрыть коренных различий между жизнью в «обществе потребления» с присущим ей унижением человека, постоянным, доводящим до невроза, до физического износа и морального опустошения страхом не выдержать гонку за «престиж» и жизнью в обществе, где царит подлинное социальное равенство и уважение достоинства человека, где население не страдает от инфляции, бурного роста цен и безработицы.

Взяв на вооружение лозунг «качества жизни», коммунистические партии Запада действуют в двух направлениях. Они разоблачают апологетический, антинародный характер буржуазно-реформистского толкования этого лозунга и в то же время привносят элемент сознания в массовое движение за улучшение условий труда, быта, социального обслуживания населения. Так, в ответ на политику «нулевого» или замедленного экономического роста, ограничения потребления трудящихся

¹ «XXIV съезд Коммунистической партии Советского Союза. Стенографический отчет», т. I, 1971, с. 416.

ся под предлогом изыскания средств на социальные нужды компартии и левые профсоюзы призывают рабочих требовать увеличения государственных расходов на цели образования, здравоохранения, развития общественного транспорта и охраны окружающей среды. Но необходимые деньги для этого должны быть получены не посредством взимания новых налогов с масс, а за счет отмены налоговых привилегий для капитала, большего налогообложения прибылей корпораций и крупных частных состояний.

Вместе с тем коммунисты разъясняют, что такие требования, будучи, безусловно, важным моментом в борьбе за улучшение качественных показателей жизни трудящихся, не являются конечной целью. Радикальное, всеобъемлющее решение проблемы невозможно в рамках «общества потребления» в силу исторической ограниченности капиталистической системы. Оно возможно лишь на путях последовательной борьбы против власти монополий, за революционное преобразование отношений собственности, за социализм. Только социалистическое общество способно предложить единственно достойную альтернативу потребительскому тупику, в котором нет спасения ни для человека, ни для природы.

Таким образом, проблема качества жизни далеко выходит за рамки того спекулятивно-апологетического значения, какое придали ему творцы модной ныне буржуазно-реформистской концепции. Она переросла в проблему сравнительной значимости двух существующих на нашей планете социальных систем, в поле соревнования двух диаметрально противоположных образов жизни, определяемых внутренними законами каждой системы. Способность решить эту проблему становится важнейшим критерием оценки капиталистического и социалистического общества.

О неуклонном повышении качественного уровня жизни народов социалистических стран свидетельствуют многие факты. Именно эти страны демонстрируют свою

способность обеспечить стабильный экономический подъем и рост потребления, которые не только не сдерживают, а в громадной степени ускоряют социальный и культурный прогресс. Именно в рамках нового общества, благодаря научному, плановому, с учетом длительных перспектив развитию производства и использованию природных ресурсов, стала возможной действительная гармонизация взаимоотношений человека и природы.

Уже сегодня, например, плановые органы социалистических государств, намечая, сколько взять у природы, во все более широких масштабах планируют, сколько вернуть ей. В оценке ресурсов наряду с критерием выгоды использования столь же важное значение приобретает критерий выгоды неиспользования. Заметные успехи достигнуты в СССР в комплексной разработке природных ресурсов, когда отходы одного производства используются как сырье для другого. Разумеется, и при социализме не исключены полностью факты, осложняющие рациональное природопользование. Буржуазная пропаганда с готовностью хватается за них, пытаясь с их помощью отрицать связь экологических проблем с характером общества. Но в условиях социализма недостатки в организации взаимодействия с природной средой возникают не благодаря, а вопреки его принципам, объясняются ошибками, некомпетентностью, безответственностью отдельных хозяйственников и исполнителей. С целью исключения подобных случаев принимаются самые решительные и всеобъемлющие меры, о чем свидетельствуют, в частности, постановления ЦК КПСС и Советского правительства об усилении охраны природы и более рачительном использовании ее ресурсов.

Обратную картину являет собой «общество потребления». Тщетность всех предпринимаемых здесь попыток ослабить экологическую напряженность обусловлена тем, что они не затрагивают истинных причин разрушения природы, рассматриваются буржуазными тео-

решениями и правительствами в отрыве от кардинальных социально-политических проблем современности. Капиталистическое производство и научно-технический прогресс подвержены влиянию стихии, соображения выгоды превалируют на Западе над интересами жизни и здоровья людей. Комплексный подход к утилизации богатств Земли попросту невозможен в условиях, когда конкурируют не только люди, но и отрасли производства, и природные ресурсы (в этом, кстати, одна из причин охватившего развитые капиталистические страны энергетического кризиса), и целые государства. Компания, которая уделила бы большее внимание общественным интересам, поставила бы себя в невыгодное положение по сравнению с компаниями, не обремененными расходами на охрану среды. А централизованные попытки такого рода, исходящие от капиталистического государства, подрывали бы позиции национального бизнеса на мировом рынке, так как увеличились бы внутренние цены, а значит, снизилась бы конкурентоспособность.

Поэтому-то в условиях капитализма гласом вопиющего в пустыне являются тревожные предостережения об отрицательных последствиях потребительской ориентации и бесполезны сотни рецептов исправления нарушенных связей человека с природой, которые не затрагивают социальных основ общества.

И все же из этого вовсе не следует, что из-за несовместимости капитализма с рациональным использованием природных богатств и его объективной неспособности наладить действенную охрану окружающей среды нужно ждать, пока во всем мире победит социализм. «Наша планета все более становится планетой Человечества. И люди, в условиях какого бы общественного строя они ни жили, самой действительностью убеждаются в необходимости заботы о единой основе своего существования, в необходимости учитывать самые отдаленные последствия своей деятельности не просто на

том или ином участке Земли, а в биосфере в целом»¹. Вот почему так актуален вопрос о расширении международного сотрудничества государств, в том числе с различным политическим строем, в деле охраны природы и эксплуатации ее богатств. Это, впрочем, касается и других аспектов качества жизни — образования, здравоохранения, культуры.

Но сотрудничество народов и стран не означает сотрудничества антагонистических классов, противоположных социальных систем. Совпадающие в ряде моментов обоюдные стремления и действия в улучшении качественных показателей жизни не исключают, а предполагают со стороны всех прогрессивных сил последовательную борьбу против капитализма, за торжество социализма. А это означает и разоблачение всех попыток извратить вопрос о качестве жизни, которое по сути своей является классовым понятием.

Недостаток материальных благ и тем более не избыток их грозит человечеству. Действительной бедой является крайне несправедливое их распределение в капиталистическом мире, именно там, где некоторые приверженцы концепции «качества жизни» считают уместным говорить о «перепотреблении» трудящихся. Всякие попытки насильственно ограничить потребление масс под предлогом улучшения качества их жизни являются фарисейскими или утопическими, они обнаруживают полную негодность средств и демагогичность целей, служат в конечном счете продлению жизни капиталистической системы. Капитализм же не способен обеспечить объективного качества жизни, то есть возможностей для полного развертывания и реализации человеческой индивидуальности, и во все меньшей степени обеспечивает субъективное качество жизни, то есть ощущение удовлетворенности условиями своего существования.

¹ И. Д. Лаптев. Социально-философские аспекты взаимодействия общества и природы. М., 1975, с. 59.

Более высокое качество жизни неразрывно слито с более высокой социальной организацией общества. Оно совпадает с историческим движением человечества к коммунизму. И никакие идеологические спекуляции не в силах отменить эту истину, никакие попытки буржуазии прикрыть новыми заплатами изрядно потрепанное знамя «общества потребления» не в состоянии скрыть его зияющие прорехи, освежить его поблекшие краски. В соревновании двух социально-политических систем, двух образов жизни, рядом с показателями производства товаров все большее значение приобретают факторы, связанные с тем, в каких целях используются научно-техническое могущество человека и его растущая власть над природой, что может сделать то или иное общество для интеллектуального, нравственного и социального развития личности.

По всем этим пунктам «обществу потребления» и его идеологической защите нечего предложить в идейном противоборстве с социализмом, кроме губительной для человека гонки за призрачным приобретательским «счастьем» или столь же губительного отказа от богатой потребности человека, нуждающегося «во всей полноте человеческих проявлений жизни»¹.

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 125.

МАТЕРИАЛЬНОЕ И ДУХОВНОЕ

Враги или союзники? В довольно пестрой мозаике современных буржуазных течений, кон-

цепций и взглядов, порой даже конфликтующих между собой в рамках одного мировоззрения, обнаруживается редкая солидарность, когда решается вопрос о соотношении материальных и духовных ценностей. Чуть ли не любой из упоминавшихся в этой книге буржуазных философов, социологов, политологов и экономистов если не считает материальное и духовное начала в жизни людей взаимно враждебными, то уж, во всяком случае, разгороженными внушительной и труднопреодолимой стеной.

Арнольд Тойнби, как помнят читатели, полагает, что материальная деградация человечества является предпосылкой его духовного расцвета. Столь же категоричен в своих выводах и Пол Холландер. Согласно его утверждению, точно так же, как неограниченный индивидуализм несовместим с общностью людей, а гедонизм с пуританством, «материальное богатство несовместимо с духовным обновлением». Западногерманский профессор Эмиль Кюнг, специализирующийся в области социологии и экономики, предсказывает, что переход от «общества потребления» к «обществу культуры» невозможен без «добровольного согласия экономических субъектов постепенно стабилизировать свое потребление». Этому должно, по мысли автора, предшествовать все большее обострение конфликта между материальными и нематериальными ценностями, между индивидуальными потребностями в вещах и коллективными потребностями в этических и эстетических благах.

Дж. Гэлбрейт, менее других западных идеологов склонный к абсолютам, проводит данное противопоставление в несколько смягченной форме. «За пределами сферы товаров и услуг (кто бы их ни поставлял) и спроса на них (пусть только внушаемого), — пишет он, — находится еще один мир — мир эстетических запросов и переживаний»¹. Спустя пять страниц он же, критикуя господство в современной Америке узкоэкономических целей, замечает: «Поневоле испытываешь известные колебания, когда приходится утверждать, что ради *Прекрасного* стоит пожертвовать некоторой долей прироста валового национального продукта; это показывает, насколько успешно удалось приспособить наши убеждения к нуждам индустриальной системы»².

Наконец, материальные потребности рассматриваются как нечто противоположное «освобождению личности» представителями мелкобуржуазного левого радикализма.

Не следует думать, что все эти утверждения носят спекулятивный характер и продиктованы одним лишь стремлением ограничить материальные запросы масс в угоду правящему классу. Такая тенденция, о чем говорилось в предыдущей главе, имеет место, но было бы в корне неверно сводить все к ней. Выводы буржуазных авторов в значительной мере опираются на малоутешительные реалии «общества потребления», которое на каждом шагу демонстрирует свою враждебность подлинной духовной культуре. Самоцельный коммерческий расчет материализуется в крикливой и нарочито шокирующей рекламе, в антиэстетизме и аморализме на экране, в безвкусице всевозможных «шоу» и низкопробности «массового» чтива. Взаимосвязаны такие явления, как культ вещного богатства и антиинтеллектуализм, наложивший печать на общественное сознание и общественную мысль на Западе. Несомненна также зависимость

¹ Дж. Гэлбрейт. Новое индустриальное общество, с. 402.

² Там же, с. 407.

между ростом в развитых капиталистических странах производства и потребления товаров, с одной стороны, и проникновением в различные слои населения чуждой духовным интересам потребительской психологии и идеологии — с другой. Короче, в «обществе потребления» многое говорит за то, что материальное и духовное находится в состоянии расщепления, разлада и взаимоисключения.

Но значит ли это, что таково естественное, существующее от века и навсегда predetermined соотношение и взаимодействие вещного и духовного богатства в жизни общества? Значит ли это, что указанное явление в равной степени присуще любой социальной системе?

Многовековая эволюция человечества дает возможность увидеть классовые истоки противопоставления материальных и духовных потребностей. Их антагонизм родился из исторически возникшего разделения умственного и физического труда. Поначалу процесс общественного производства был единым, но в период становления рабовладельческого общества с увеличением многообразия, сложности и объема работ происходит отделение организаторских функций от исполнительских, интеллектуальных — от практических. На долю непосредственных производителей, затрачивавших все больше времени на создание материальных благ, оставалась лишь простая физическая работа. Все же духовные функции сосредоточивались у немногих привилегированных, свободных от тяжелого физического труда и получавших доступ к материальному богатству, власти, культуре.

В этом была историческая необходимость — малопродуктивный труд не в состоянии был дать жизненные средства, достаточные для того, чтобы все члены общества могли развивать свои способности. Лишь небольшой слой эксплуататоров, а также людей интеллектуального труда — ученых, философов, художников, писателей — имел возможность существовать за счет

материальных благ, которые производились другими людьми.

Однако отделение умственного труда от физического и превращение их в противоположности должно было неминуемо повлечь за собой и отделение духовного потребления от материального. Возникла иллюзия, будто человек, занятый непосредственным материальным производством, вообще утрачивает возможность производить и потреблять духовно. А поскольку, лишаясь *возможности* интеллектуальной деятельности, он ослаблял и свои *способности* к ней, то сложилось представление о враждебности материального производства и потребления духовному развитию. В «обществе потребления» это на первый взгляд подтверждается тем фактом, что большинство людей здесь покупают престижные вещи и добиваются материальных удобств ценой отказа от духовных потребностей, от саморазвития. За очевидностью данного обстоятельства как-то теряется другая истина: в индустриальных странах Запада созданы условия, когда легче приобрести в кредит автомобиль, чем, допустим, дать своим детям образование. В то же время «высшая каста» в полном объеме и ассортименте может вкушать плоды и духовного и материального производства.

Товарный фетишизм, наиболее полно проявившийся при капитализме, довершил дело. Он абсолютизировал вещную форму общественного богатства, вселил веру в совершенно самостоятельное господство продукта труда над производителями и потребителями, превратил человека в раба вещи, доведя до гипертрофии ее гедонистическую функцию, породил страх перед якобы присущей материальным благам способностью развращать людей нравственно и опустошать их духовно. Еще в XVIII веке Габриэль Мабли, призывая к воздержанности, утверждал, что презрение к материальному богатству просветляет разум и ведет к победе духа над страстями. И наоборот, удовлетворение даже невинного желания в том

или ином материальном благе сверх необходимого для поддержания жизни минимума будит изобретательность страстей, вызывает десятки других желаний, плодит пороки и разрушает личность. «Люди, — по словам Маб-ли, — сотворены так, что они лучше устоять могут против напастей, нежели против благополучия»¹. В более позднее время теоретик уравнительного социализма Пьер Прудон писал: «Назначение человека на земле — совершенство духовное и нравственное; это назначение требует от него умеренного образа жизни»².

Противопоставление двух сторон человеческого существования в период капитализма отразилось не только в воззрениях идеологов крестьянства и городской бедноты. Оно дало о себе знать в элитарно-аристократических концепциях Ницше, Шпенглера, Ортеги-и-Гассета и других буржуазных философов. Согласно их учениям духовная культура является исключительно монополией стоящих на общественной вершине «господ», в то время как удел массы «рабов» — удовлетворение примитивных материальных нужд, низменных, бездуховных потребительских интересов. Объективные причины столкновения между собой материальных и духовных потребностей в капиталистическом обществе имеют один — классовый — фундамент. Но субъективные побуждения, которыми во все времена руководствовались представители противоположных классов, отнюдь не одинаковы, как различна и социальная направленность их позиций, даже если они совпадают по форме.

Идеологи трудящихся домарковского периода полагали, что количество материальных благ ограничено самой природой и ими нельзя обеспечить всех людей в изобилии. Поэтому стремление к благосостоянию могло быть, по их убеждению, лишь борьбой за вещное богатство,

¹ Г. Маб-ли. Разговоры Фокионовы о сходности нравоучения с политикою, собранные греком Никоклесом. Спб., 1772, с. 4.

² П. Прудон. Бедность как экономический принцип. М., 1908, с. 17.

где одни получали много и становились рабами порочного желания иметь еще больше, другие же лишались всего. В отличие от материальных духовные блага не ограничены. А значит, и обладание ими никому не может повредить, зато пользу принесет всем, поскольку отвлечет людей от пагубного стремления к благополучию, исключит из их жизни несбыточные мечты об изобилии и в довершение сделает всех непритязательными, добрыми и умными.

Этому идеалу «антиматериального» равенства идеологи властвующей элиты противопоставили идеал «антиматериального» неравенства. Для них утверждение приоритета духовных ценностей и их несовместимости с материальными запросами трудящихся превратилось в орудие закрепления интеллектуального превосходства «верхов», увековечения их идеологического и политического господства. С самого начала показное пренебрежение аристократических снобов к материальным благам было особенно отвратительно потому, что сами они, как правило, имели эти блага в избытке.

В известной мере к проповедникам духовного элитаризма примыкает и та часть буржуазной интеллигенции, которая, не понимая истинного соотношения материального и духовного, считает всякий индустриальный прогресс угрозой духовным ценностям. «Трудно назвать, — писал по этому поводу известный английский писатель и ученый Чарлз Перси Сноу, — хотя бы одного первостепенного писателя (на Западе. — В. М.), который был бы искренне увлечен промышленной революцией и увидел бы за уродливыми бараками, дымящимися трубами и торжеством чистогана жизненные перспективы, открывшиеся для бедных и пробудившие у 99 процентов его сограждан надежды, знакомые раньше только редким счастливым... Хорошо нам, располагая всеми жизненными благами, рассуждать о том, что материальные ценности не имеют такого уж большого значения. Если кто-нибудь по доброй воле решил отречься от цивилиза-

ции — пожалуйста... Если этот человек согласен довольствоваться скудной пищей, видеть, как его дети умирают в младенчестве, готов... жить на двадцать лет меньше, чем ему положено, я в состоянии отнестись к его эстетическому бунту с уважением. Но к людям, которые — пусть только пассивно — пытаются навязать этот путь тем, кто лишен выбора, я не могу относиться с уважением»¹.

Ч. Сноу здесь справедливо негодует против людей, которые, надо подчеркнуть, очень часто сами являются жертвами объективного противоречия капитализма. С одной стороны, социально-экономическая природа капиталистического строя предполагает и навязывает абсолютизацию вещного богатства, выраженного в стоимости, в деньгах. С другой стороны, ход общественного развития, переросший буржуазно-ограниченное понимание богатства как суммы материальных благ, все более настоятельно выдвигает самого человека, универсальную развитость его личности, его духовное и физическое совершенство в качестве цели общественного производства и подлинно всеобщей формы богатства. И как раз неразрешимость этого противоречия в рамках капитализма служит одним из источников аргументов для противников экономического роста и увеличения материального потребления.

Итак, капиталистический строй, сама социальная действительность «общества потребления» с присущей ему противоположностью умственного и физического труда, с его отчуждением и товарным фетишизмом является объективной основой полярности материальных и духовных потребностей. Однако на людей воздействуют не только объективные условия их общественного бытия, которые выступают как определяющие, но также воспитание, образование, пропаганда, то есть целенаправленное внесение в сознание соответствующих зна-

¹ Ч.-П. Сноу. Две культуры. М., 1973, с. 37—38.

ний и идей. И проповедь потребительства в капиталистическом мире, выдвигающая на первый план обладание материальными благами, по сути своей враждебна интеллектуальному, эстетическому и нравственному развитию личности.

Тут мы подошли к вопросу, искаженное решение которого (вольное или невольное) в немалой степени способствовало искусственному разрыву и противопоставлению материального и духовного начал в жизни людей. Речь идет об отождествлении потребительства со стремлением увеличивать личное материальное потребление. Заблуждение это порождено в конечном счете теми причинами, о которых говорилось выше, и связано с непониманием факта, что потребление является *социальным* феноменом, а не просто негативным свойством того или иного человека, результатом его индивидуальной испорченности или ограниченности. Пробный камень, позволяющий вполне определенно различать потребление и потребление, заключен в вопросе: для чего нужно потребление? В первом случае оно всегда является лишь *средством*; во втором — конечной *целью*. Отсюда вытекают по меньшей мере два важных вывода. Один из них состоит в том, что потребление в равной степени может характеризовать как материальное, так и духовное потребление и, стало быть, не имеет никакого отношения к их противопоставлению. Позднее мы вернемся к этой мысли. Сейчас же подчеркнем другой вывод, а именно: само по себе потребление материальных благ, стремление окружить себя материальным комфортом, увеличение в обиходе человека количества и многообразия вещей не является ни причиной потребительства, ни его признаком.

И если с полным основанием можно утверждать, что потребление антидуховно, то с таким же правом можно утверждать, что рост производства и потребления материальных благ не только не противоречит духовности, но обуславливает ее существование и разви-

тие. В самом деле, простые примеры из человеческой практики подтверждают двуединство и взаимозависимость материального и духовного. Что представляют собой, скажем, живописное полотно, скульптура, рояль, книга, микроскоп? Это *вещи*, имеющие определенную материальную ценность и рассчитанные на удовлетворение духовных потребностей. С другой стороны, вещи, предназначенные, казалось бы, для сугубо материального потребления — пища, одежда, жилье, предметы обихода, — часто выступают носителями эстетической функции, участвуют в удовлетворении человеческой потребности в прекрасном. Уже из сказанного видно, сколь условна граница между материальным и духовным и сколь тесно переплетаются они в процессе потребления.

Но естественно спросить: если между материальными и духовными потребностями нет вражды, а их противопоставление — явление социально обусловленное, уходящее своими корнями в классовый антагонизм, то почему и при социализме приходится сталкиваться с фактами противопоставления материальных и духовных потребностей, с существованием зла «вещизма», противоречащего духовному развитию личности?

Поскольку в новой социальной действительности отсутствуют причины, которые раскалывают мир людей и мир вещей при капитализме, то порой наблюдается стремление вынести объяснение проявлений дисгармонии материальных и духовных запросов у части населения социалистических стран за рамки общественной структуры. Одни авторы склонны видеть во взаимодействии материальных и духовных начал в жизни людей испокон веку существующее противоречие, а во всяком желании обладать вещами — отягчающее его проклятие бездуховности. Другие, напротив, считают, что в реальной жизни материальное и духовное никогда не противостояли друг другу и сталкиваются лишь в сознании зараженных «вещной болезнью» мещан. Третьи, при-

знаявая преходящий характер противопоставления материальных и духовных потребностей, отрывают само это противопоставление от социальной почвы, связывают его с нехваткой благ или с промахами в воспитании людей¹.

Попытки объяснить проблему соотношения материальных и духовных потребностей как проблему общечеловеческую, абстрагируясь от устройства общества, неверны теоретически и малополезны практически. Уже простое сопоставление с действительностью обнаруживает уязвимость, скажем, апелляции к материальному изобилию, накоплению потребляемых благ, которая не учитывает качественной, социальной определенности этого процесса. Ведь само по себе увеличение количества и разнообразия вещей, как показывает пример «общества потребления», не устраняет их престижности. Конкуренция расходов приобрела там наиболее широкий размах и достигла крайней степени извращенности именно среди толстосумов, то есть внутри тех групп населения, которые, можно считать, находятся на ступеньке «полного» благосостояния.

Так же неубедительно выглядит ограничение процесса примирения материального и духовного исключительно областью совершенствования личности. Как ни важна роль воспитания в гармонизации отношений людей и вещей, его промахи не в состоянии объяснить слишком многого. Если видеть в потребителе лишь чью-то педагогическую неудачу или, напротив, удачу (когда потребительство насаждается умышленно), то невозможно понять, почему, например, проблема потребительства вообще неразрешима при капитализме, почему тщетны надежды буржуазных теоретиков на гуманизацию, придание «нового качества» и большей духовности «обществу потребления». И почему эта закономер-

¹ Упомянутые точки зрения нашли, в частности, отражение в материалах дискуссии «Люди и вещи», которую провела в 1974 году на своих страницах «Литературная газета».

ность утрачивает свою силу с переходом к социализму.

Взаимодействие духовного и материального является не чем иным, как отражением взаимодействия человека и созданного им мира вещей. Точно так же, как на заре истории люди и продукты их труда не противостояли друг другу, материальные и духовные функции образовывали в жизнедеятельности каждого человека органический сплав. Первобытный работник в процессе труда и потребления присваивал себе «свою всестороннюю сущность всесторонним образом, следовательно, как целостный человек»¹. Но такая гармония основывалась на неразвитости производительной и интеллектуальной силы людей и сдерживала это развитие. Поэтому она была сокрушена разделением труда, которое раскололо общество на классы, а целостный процесс производства — на физические и умственные операции.

Антагонистическое обособление материальных и духовных функций растянулось на целые столетия. Еще у средневекового ремесленника сделанная им вещь была глубоко индивидуальна, несла печать его мыслей и чувств, выражала его личность. Даже будучи оторванным от интеллектуального труда, он в своей непосредственной материальной деятельности, хотя и в ограниченных масштабах, сохранял единство материального и духовного. Только с началом мануфактурного разделения труда «духовные потенции материального процесса производства противостоят рабочим как чужая собственность и господствующая над ними сила»². Капитализм доводит до враждебной противоположности обособление двух сторон человеческой жизнедеятельности.

Этот антагонизм снимается лишь с ликвидацией частной собственности. Социалистическое общество де-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 120.

² К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 23, с. 374.

лает своей практической задачей преодоление разрыва между материальными и духовными функциями как в сфере труда, так и потребления, восстановление их былой гармонии, но на неизмеримо более высоком уровне. Таким образом, взаимодействие материальных и духовных потребностей — это исторический, диалектический, социально детерминированный процесс, проходящий последовательно стадии примитивного единства, конфронтации и подлинной гармонии и совпадающий с зарождением, становлением и упразднением классового антагонизма.

Игнорирование или умаление социальной сущности соотношения материальных и духовных начал ведет к абсолютизации какого-то одного из их исторических состояний, к отрыву субъективного фактора, то есть целенаправленной деятельности людей, в частности воспитательной деятельности, от объективных условий, к неверному толкованию проблемы в целом. Так, утверждение, будто материальное и духовное сталкиваются только в сознании человека, а не в реальной жизни, отрицает за естественной, нормальной нерасторжимостью материального и духовного исторически возникшее искажение этого естества. Такое искажение вовсе не плод субъективной испорченности якобы «совершенно определенного типа личности», находящейся в аварийном состоянии (откуда этот тип берется?), а отражение именно *объективно*, независимо от сознания отдельных индивидов существующего противоречия между материальным и духовным, между человеком и продуктом его труда, между противоположными классами, наконец.

Объективный характер истоков подчинения человека вещам, разлада между материальным и духовным потреблением помогает также понять, почему какое-то время и в новом обществе, выходящем из недр капиталистической формации, живы проявления культа вещей, потребительской психологии. Путь возвращения

целостного характера человеческой деятельности отнюдь не похож на прямую, как стрела, автостраду. Он извилист, труден и долог. И в условиях социализма он осложнен противоречиями, замедляющими полное торжество подлинно человеческого отношения ко всей совокупности созданного трудом и гением людей богатства.

Но прежде чем перейти к рассмотрению особенностей материального и духовного потребления в социалистической формации, необходимо выяснить два вопроса, которые уже были поставлены раньше. Первый касается «духовного» потребительства (совместное употребление двух этих слов невозможно без кавычек), второй — общего направления развития потребностей.

От Петрония до наших дней Когда в 1969 году на экраны вышла кинокартина Федерико Феллини

«Сатирикон», режиссер напутствовал ее такими словами: «Я считаю, что зритель сможет найти в моем последнем фильме глобальную, как принято сейчас говорить, соотнесенность с определенными компонентами нашей современной жизни. Так, мир героев Петрония и в романе, и в фильме — это... своего рода общество потребления со всеми осложнениями и вытекающими из них последствиями, особенно морального порядка...»¹

Параллель между «обществом потребления» и нравами Древнего Рима периода упадка, которые отразил в романе «Сатирикон» живший в I веке н. э. Петроний Арбитр, правомерна по многим причинам. Не в последнюю очередь такая аналогия жизненна благодаря совпадению психологии петрониевских персонажей с характерными для сегодняшнего Запада проявлениями потребительского поведения и мышления. С этой точки зре-

¹ Цит. по: «Литературная газета», 1969, 25 июня.

ния примечательна фигура разбогатевшего вольноотпущенника Трималхиона. Он роскошествует, расточительствует, назойливо демонстрирует свое богатство. Но его притязания простираются дальше сугубо материального потребления. Гостям, которые приходят на устраиваемые им званые пиры, вместе с обильными яствами и напитками преподносится своего рода «де-серт» — хозяин особняка с упоением потчует сотрапезников своими познаниями в поэзии Гомера и философии Сенеки, читает вирши собственного сочинения, с гордостью говорит о двух своих библиотеках...

Однако поэтические и философские увлечения Трималхиона являются на поверку всего лишь стремлением «пустить пыль в глаза». До эпоса древних греков и идей философа-стоика ему нет никакого дела, он их не знает, не понимает, безбожно перевирает (считает, например, что Троя завоевал Ганнибал). Его «ученость» приобретает пародийный, шутовской характер, но он из всех сил старается представить себя почитателем Гомера и последователем Сенеки, потому что на этих авторов тогда была мода, выказывать знакомство с их произведениями было *престижно*. Того же свойства и «библиофильство» Трималхиона. Он исправно копит книги на латинском и древнегреческом языках, но, как видно, никогда их не читает.

Трималхион — это ранний провозвестник демонстративного потребления, ориентированного на достижение социального статуса и престижа. В разбогатевшем выскочке времен императора Нерона легко угадываются типические черты теперешних нуворишей и парвеню, чьи взгляды, вкусы и пристрастия во многом определяют нравственную атмосферу «общества потребления». Здесь не только бьющая в глаза роскошь, страсть к огромным, изобилующим нелепыми украшениями и всевозможными излишествами апартаментам, похвальба богатством и расточительство, в котором рабская зависимость от вещей и денег выступает под видом неза-

висимости от них. Не менее, чем в материальном потреблении напоказ, потребительская психология обнаруживает себя в извращенной форме отношения к духовным благам.

Современные толстосумы становятся страстными коллекционерами произведений живописи, собирают громадные библиотеки ценнейших книг, охотятся за редкими рукописями, создают фонды собственного имени, призванные, в частности, содействовать развитию науки и образования... Нет ни малейшего сомнения, что во всех перечисленных случаях речь идет прежде всего о выгодном помещении капитала. Сокровищам человеческого гения, материализованным в полотнах художников, скрипках Страдивариуса, старинных манускриптах и т. д., не угрожает инфляция, им не страшны никакие капризы конъюнктуры капиталистического рынка, цена их все время растет. Не столь очевиден меркантильный расчет в действиях богатых филантропов, но и тут он бесспорен. Как убедительно показал Ф. Ландберг, фонды Форда, Рокфеллера и других представителей финансовой олигархии Америки являются хитроумным способом избежать денежных потерь, поскольку в соответствии с действующим в США законодательством средства, внесенные в благотворительный фонд, полностью освобождаются от уплаты внушительного налога на наследство. В то же время контроль над этими средствами остается в руках пожертвователей или членов их семей. Однако грубая материальная корысть обнажает лишь одну сторону отношения к духовным ценностям в «обществе потребления».

Другая его сторона открывается в обретении некоторыми из этих ценностей функции престижных вещей высшего ранга. Очень немногим даже среди богатых людей по карману покупка шедевров искусства или учреждение благотворительных фондов. Причем престижным является не столько владение духовной вещью, сколько наделение ее обладателя имиджем знатока и

ценителя искусств, поборника научного прогресса, образованного и тонкого человека. Для этого вовсе не обязательно иметь высокий уровень внутренней культуры. Личную «духовность» можно сфабриковать за деньги, что и делают не без успеха современные соискатели лавров Трималхиона.

Следует подчеркнуть, что все сказанное справедливо не только по отношению к невежественным денежным воротилам. Черты героя «Сатирикона» отличают гораздо более широкий круг людей в «обществе потребления». Любопытными в этом плане являются наблюдения Чарлза Рейча в книге «Молодая поросль Америки». Автор рисует социальный портрет образованной американской семьи, в которой оба супруга имеют университетские дипломы, интересную и хорошо оплачиваемую работу (ученого, врача, юриста и т. п.). Их дом со вкусом оформлен: в нем удачно сочетаются современный комфорт и антикварные вещи, много книг, есть оригинальная живопись. Хозяева любят путешествовать, уделяют время занятиям спортом. Кроме того, они интересуются политикой, музыкой, театром. Словом, налицо все признаки и атрибуты интеллигентного образа жизни, если судить о нем с точки зрения стандартов официальной культуры.

Но что коробит нас в этой картине? — спрашивает вдруг Рейч. Ответ американского профессора помогает увидеть, сколь органично для «общества потребления» отношение к духовным ценностям, которое при всем, казалось бы, огромном отличии его от вульгарного фиглярства Трималхиона наполнено одним с ним смыслом, приводится в движение одной пружиной и представляет собой лишь его изысканно рафинированный вариант. Заметим, что Рейч ничего не имеет против содержания «духовной пищи», которую потребляет его семейная чета. Принадлежащие супругам книги действительно хороши, музыка, которую они слушают, превосходна, вещи, которыми себя окружают, по-настоящему краси-

вы. Плохо, по словам Рейча, не то, что они слушают Баха или Моцарта. Плохо, что при этом очень многие, если не большинство тех, кого в США относят к интеллигентам, вообще не понимают и не чувствуют музыки, а только следуют моде, требованиям престижного потребления. Беда в том, что процесс общения с культурой не затрагивает глубинной структуры личности, внутри которой «ничего не происходит»¹.

В «обществе потребления» не только вещи, но и все, что должно служить интеллектуальному, нравственному и эстетическому развитию индивида, отчуждено от людей и зачастую имеет значение лишь в качестве «очищенных» от всякого конкретного духовного содержания символов социального престижа, простых указателей места человека на иерархической лестнице «статусов». Поэтому духовное приобретает, копится и потребляется точно так же, как любая престижная вещь. И болезнь эта не обходит стороной даже высокообразованную элиту буржуазного общества.

Можно утверждать, что потребительское отношение к духовному богатству в той или иной степени пронизывает социальную структуру капитализма на всех ее этажах — снизу доверху. Этот род потребительства, конечно, имеет свои специфические особенности, делающие малопригодными прямые сравнения его с «вещизмом». Его формы порой представляются не только непохожими, но и взаимоисключающими. Что, скажем, общего между приверженностью большинства населения капиталистических стран к примитивной, антихудожественной «массовой культуре» и снобизмом эстетствующих аристократов? Общее, однако, есть. И то и другое в основе своей *бездуховно*. Именно это и позволяет рассматривать грубое пристрастие к суррогатам культуры и утонченное мещанство, каковым является элитарный подход к духовным ценностям, в качестве ипостасей *потребительства*, охватывающего как материальную, так

¹ Charles A. Reich. Op. cit., p. 81.

и нематериальную сферу человеческой жизни в буржуазном мире.

Позвольте, вправе спросить тут читатель, разве тот же сноб, который наслаждается высоким искусством, произведениями настоящих мастеров, не является духовной личностью? Разве, общаясь с великими творениями человеческого духа, он не развивает обязательно и свои собственные духовные потенции? Короче, может ли быть тяга к прекрасному бездуховной?

Каким бы парадоксальным ни показался здесь утвердительный ответ, он верно отражает реальность. Ведь при разграничении потребления и потребительства определяющим является не то, *что* потребляется, а *как* потребляется. Отсюда понятно, что объектом потребительского отношения в равной степени может быть и мир вещей, и самое высокое искусство, и научное знание. А чего бы потребительство ни касалось, оно и духовность — «две вещи несовместные».

Пожалуй, самый важный критерий, позволяющий довольно точно обозначить рамки потребительства, состоит в том, что оно *самоцельно*, а доставляемое им удовлетворение *иллюзорно*, оторвано от сущности потребляемого, от внутренней логики его содержания, будь то одежда, автомобиль, книги классиков, «Джоконда» Леонардо да Винчи, музыка Шопена или полный курс университета. И мода, и престиж, и потребительский гедонизм, и самоутверждение в форме потребления — все эти побудительные стимулы потребительского поведения связаны с потребляемыми благами чисто внешне, произвольно или случайно. Поскольку же потребление в таком случае, как правило, исчерпывает свою задачу самым фактом своего осуществления, то оно легко становится эгоистичным. Сокровенный нравственный смысл потребительства вполне укладывается в нехитрую схему: взять, присвоить, добиться удовлетворения или наслаждения только *для себя*. Даже если в процессе такого потребления происходит развитие сущ-

ностных сил человека, скажем интеллекта или эстетического чувства, то данное развитие ничего не дает другим, не служит развитию других. Оно бесплодно и противоречит внутренней сущности потребляемых духовных благ. Можно ли считать, что человек *понимает* произведение искусства, если, наслаждаясь его созерцанием, он презирует всех тех, кто «не дорос» до столь «возвышенного» наслаждения? Можно ли любить «Сикстинскую мадонну» за то, что она выражает, не любя людей?

Естественная цель материального и духовного потребления заключается во всестороннем развитии человека. Но развитие действительно лишь тогда, когда оно выходит за индивидуальные рамки. Чем богаче личность, тем более человеческим, умным, добрым, заинтересованным является ее отношение к людям, тем глубже ее связь с миром, тем полнее обращает она богатство своей натуры на службу общему благу. Показателем духовности как раз и выступает полнота, с какой аккумулярованные человеком знания, мысли и чувства «работают» на человеческий род. От потребления одного человека, если оно нормально, в конечном счете всегда должны выигрывать многие. Накопленные личностью душевные сокровища становятся таковыми, лишь попадая в обращение, лишь когда они щедро дарятся другим людям.

Духовность, таким образом, — это глубинное проявление человека, которое выражает себя как общественная направленность всех его сил, качеств, способностей, как реализация его назначения жить для общества, для человечества. Потому при всей близости понятий образованности и духовности тождества между ними нет. Бездуховен просвещенный мещанин, потребляющий ради престижа и самоутверждения лучшие создания человеческого духа. Бездуховен «интеллектуал», искренне восхищающийся прекрасным, но в самом этом акте любующийся прежде всего своей утонченностью, избран-

ностью, испытывающий наслаждение оттого, что может третировать «примитивную толпу», и тешащий себя мыслью о закономерности, справедливости и предначертанности «свыше» собственной исключительности.

Бездуховен и потребитель «массовой культуры». Но если привилегированные слои буржуазного общества имеют свободный доступ к подлинным духовным ценностям и бездуховным является их отношение к ним, то большинство населения при капитализме насильственно отторгнуто от интеллектуальных и эстетических достижений человечества. Здесь бездуховен уже сам объект духовного потребления. «Массовая культура» в действительности не представляет собой культуры масс. Она — ее прямая антитеза, суррогат, выработанный по заказу правящего класса для трудящихся и используемый как источник капиталистической прибыли и инструмент манипулирования сознанием масс, их идеологического и политического подчинения.

Хотя мы говорим о потреблении духовных благ, но это специфическое потребление, которое в корне отличается от удовлетворения различных материальных нужд, потребностей в пище, одежде и т. п. Особенность «массовой культуры» состоит в том, что она уничтожила эту грань. Она утратила истинное назначение духовных ценностей — быть средством воспитания и просвещения людей, их социализации, то есть единения на основе всестороннего развития личности — и превратилась в *товар*, потребляемый, как и любой другой потребительский товар, в предмет конвейерного производства и коммерции, подчиненный законам рынка, в средство извлечения прибавочной стоимости. Функцию духовно-практического освоения мира полностью вытеснила развлекательная функция.

Разумеется, развлекательное искусство имеет такое же право на существование, как и искусство серьезное. Но одно дело, когда так называемые легкие жанры, «беллетристика» служат целям отдыха, способствуя в

то же время верному познанию действительности, общению людей к миру добрых чувств и мыслей, побуждая их к преобразованию жизни в соответствии с прогрессивными идеалами. И совсем иное дело, когда развлекательность, как это характерно для «общества потребления», направлена на идеологическое оболванивание масс, на их моральное развращение, на атрофию их эстетического чувства. Указанные цели достигаются не только посредством насаждения низкопробного китча, но и путем опошления великих творений человеческого гения. Французский автор Э. Жильсон в книге «Массовое общество и его культура» рассказывает о том, как использует серьезную музыку нью-йоркское телевидение. Однажды реклама нового моющего средства началась с аккордов Девятой симфонии Бетховена. В другой раз во время телепередачи с кладбища для животных питона хоронили под звуки «Ave verum corpus» Моцарта¹. Идеологическая подоплека профанации «массовой культурой» классического наследия прозрачно просматривается, например, в постановке гётевского «Фауста» на французском телевидении. Герой великого произведения «осовременен» таким образом, что из мятежного искателя смысла жизни он превратился в апологета «общества потребления». По воле постановщика Луи Повеля Фауст одержим погоней за деньгами и в своем восприятии капиталистической действительности руководствуется философией, которая исчерпывается формулой: все прекрасно в этом мире.

Наиболее отчетливо потребительский фетишизм «массовой культуры» проявляется в ее наркотизирующем воздействии. Бульварные издания, всевозможные коммерческие зрелища, культ секса и насилия, разрешение житейских драм на сцене или на экране традиционным «хэппи энд» (счастливым концом) — все это является способом социального умиротворения трудя-

¹ См.: Е. Карцева. «Массовая культура» в США и проблема личности. М., 1974, с. 43.

щихся в капиталистическом обществе. Псевдокультура не только заполняет досуг, но подменяет его, выключает людей из всей сложности проблем современного мира, из социальной борьбы. Духовный ширпотреб подобен гигантской фабрике грез, производящей «счастливое сознание» в условиях, когда реальные причины чувствовать себя счастливым для большинства населения на Западе отсутствуют. На продукцию «массовой культуры» возлагается задача отвлекать людей от их отчужденного бытия, навешивать волшебные розовые сны потребительского блаженства, заменять псевдореалиями и псевдоидеалами насыщенную классовыми антагонизмами буржуазную действительность.

Из сказанного, впрочем, вовсе не следует, что духовное потребление в капиталистических странах — сплошь потребительство. Ничто не в состоянии убить в народе стремление к подлинной культуре, к духовному творчеству. Именно его неизбывная жажда прекрасного и возвышенного определяет существование реалистического высокохудожественного искусства, прогрессивной культуры, гуманистический и критический пафос которых пробивает себе путь сквозь казенный оптимизм и низкопробную мишуру «маскульта». Подобно тому как экономическая основа капитализма порождает силы, выступающие за социально-политическое переустройство общества, так и его духовная сфера формирует элементы демократической и социалистической культуры. Эти элементы становятся все более значительными по мере активизации движения народных масс, роста их образования, возвышения потребностей.

Но верно также и то, что в «обществе потребления» сама система господствующих ценностей, сознательное культивирование ложных потребностей ориентируют на искаженное отношение к материальным и духовным благам. Экономическая, социальная и политическая структура капитализма производит и воспроизводит потребительство в качестве собственного органического порока,

который поразил все слои буржуазного общества и все сферы потребления.

В мире социализма потребление не имеет таких корней. Оно глубоко чуждо господствующим в нем общественным отношениям, морали, пониманию смысла и целей человеческого бытия. Однако преждевременно было бы говорить о том, что здесь достигнута полная гармония во взаимодействии индивида с вещным окружением и духовным богатством. Пока что для некоторой части социалистического общества еще возможно превращение объектов духовного потребления просто в «модные вещи», в символы престижа, в чисто внешние атрибуты, призванные засвидетельствовать принадлежность к определенному кругу людей.

Факт перемещения акцента престижности на предметы, которые удовлетворяют духовные запросы, не лишен известного положительного содержания, поскольку говорит о растущем при социализме общественном признании приоритета духовных ценностей. Но нельзя не видеть, что наличие такой престижности указывает и на не преодоленное до конца фетишистское отношение к потребляемым благам.

В последние годы все мы были очевидцами неоднократных смен интеллектуальной моды, когда увлечение Кафкой уступало место погоне за «Мастером и Маргаритой» Михаила Булгакова, а потом вдруг, как грибы после дождя, плодились охотники до русских икон... Одни утверждали таким способом свою «интеллигентность», создавали вокруг себя «интерьер духовности», другие, пряча за эстетическим шиком корысть, бойко торговали «непреходящими ценностями», третьи сочетали обе названные цели. И в самом этом сочетании нет ничего неожиданного. Потому что, если исключить тех, кому Кафка и Булгаков нужны для чтения, а также весьма немногочисленных серьезных собирателей древнерусской живописи, не извлекающих из своего занятия никакой материальной выгоды и, как правило, передаю-

щих бесценные коллекции в общенародное пользование, мода на «интеллектуальность» и торгашеское отношение к созданиям человеческого духа — явления одного порядка. Это все то же потребительство, для которого духовность не более чем вещь, а вещь — цель и смысл бытия, идол, сжигающий в своей бездуховной плоти живую человеческую душу.

О причинах, вызывающих проявления потребительства при социализме, речь пойдет в следующей главе. Сейчас же коснемся одного высказывания по поводу престижного потребления книг. Появилось оно в «Литературной газете» и принадлежит кандидату философских наук Г. Сунягину. «Конечно, — признает автор, — потребительское отношение к духовным ценностям имеет свои издержки, и немалые. Когда масса людей покупает книги, особенно подписные издания, просто потому, что это дефицит, большое количество литературных произведений выводится из обращения, а дефицит усугубляется. Да, это плохо. Но виноват в этом не спрос, а предложение, то есть тот самый злосчастный дефицит, те самые километровые очереди, которые выстраиваются перед книжными магазинами... Выход только один — увеличивать тиражи... Это верный способ сбить искусственный ажиотаж»¹.

Напомним, что в нашей печати не раз поднимался вопрос о так называемом книжном дефиците. При самых больших в мире тиражах многие издания расходятся у нас почти мгновенно, большой удачей считается подписаться на собрание сочинений классика мировой или отечественной литературы. Мы по справедливости гордимся столь очевидными доказательствами роста благородной любви к книге среди миллионов советских людей. Правда, эту картину несколько омрачают затесавшиеся в массу книголюбивых современных Трималхионы, одержимые желанием не прочесть книгу, а во что бы то ни стало «достать» ее. Сформировался довольно-таки

¹ «Литературная газета», 1975, 9 апреля.

причудливый тип нечитающего «фанатика книги», который с упоением украшает свое жилище настенными коврами из цветных книжных корешков, облагораживает «умным дефицитом» свое реноме.

Однако так ли уж повинен дефицит в возникновении потребительских тенденций? И несколько иная постановка вопроса: если можно утверждать, что социальный прогресс человечества приведет к исчезновению потребительства как явления, то правомерно ли такое утверждение и в отношении дефицита материальных и духовных благ?

Возвышение потребностей Мнение, что нехватка какого-либо товара или ограниченная возмож-

ность удовлетворить ту или иную духовную потребность порождает ненормальное отношение к объектам потребления, широко распространено. У сторонников этой точки зрения как будто бы нет недостатка в аргументах, опирающихся на солидную эмпирическую базу. Всем известно, что покупательский бум, потребительский ажиотаж вызывают преимущественно вещи, которые редки, дефицитны. Отсюда делается вывод, что достаточно обеспечить *изобилие* благ, как проблема *человеческого* отношения к ним будет решена.

Конечно же, в своем потреблении человек всегда отдавал и будет отдавать предпочтение добротному, красивому, нужному перед недоброкачественным, безобразным, бесполезным. И если, скажем, из десяти фабрик, выпускающих дамские сапожки, девять шьют непривлекательные, старомодные изделия и только одна радует покупательниц красивой современной обувью, если плохими сапожками завалены магазины, а хороших не приобрести иначе как простояв за ними несколько часов в очереди или переплатив втридорога спекулянту, то такого рода дефицит нетерпим в социа-

листическом обществе. Чаще всего он плод бесхозяйственности, нераспорядительности, равнодушия, гнев против него праведен, а кардинальное решение проблемы вполне возможно на путях совершенствования организации производства и торговли, улучшения качества продукции. Ведь нет же у нас очередей за фотоаппаратами, часами или телевизорами. Никто ими не спекулирует, никто не запасает впрок, да и престижные свойства у этих вещей практически отсутствуют. Казалось бы, ситуация целиком подтверждает правоту критиков дефицита, которые мечтают, расправившись с ним, расправиться и с потребительством.

Но давайте рассмотрим вопрос, как говорится, в другом аспекте. Вернемся к нашему примеру с сапожками и на минуту представим, что все фабрики стали вдруг выпускать одинаково никудышную продукцию. За неимением лучшего люди будут покупать то, что есть, или вовсе откажутся от сапожек. Проблемы дефицита в любом случае не будет. Причем, заметьте, для этого вовсе не понадобится ни улучшать качество товара, ни увеличивать его количество. Вслед за этой гипотетической картиной представим обратную ей и совершенно реальную. Все фабрики выпускают превосходные сапожки на любой вкус и в достаточном количестве. Но вот появляется модель, которая становится наиболее популярной — или форма каблука необычна, или материал какой-то особенный. Сразу изготовить таких сапожек столько, чтобы хватило всем желающим, невозможно. Кто-то купит их первым, а кто-то получит эту возможность только последним. При изобилии вещей и при отменном их качестве дефицит тем не менее налично.

Приведенные примеры позволяют гораздо точнее определить содержание понятия «дефицит». Хотя оно имеет несомненную связь с количеством и качеством всего того, что может быть объектом человеческих потребностей — материальных, духовных и социаль-

ных, — эта связь не является ни непосредственной, ни существенной. Природа дефицита сокрыта вовсе не в физической нехватке каких угодно вещей, удобств, идей, образов и т. д. Она заключена в *отношении* людей к потребляемому и друг к другу, она есть отражение *общественных отношений*. Дефицит — это относительная величина, которая лишь по видимости фиксирует отсутствие или наличие чего-либо, а в действительности указывает на степень общественных предпочтений, касающихся всевозможных ценностей и потребностей и характерных для определенного социально-исторического контекста.

Потому-то противопоставление дефициту изобилия и не в состоянии объяснить таких явлений, как немислимая без наличия дефицитных ценностей конкуренция расходов среди самых обеспеченных и уже обладающих богатейшим ассортиментом всевозможных благ эксплуататорских слоев «общества потребления», постоянное воспроизводство здесь дефицита даже в условиях насыщения рынка тем или иным товаром, скажем, превращение сверхновых марок автомобилей в США в объекты потребительского вожделения и борьбы за социальный престиж. Мало что дает такое противопоставление и для понимания причин, побуждающих некоторых людей в социалистическом обществе «охотиться», не жалея времени и сил, за все новыми вещами, выискивать все, к чему бы подходило определение «дефицит», и «биться» за него в очередях, терять свое человеческое достоинство, превращать доставание дефицита в смысл жизни, в источник внутреннего удовлетворения.

Может сложиться впечатление, что дефицит есть нечто субъективное, связанное с искаженным, потребительским отношением к материальным и духовным благам. И как только исчезнет социальная почва для потребительства, а сознание и поведение людей окончательно очистятся от его остатков, — отойдет в прошлое и дефицит. Однако это не так. Вся человеческая исто-

рия является, по сути дела, непрерывной цепочкой сменяющих друг друга дефицитов, процессом рождения все усложняющихся видов дефицитности.

В своих видениях грядущего земного счастья авторы различных социальных утопий, как правило, возлагали надежды на избыток материальных благ, который, по их мнению, позволил бы людям, не откладывая удовлетворения потребностей и получения наслаждений «на потом», жить беззаботной и радостной жизнью и ни в чем не испытывать недостатка. Большинству из них и в голову не могло прийти, что даже человеку, совершившему скачок из царства необходимости в царство свободы, обретшему возможность развивать свои силы за пределами работы, диктуемой нуждой и внешней целесообразностью, то есть в качестве самоцели, тем не менее многого будет не хватать. Простой пример. Для массы людей вплоть до нынешнего столетия понятие ценности времени было абстракцией, во всяком случае на недостаток его редко кто жаловался. Но по мере увеличения стоимости как рабочего, так и особенно свободного времени дефицит последнего приобрел реальные очертания. Сегодня люди экономят время. И эта проблема тем острее, чем больше развита личность, чем обширнее ее интеллектуальные и социальные запросы. Участие в общественных делах, образование, чтение, наслаждение искусством, размышление, общение — все это требует времени. И, заглядывая в будущее, можно с уверенностью предсказать, что драгоценность, а следовательно, дефицитность времени будет возрастать пропорционально превращению его в пространство для всестороннего развития личности, в мерило общественного богатства.

Наряду с появлением новых видов дефицитов не исчезает и никогда не исчезнет и, так сказать, старый дефицит в материальных благах. Изобилие всегда будет лишь относительным, причем не столько по причине природной ограниченности запасов сырья и прочих невозоб-

новимых ресурсов Земли (мы не знаем еще и малой части тех возможностей, которые откроет здесь грядущее), сколько потому, что у людей постоянно возникают новые потребности, в том числе и материальные. Если бы этого не было, то современный человек недалеко ушел бы от своего первобытного предка. Непреходящий характер дефицитов во всех сферах потребления вытекает из факта непрерывного обновления и расширения потребностей, которые не могут быть удовлетворены тотчас и в полной мере. Он является результатом действия *всеобщего закона возвышения потребностей*, закона, выступающего решающим условием прогресса человечества.

Эволюция человеческого общества представляет собой двуединый процесс: с одной стороны, постоянно растут масса и разнообразие вещей, в которых люди опредмечивают самих себя, утверждают и осуществляют свою индивидуальность, свои сущностные силы; с другой стороны, люди не только реализуют в созданных ими вещах и ценностях имеющийся у них потенциал, но и развивают свои чувства, свое мышление, свои сущностные силы. Удовлетворяя существующие потребности, они формируют у себя органы для более сложных, богатых, утонченных потребностей. «...Только музыка пробуждает музыкальное чувство человека; для немусыкального уха самая прекрасная музыка не имеет *никакого* смысла... Для изголодавшегося человека не существует человеческой формы пищи, а существует только ее абстрактное бытие как пищи...»¹.

Закон возвышения потребностей действует во всей человеческой истории, во всех общественно-экономических формациях, в материальной и духовной сферах. Редкое становится распространенным, экстравагантное — обыденным, доступное немногим — общедоступным. Когда-то, по словам Шопенгауэра, только короле-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 121—122.

ва могла себе позволить роскошь иметь две пары чулок. В начале нашего века автомобиль был шикарной игрушкой монархов и миллионеров. Знание грамоты на протяжении многих столетий считалось привилегией избранных. Вместе с глобальной акселерацией социального прогресса, с ускоряющимся развитием производительных сил и накоплением вещного богатства убыстряется и смена потребностей, нарастает динамика их качественного совершенствования, увеличивается темп овладения новыми средствами материального и интеллектуального развития, которые создает научно-техническая революция. По мере того как материальное производство все больше становится технологическим воплощением науки, реализацией знания, интеллектуальным содержанием насыщается предметно-чувственная деятельность непосредственного производителя материальных благ. Наряду с духовными в структуре потребностей увеличивается удельный вес социальных запросов. Во всем мире, например, растущее число людей ощущает настоятельность социалистической перспективы.

Однако всеобщность закона возвышения потребностей не означает, что он проявляет себя одинаково в различных общественных формациях. Безусловно, за последние десятилетия в развитых странах Запада структура потребностей претерпела заметные изменения. Население стало лучше питаться, одеваться, у него появилось больше возможностей приобретать бытовую технику, заботиться о комфорте. Ускоренное научно-технической революцией развитие производительных сил позволило увеличить объем благ и услуг, значительно расширить круг предметов, которые из разряда роскошных перешли в разряд необходимых. Все это явилось суммарным результатом классовой борьбы трудящихся, общего повышения стоимости рабочей силы (а значит, и заработной платы), того влияния, которое мировая социалистическая система оказывает на внутреннюю политику буржуазных государств самим фак-

том своего существования. Но в условиях капитализма процесс возвышения потребностей неравномерен, ограничен, односторонен, он прокладывает себе путь лишь как тенденция среди мощных противодействующих сил, встречных течений.

Современный уровень капиталистического производства требует, например, увеличения доли работников, занятых умственным трудом, а также более высокой общеобразовательной и профессиональной подготовки от рабочих, выполняющих по преимуществу физические операции. Следовательно, полнее раскрываются способности и облагораживаются потребности большего, чем прежде, числа людей. Но лишь до пределов, необходимых для воспроизводства трудящихся в качестве рабочей силы, что исключает возможность их всестороннего развития. Введение обязательного школьного обучения в индустриальных капиталистических странах меньше всего является актом человеколюбия буржуазии, ибо она озабочена при этом одной целью: обеспечить себе прочный фундамент для будущих прибылей. Всякое развитие трудящихся за порогом узкокорыстных интересов большого бизнеса искусственно сдерживается. Как и прежде, только правящая элита, монополизировавшая сферу интеллектуальной и управленческой деятельности, может развивать все свои способности, удовлетворять любые потребности.

Массы людей в «обществе потребления», хотя их запросы расширились, вынуждены довольствоваться несоизмеримо малой по сравнению с господствующим классом частью того общественного удовлетворения, которое способен обеспечить сегодняшний уровень развития производительных сил. Это ограничение носит как количественный, так и качественный характер. Помимо громадного разрыва между выросшими общественными потребностями и насильственно урезанными возможностями их удовлетворения у большинства жителей капиталистического Запада, кроме постоянного недопотреб-

ления миллионов малоимущих, которое особенно потрясает на фоне расточительства толстосумов, аномальна и вся структура потребления трудящихся при капитализме. Для них более или менее открыт доступ к материальным благам, к потребительской псевдокультуре, в то время как область духовных и социальных потребностей превращена властвующей элитой в заповедную землю. Прорваться на нее удастся лишь авангарду рабочего класса и небольшой части других непривилегированных слоев населения капиталистических стран. Буржуазная действительность с ее товарным фетишизмом и отчуждением производителя от продукта его труда, идеологическая обработка масс в потребительском духе делают для них из всех возможных способов самоутверждения наиболее доступным один — через вещи.

Только в социалистическом обществе процесс возвышения потребностей освобождается от односторонности, от пут классового антагонизма, от факторов торможения и становится адекватным общественному развитию в целом. С социализма начинается все более полное и гармоничное удовлетворение потребностей всего населения в материальных и духовных благах. Но при этом нужно помнить, что возможности такого удовлетворения в каждый исторический момент не беспредельны. Они ограничены достигнутым уровнем развития производительных сил, имеющимися в наличии ресурсами, необходимостью затрачивать часть средств на расширенное социалистическое воспроизводство, без чего невозможно дальнейшее расширенное удовлетворение существующих и вновь возникающих потребностей.

Если целью производства и потребления при капитализме является извлечение прибавочной стоимости, то в условиях социализма этой целью является человек. С движением к коммунизму происходит перемещение центра общественных усилий от производства материальных благ к производству универсально развитой

личности. Это вовсе не значит, что экономика утрачивает роль первоосновы жизни общества. Она остается источником средств существования человека, царством естественной необходимости, на котором человек развивается как на своем базисе. Но при этом именно человек, а не продукты его труда, не средства производства, не вещи, является всеобщей формой общественного богатства, высшей из всех возможных ценностей.

Поэтому естественно, что в социалистическом обществе при неуклонном росте материального благосостояния людей особенно ускоренно растут духовные и социальные потребности. Впервые государственной социальной политикой и практикой становится все более полное удовлетворение запросов, которые служат непосредственно не воспроизводству рабочей силы, а всестороннему развитию личности. Беспрепятственное возвышение потребностей, обусловленное объективными материальными условиями, а также хозяйственной и воспитательной деятельностью социалистического государства, рождает новую их структуру. Если сегодня мы питаемся, одеваемся, удовлетворяем свои нужды в жилье, в предметах длительного пользования, в бытовых услугах примерно на уровне населения развитых капиталистических стран, то интеллектуальные и социальные запросы советских людей значительно выше соответствующих показателей на Западе. Мы больше читаем, острее нуждаемся в серьезном искусстве, настойчивее учимся, активнее участвуем в общественных делах. Международное исследование бюджетов времени, проведенное несколько лет назад, показало, что по сравнению со своими американскими сверстниками до двадцати пяти лет советские юноши уделяют чтению в 5 раз больше времени, а девушки — в 1,6 раза. В расчете на месяц работающие мужчины расходуют на повышение образования в СССР 21 час, в США (национальная выборка) — 6 часов, во Франции — 3 часа¹.

¹ См.: «Литературная газета», 1974, 27 ноября.

Важнейшим отличием возвышающегося роста потребностей в социалистическом обществе является полное отсутствие здесь социальных условий и причин для каких-либо ущемлений, ограничений нужд одних групп людей в пользу других. Пока, разумеется, потребности работников умственного и физического труда, горожан и сельских жителей существенно разнятся. Однако происходит постоянное выравнивание их в направлении углубления, облагораживания, индивидуализации и максимально полного удовлетворения. Возвышение потребностей и их осуществление гармонично взаимодействуют. Чем быстрее расширяются и облагораживаются потребности, тем скорее и полнее они удовлетворяются. Соответственно большую динамичность приобретает и обратная зависимость: интенсивность и масштабность реализации сложившихся потребностей сообщает ускоряющийся и экспансивный характер их возвышению.

Напрашивается вывод, что никакой производительный потенциал, сколь бы огромен он ни был, не в состоянии «догнать» всей совокупности заявивших о себе в данный момент возвышающихся потребностей. По отношению к ним наличные ресурсы всегда будут ограничены. Не только социалистическое, но и коммунистическое общество не избавится от противоречия «между новыми потребностями... постоянно порождаемыми самим общественным производством, и уровнем этого производства, постоянно стимулируемого порожденными им новыми потребностями»¹. Таким образом, социальный прогресс и развитие производительных сил человека не только не снимают с повестки дня проблему дефицита, а *обостряют* ее, раздвигают ее рамки.

Тут нужны пояснения. Хотя закон возвышения потребностей начисто развеивает иллюзию о «скатерти-самобранке», которой, по мнению некоторых, должно уподобиться коммунистическое общество, он распростра-

¹ А. М. Румянцев. Проблемы современной науки об обществе. М., 1969, с. 234.

няет дефицит отнюдь не на все блага. Развитая социалистическая экономика, не говоря уже о коммунистической, полностью и даже с избытком удовлетворяет жизненно важные, насущные потребности людей в продуктах питания, одежде, жилье, образовании, медицинском обслуживании и т. д. Следует также иметь в виду, что с развитием производительных сил время между появлением новых благ, в которых возникла общественная потребность, и полным удовлетворением этой потребности будет сокращаться.

Слово «дефицит» находится в одном ряду со словом «бедность», а не со словом «богатство». Но в той мере, в какой с переходом к социализму меняется содержание понятия «богатство», мерилom которого становится универсальная развитость всех человеческих способностей, новым смыслом наполняется и понятие «бедность». «*Богатый человек, — писал Маркс, — это в то же время человек, нуждающийся во всей полноте человеческих проявлений жизни, человек, в котором его собственное осуществление выступает как внутренняя необходимость, как нужда*»¹. И эта нужда, эта нехватка, эта «бедность» есть истинное богатство, высшее человеческое проявление, потому что дефицит в данном случае рождается из неисчерпаемой, ненасытной потребности «в том величайшем богатстве, каким является *другой человек*»².

Прогресс человечества неизбежно сопряжен с возникновением бесконечно и одновременно с самим человеком и его потребностями расширяющихся, усложняющихся и возвышающихся дефицитов. И чем выше ступень, на которую поднимаются люди в своем развитии, тем очевиднее становится положительный смысл испытываемых ими дефицитов, тем больше перемещаются эти дефициты в сферу интеллектуальных, эстетических, нравственных потребностей личности. Поэтому, если растет у нас число людей, которым не хватает хороших

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 125.

² Там же.

книг, если сложно попасть на хороший спектакль и если художественную выставку «штурмуют» тысячи любителей прекрасного, то, право же, этому стоит скорее радоваться, нежели огорчаться.

Потребительское отношение к вещам, к духовным ценностям стало возможным не потому, что есть дефицит, а потому, что есть потребитель. И решение вопроса заключается не в том, чтобы раз и навсегда ликвидировать дефицит тех или иных благ, а в том, чтобы *по-человечески* к дефициту относиться.

«Общество потребления» не в силах этого сделать, потому что в нем доминирующее влияние на возникновение и содержание дефицитов оказывают искусственно формируемые ложные потребности, навязываемая монополиями смена престижных символов, все новых объектов потребительского вождения. Совершенно иная картина наблюдается в мире социализма, где закон возвышения потребностей является главной причиной дефицитов, а в перспективе — единственной.

ВЕЩИ, ПОДЧИНЕННЫЕ ЛЮДЯМ

На пути к гармонии Человек, исповедующий культ вещей, преследующий узкопотребитель-

ские интересы, никогда не был уважаемой фигурой в социалистическом обществе. Он всегда рассматривался здесь в качестве носителя чуждой морали, чуждого образа жизни, борьба против которых не затихала с момента рождения новой социальной действительности. Но в последние годы тема потребительства привлекает особое внимание публицистов и ученых, остро волнует многих людей, о чем можно судить по публикациям в нашей печати.

Известный советский хирург Николай Михайлович Амосов делится в «Правде» своей озабоченностью по поводу проявлений мещанства, ненасытного в погоне за комфортабельной квартирой, машиной, модной одеждой. «Да, — заявляет автор, — мы стали жить богаче, интереснее, это огромная победа социалистического общества. Но с тревогой наблюдаю, что некоторые видят смысл жизни в приобретении вещей. Эта страсть заслоняет от них все, отодвигает на задний план духовные, культурные потребности. Симптомы «вещной» болезни настораживают...»¹. Доктор философских наук В. Толстых пишет в «Литературной газете» о недостаточной нравственной подготовке человека, которая ведет к несоответствию между количеством потребляемых вещей

¹ «Правда», 1974, 18 февраля.

и способом их потребления. И хотя, по его словам, такое несоответствие «в настоящее время для подавляющего большинства советских людей относительно невелико, оно уже сейчас обладает «скрытой» тенденцией к увеличению»¹. Читатель «Известий» Н. Кошечкин в своем письме в редакцию высказывает следующее соображение: «По-моему, это очень плохо, что сейчас парнишка, не заработавший и рубля, ходит в дорогой куртке, что у него есть магнитофон, приемник. Кто же из него вырастет? Потребитель»².

Насколько реальны высказанные опасения? Не свидетельствуют ли они о том, что и в самом деле правы те апостолы «общества потребления», которые твердят о неизбежном торжестве в социалистических странах потребительского идеала по мере роста в них благосостояния?

Чтобы ответить на эти вопросы, давайте окинем мысленно путь, который прошла за несколько десятилетий наша страна. Свое восходящее движение она начинала с весьма низкого уровня развития экономики, с разрухи, остановившихся заводов, нетопленных бараков, с драгоценных осьмушек наполовину состоящего из мякины хлеба. В течение долгих лет аскетизм считался добродетелью и в действительности был ею. Он формировал характеры, презиравшие бытовой комфорт и материальные блага, которых люди не могли тогда иметь. Он создавал нравственный климат, при котором даже безобидный галстук или дешевенькое женское украшение воспринимались как отступление от революционной непритязательности, как оскорбление святых жертв, приносимых ради скорейшего наступления счастливого и безбедного завтра. Узость сферы потребления обеспечивала накопления, без которых было попросту невозможно создать собственную индустрию, укрепить оборонноспособность, выжить в кольце капиталистической

¹ «Литературная газета», 1974, 29 мая.

² «Известия», 1975, 28 марта.

блокады. А потом новая страшная война, новые ужасающие разрушения, снова годы залечивания ран и жесточайшей экономии на самом необходимом...

Сегодня, когда положение коренным образом изменилось, когда мощь социалистической экономики позволила перейти к ускоренному повышению народного благосостояния и значительному расширению сферы потребления¹, инерция былого аскетизма приобретает подчас самые противоречивые формы.

Некоторым людям, справедливо гордящимся своей трудной юностью, но склонным идеализировать даже ее лишения, непросто адаптироваться к совершенно иным возможностям потребления, к качественно выросшему уровню потребностей. Им кажется, что молодое поколение, получившее как бы «готовым», «не заработанным» собственным трудом тот достаток, к которому они сами шли через годы упорнейшего труда, борьбы и самоограничений, может вырасти избалованным, неспособным понять и по достоинству оценить героических усилий, сделавших достижимым нынешнее благосостояние.

Однако здесь опасность скорее мнимая, нежели действительная. Ведь вряд ли можно признать нормальным такое положение, когда бы современный паренек вместо красивой и удобной куртки облачился бы в некогда популярный, но далекий от эстетического совершенства стеганый ватник. И право же, нет ничего плохого в том, что сегодняшний подросток смотрит на транзисторный радиоприемник и магнитофон не как на особо отличающие их владельцев дорогие диковинки, а как на вполне обычные и прочно вошедшие в наш повседневный обиход вещи.

Изобилие, а не скудость является естественным для человека состоянием. Поэтому утверждать, что облада-

¹ Если в США за период с 1950 по 1972 год выпуск потребительских товаров длительного пользования вырос в 2,5 раза, то в СССР более чем в 16 раз (см.: «США — экономика, политика, идеология», 1975, № 9, с. 28).

ние той или иной вещью способно само по себе сформировать потребителя, — значит признавать за вещами власть, которая им не принадлежит. Проблема состоит не в том, сколько у человека вещей и какова их цена. Красивых, полезных, совершенных, помогающих развитию личности вещей должно становиться в нашей жизни все больше, и они должны быть все доступнее. Вопрос в том, чем они для людей являются, каким способом достаются, какую социальную функцию выполняют.

И тут надобно признать, что наряду с кажущимися проявлениями «вещной болезни» переход от скромных материальных возможностей к большей обеспеченности действительно вызвал среди части населения оживление потребительских предпочтений. У одних такой крен сопряжен со стремлением «наверстать» то, что было недопотреблено в молодости, компенсировать себя за прошлые вынужденные ограничения. Другие не претендуют на многое лично для себя, но с усердием, переходящим порой границы разумного, осыпают материальными благами, которых были лишены сами, своих детей. Понятно, что такое одностороннее употребление появившегося достатка может обернуться ущербом для духовных и нравственных качеств личности, особенно формирующейся.

Видимо, существуют и другие причины, способные вызвать в условиях социализма своего рода всплески потребительских ориентаций, привести на какое-то время к увеличению социальной площади, на которой могут пробиться ростки мещанского «вещизма». Подобные факты обязательно требуют самого серьезного к себе отношения. Высказываемая сегодня по их поводу озабоченность обоснованна, своевременна и не должна остаться без внимания. Прекраснодушные — плохой товарищ в любых делах, а особенно в решении таких грандиозных задач, каковыми являются налаживание гармоничного взаимодействия между миром людей и миром вещей, реализация коммунистических идеалов.

И все же при всей реальности зла потребительства и опасности его недооценки в социалистическом обществе огромна разница и в размахе, и в характере, и в будущем этого явления в рамках двух противоположных социально-экономических формаций.

Для капиталистического мира потребительство — неизлечимый недуг, глубоко проникший во все звенья системы, родное детище частной собственности, отчуждения труда, всевластия товарной формы богатства, враждебности капитализма духовной культуре, его шейлоковской готовности принести на алтарь наживы трепещущее сердце, мозг, живую душу человека. Для социалистических стран это «болезнь роста», свидетельство недостаточной зрелости первой фазы коммунистической формации, сохраняющей еще в себе пережитки прошлого, которые преодолеваются по мере совершенствования новых общественных отношений. Живучести потребительской психологии способствуют иногда недостатки и ошибки в осуществлении социалистических принципов, в хозяйственной и воспитательной деятельности. Например, нарушение принципа контроля за мерой труда и мерой потребления открывает нечестным людям лазейки для наживы, поощряет приобретательские страсти. Подобный же результат возможен как следствие отсутствия в торговле тех или иных товаров, пользующихся спросом. Неверное воспитание в семье может посеять в юных душах семена накопительства, утвердить власть вещей.

Но потребительство противоречит самой сущности социалистического общества, его экономическому базису, основанному на общественной собственности, его идеологии, морали, образу жизни, его исторической направленности. И потому в конечном счете потребительство в нашем обществе обречено. Подавляющее большинство советских людей использует возросшие возможности в сфере потребления для свободного развертывания своих способностей, расширения творческих

интересов, духовного обогащения своей жизни. Увеличивающийся достаток позволяет, например, освободиться от мелочных материальных забот, уделять больше времени учебе, культурному отдыху, общественной деятельности. Данные социологических исследований показывают, что, скажем, число людей, имеющих личные библиотеки в СССР, растет как с повышением уровня образования, так и с повышением материальной обеспеченности при равном уровне образования¹. Тенденция, заметим, совершенно несвойственная капиталистическим странам.

Таким образом, социальная и интеллектуальная активность личности, с одной стороны, и потребление — с другой, находятся при социализме в состоянии взаимобусловленности, растущей гармонии, служат основой для формирования разносторонних потребностей. В отличие от «общества потребления», неуклонно поднимающего ценность вещей и понижающего ценность людей, социалистическое общество подчиняет свое вещное богатство ясной, благородной и великой цели — богатству человеческого развития.

Вместе с тем факт несовместимости нового строя и потребительского отношения к жизни не означает, что такое отношение не имеет никакой почвы в социалистических странах. Здесь существуют еще объективные условия, тормозящие процесс исчезновения потребительской психологии, обывательской погони за материальными благами в ущерб духовному развитию личности. К этим условиям относятся: избавленный от прежнего антагонизма, но не преодоленный пока разрыв между умственным и физическим трудом; товарно-денежные отношения, которые хотя и наполнились новым содержанием и утратили всеобщий характер, но накладывают не всегда благоприятный отпечаток на отношения между

¹ См.: Л. Жилина, Н. Фролова. Проблемы потребления и воспитание личности. М., 1969, с. 59—60.

людьми; известная ограниченность социалистической экономики, не готовой предоставить всем членам общества полное равенство в сфере потребления, осуществить принцип «от каждого по способностям, каждому по потребностям»; чуждое влияние из-за рубежа.

Наличие существенных различий между умственным и физическим трудом, устранение которых составляет одну из важнейших задач развитого социалистического общества, обуславливает разрыв целостности индивида, препятствует приобщению каждого человека к высшим сферам умственного труда и тем самым ко всем богатствам духовной культуры. Поэтому сохраняется более широкая основа для реализации личности на поприще сугубо материальных достижений. Приобретение и накопление вещей за отсутствием разносторонних интересов, богатых потребностей может стать для некоторых людей ведущим жизненным стимулом, мерилом успеха, наиболее доступной формой самоутверждения.

Точно так же механизм товарно-денежных отношений в социалистических странах при всем громадном его отличии от капиталистического не является по своей социальной природе адекватным коммунистической формации. Его использование вынуждается недостаточным уровнем развития общества, вышедшего из недр капитализма и только создающего материальную и духовную базу коммунизма. Ведь покуда вещь остается товаром, существует и опасность, правда, чрезвычайно ограниченная за пределами тирании частной собственности, что денежное выражение вещи возобладает над ее предназначением, над воплощенной в ней созидательной способностью человека. То есть на первый план выступит не конкретное содержание предмета, а его абстракция — «очищенная» от индивидуальных свойств вещи стоимость, которая воспринимается как ее неотъемлемое качество. И хотя социализм сбрасывает с товара его фетишистскую оболочку, ставит под общественный контроль производителей продукты их труда, не

исключено сохранение в сознании отдельных людей элементов вещного фетишизма, подчиняющего человека власти вещей.

Наконец, уничтожая классово антагонистический характер неравенства в распределении общественного богатства и ликвидируя присущую капитализму пропасть между двумя полюсами потребления, социализм еще не доводит решение задачи до своего завершения. Социалистическое распределение по труду — это равенство возможностей, но не результата. Оно обеспечивает каждому равное вознаграждение за равный труд. Однако поскольку люди неравны по способностям, физическим данным, семейным обстоятельствам (скажем, у одних есть в семье дети и нетрудоспособные, у других нет) и неодинакова оплата различных видов труда, то сохраняется фактическое неравенство в потреблении. По мере движения к коммунизму оно в плановом порядке устраняется. И все же полностью устранить эту несправедливость и распределять продукты по потребности социализм еще не в состоянии. Он не имеет необходимой для такого перехода производительной базы, да и сознание людей сразу не достигает ступени, когда каждый бы добровольно трудился по способности и видел в труде на благо общества первую жизненную потребность.

О роли внешней капиталистической среды в поощрении потребительских тенденций у населения социалистических стран обстоятельно говорилось в предыдущих главах.

Все названные факторы служат объективными предпосылками престижного потребления материальных и духовных благ. Это значит, что в ряде случаев вещи, а также духовные ценности могут превращаться в обезличенные индикаторы людей, воплощать в себе качества и достоинства, которые как бы переходят на человека независимо от того, что он представляет собой на самом деле. Так, автомобиль, дача или другая дорогая вещь в определенном круге людей рассматриваются как прояв-

ление «умения жить» (способность, ценимая обывателем превыше всех прочих), как свидетельство богатства, ума, незаурядности. Отсюда желание во что бы то ни стало иметь такие вещи, даже если при этом приходится отказываться от удовлетворения духовных потребностей, а иногда и совершать антиобщественные поступки, нарушать законы.

Известно, как высоко ценятся в нашем обществе культура, образование, творческий труд. Это очень хорошо. Но пока не исчез труд непривлекательный, рутинный, неквалифицированный, пока довольно значительны культурные контрасты между различными группами населения, отражающиеся часто на их материальном положении, существует реальная основа для вторжения потребителя со своей узкой вещной меркой и в обитель человеческого духа. Движимый стремлением казаться, а не быть, озабоченный не развитием своей личности, а созданием личины «интеллектуала», он покупает книги, но только «модные», ходит на концерты и художественные выставки, но лишь в том случае, если на них «трудно попасть». Для рафинированного потребителя может, к примеру, стать престижной «вещью» ученая степень, ибо получение ее связано у него не с желанием включить обретенные знания и квалификацию в общечеловеческий оборот, а с самоцельной жаждой возвыситься над другими, урвать для себя частицу того уважения и достатка, которым заслуженно пользуются в нашей стране ученые.

Даже высшая из всех возможных ценностей — человек — превращается потребителем в разновидность ширпотреба. Ведь есть же такие, что знакомятся и водят дружбу не с людьми, а с персонифицированными чинами, званиями, окладами. Им нужна не конкретная личность с ее чувствами, мыслями, неповторимостью ее внутреннего мира. Их привлекает в людях нечто постороннее — связи и положение, из коих можно при случае извлечь выгоду, известность, в лучах которой, глядишь,

заблестит фальшивым блеском и собственная серая, мелкая, мещански пошлая душонка.

Было бы, однако, глубоко ошибочным полагать, что, поскольку в социалистическом обществе еще не устранены полностью условия, вносящие элемент отчуждения во взаимоотношения между человеком и вещами, способствующие вещному фетишизму и престижному потреблению, то и проявления потребительства здесь чуть ли не обязательны. Неверны также представления, будто по мере совершенствования социалистических общественных отношений и их постепенного перерастания в коммунистические сама объективная действительность и система господствующих в обществе ценностей автоматически приведут к угасанию потребительских взглядов и поведения.

Конечно, социальная среда в первую очередь формирует личность. Основоположники научного коммунизма показали утопичность воззрений, согласно которым общество можно изменить с помощью одного лишь воспитания, подменяя им реальный процесс изменения материальных отношений. Степень зрелости общественного сознания зависит от степени зрелости общественного бытия. Чтобы личность была человеческой, нужны соответствующие человеческие обстоятельства. Это азбука исторического материализма. Но гармония вовсе не устанавливается самопроизвольно. Как подчеркивал Маркс, «обстоятельства изменяются именно людьми»¹. Не только общество формирует личность, но и личность, в свою очередь, формирует общество.

Применительно к нашей теме это означает следующее. Во-первых, сколь ни малочисленно при социализме племя потребителей, оно, будучи само частью социальной среды, оказывает определенное негативное влияние на общество, в меру своих сил «формирует» его, воспроизводит себе подобных. Во-вторых, точно так же, как

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 3, с. 2.

социалистические обстоятельства целенаправленно превращаются строителями нового общества в коммунистические, должен целенаправленно и активно изменяться сам человек. Отсюда становится ясной огромная роль идеологического воздействия коммунистического воспитания в преодолении потребительского отношения к жизни, самоизменения людей в процессе *практического* преобразования ими объективных условий своей жизни. Словом, совершенствование социального бытия и совершенствование сознания — это диалектическое единство взаимозависимостей.

Необходимость воспитания объясняется, в частности, тем, что в рамках одной и той же общественной среды существует великое многообразие человеческих индивидуальностей, которые различаются биологически и по уровню развития, ассимилируют в себе не все черты данной действительности и не в одинаковой степени, по-своему реагируют на окружающий мир. Наряду с социалистическим обществом как целым на человека влияют индивидуальные обстоятельства его жизни, коллектив, в котором он учится или трудится, семья, друзья, соседи. И отнюдь не всегда эта «микросреда» действует в одном направлении с общей социальной средой. Между светлыми идеалами и гуманными принципами реального бытия социализма, созидающего всесторонне развитую высоконравственную и высокоидейную личность, и отдельным человеком могут встать отжившие взгляды и нравы, собственнические привычки и потребительское поведение, исходящие от ближайшего окружения. Это окружение способно исказить, сделать неадекватным влияние на некоторых людей преломившейся через призму отсталой «микросреды» социалистической действительности. Следовательно, и самые человеческие обстоятельства не исключают «нечеловеческое», потребительское к себе отношение.

Потому-то чрезвычайно важным, но далеко не достаточным является устранение объективных условий, пи-

тающих материальный и духовный «вещизм». Чтобы предостеречь и уберечь от него людей, чтобы вытащить из мещанского болота тех, кто по какой-либо причине туда угодил, с потребительством нужно бороться. Необходимо, подчеркнул XXV съезд КПСС, «чтобы рост материальных возможностей постоянно сопровождался повышением идейно-нравственного и культурного уровня людей. Иначе мы можем получить рецидивы мещанской, мелкобуржуазной психологии. Этого нельзя упускать из виду»¹. Надо совершенствовать личность и учить ее самосовершенствоваться. Учить постигать социальную и нравственную суть коммунизма, поднимать каждого человека до уровня существующих обстоятельств, а по возможности и выше, чтобы успешнее двигать вперед сами эти обстоятельства — молодую социалистическую новь.

Советский, социалистический образ жизни — синтез нового общественного бытия и нового общественного сознания — является надежной преградой превращению роста потребления в самоцель, в потребительство. Он возвращает потреблению материальных и духовных благ его естественные функции, делает мерилom ценности человека не вещи, а личные достоинства, личный труд. Сами люди становятся единственными носителями престижа, высшим воплощением общественного богатства.

Однако как ни велики сегодня наши достижения на пути завоевания полной и окончательной власти человека над вещами, впереди сложная и ответственная работа. Она касается как создания материально-технической базы коммунизма, совершенствования общественных отношений, так и воспитания нового человека. Достижение материального изобилия в условиях господства общественной собственности на средства производства, исчезновение противоположности умственного и

¹ «Материалы XXV съезда КПСС». М., 1976, с. 78.

физического труда, товарно-денежных отношений ликири-дирует объективные причины потребительских пережитков. Глубокое и всестороннее усвоение людьми марксистско-ленинской идеологии, коммунистической морали, мировой духовной культуры, активное включение их в социальное творчество и подчинение универсального развития своей индивидуальности общественному благу устраняет яд потребительства из сферы субъективного — сознания, нравов, поведения людей.

В этом процессе ваяния коммунистической личности важнейшее место принадлежит выработке умения, привычки разумно пользоваться увеличивающимся общественным богатством, которое, во-первых, никогда не будет безграничным, а во-вторых, может быть обращено не только на пользу людям, но и, при неразвитой культуре потребления, во зло им.

Где граница разумного? Уже в древности высказывалась мысль, что потребности человека не

однозначны. «Из желаний, — указывал Эпикур, — одни естественны и необходимы, другие — естественны, но не необходимы, третьи же — ни естественны, ни необходимы, но порождены пустым представлением»¹.

В этих словах античного мыслителя намечена та шкала потребностей, которая признается большинством исследователей данной проблемы и сегодня. Все запросы, желания, стремления людей можно разделить на два ряда: истинно человеческие и ложные, извращенные, вредные. Удовлетворение первых служит гармоничному развитию личности, полноте и богатству ее человеческих проявлений, движет общество вперед. Удовлетворение

¹ Цит. по кн.: К. Маркс и Ф. Энгельс. Из ранних произведений, с. 106.

вторых уродует человека духовно и физически, ведет к общественной деградации. Именно ложные, неестественные потребности составляют основу культа вещей, потребительской ориентации индивида, всячески поощряются современным «обществом потребления».

Среди естественных потребностей различаются *необходимые*, то есть те, с которыми связана жизнедеятельность людей, динамика накопленного обществом материального и духовного потенциала. Реализация необходимых потребностей диктуется нуждами расширенного воспроизводства производительных сил, в первую очередь самого человека, готового практически осуществить задачи, поставленные на очередь достигнутым уровнем общественного развития. В качестве необходимости на нынешнем этапе коммунистического строительства в нашей стране выступает не только обеспечение людей продуктами питания, одеждой, жильем, медицинским обслуживанием, предоставление им возможности полноценного отдыха и т. д., но и, к примеру, получение образования не ниже среднего, что закреплено в специальном законе.

Из сказанного видно, что необходимые потребности человека не ограничиваются сугубо биологическими нуждами, ибо уже сама такая ограниченность не является человеческой. Еще Шекспир заметил: «Сведи к необходимым всю жизнь, и человек сравняется с животным»¹. Необходимые потребности не есть также нечто застывшее. Они имеют общественную и историческую мерку, трансформируются в общем потоке социального прогресса. То, что еще вчера не было необходимостью для человека, сегодня становится ею.

Но естественные потребности включают в себя и такие, которые на том или ином историческом этапе не являются общественно необходимыми, непосредственно не влияют на темпы социальных преобразований.

¹ Уильям Шекспир. Соч., т. 6. М., 1960, с. 489.

Их либо еще не сделал насущными достигнутый уровень материальной и духовной культуры, либо они вообще никогда не будут таковыми. Удовлетворение подобных потребностей украшает, облегчает, облагораживает, обогащает жизнь людей, но не воспринимается как нужда в масштабах всего общества. Скажем, далеко не все советские люди чувствуют сегодня потребность в классической музыке, хотя когда-нибудь наше общество достигнет таких духовных высот, на которых приобщение к высшим духовным ценностям станет необходимым, обязательным условием дальнейшего общественного развития. А к примеру, собирание марок или пристрастие к устрицам вряд ли и в будущем выйдет за пределы потребностей ограниченного круга людей.

Поэтому для обозначения всех истинно человеческих потребностей, как необходимых, так и не являющихся таковыми, применяется более широкое понятие: *разумные* потребности. Их формирование и входит в задачу коммунистического воспитания личности, нового, свободного от деспотии вещей человека.

Казалось бы, ситуация ясная: существуют потребности естественные и противоестественные, здоровые и вредные, разумные и лишенные рационального содержания. Первые надо прививать, от вторых уберегать, а коль уж они появились — освобождаться. Но в реальной жизни вовсе не так просто определить, где имеет место разумное отношение к потребляемым благам, а где оно переходит в прихоть, вожделение, утрачивает целесообразность, становится потребительским. Скажем, до какого предела количество и разнообразие вещей в личном обиходе можно считать разумным? Нормальные или чрезмерны потребности некоего ленинградского ученого (о нем рассказала на своих страницах «Литературная газета»), который уже много лет предпочитает проводить выходные дни на крымских пляжах: в пятницу летит к Черному морю, а в понедельник возвращается в свой институт?

Тут мы упираемся в проблему выбора объективных критериев разумности тех или иных запросов и желаний людей.

Некоторые авторы полагают, что такие критерии невозможны в силу индивидуальных различий людей, несхожести их вкусов, способностей, жизненных обстоятельств. Дескать, хорошее и разумное для одного человека может быть плохим и неразумным для другого. Споры нет, потребность, например, в телевизоре служит одним людям средством обогащения их духовного мира, полноценного отдыха, повышения социальной активности. И тот же телевизор в ряде случаев чуть ли не целиком заполняет свободное время, вытесняет и книгу, и театр, и загородную прогулку, наносит ущерб физическому и духовному здоровью личности. Потребность в сочинении стихов рождает не только поэтов, но и графоманов.

Однако приведенные примеры отнюдь не свидетельствуют об отсутствии вообще каких бы то ни было объективных признаков, которые отличают разумные потребности от неразумных. Они указывают лишь на негодность сугубо личной мерки при выявлении таких признаков.

С другой стороны, несостоятельны также попытки вовсе обособиться от конкретной личности, заключить разумные потребности в жесткие рамки «научных норм», одинаково пригодных для всех людей и на все времена. Не говоря уже о том, что всевозможные системы «рационального потребления» (медицински оправданная структура питания, рациональный гардероб, оптимальные нормы жилья, предметов длительного пользования и т. п.) оставляют в стороне духовные потребности, они не решают и проблему разумного пользования материальными благами. Нормативные эталоны могут пригодиться при разработке народнохозяйственных планов. Но они противоречат сущности человека, отличающегося «безграничностью своих потребностей и их

способностью к расширению»¹. Их антиисторичность, неподвижность приходят в столкновение с диалектикой социального развития, постоянно изменяющего качественные и количественные характеристики человеческих нужд и желаний. Кроме того, как бы ни выравнивались потребности в направлении их возвышения, облагораживания, в них всегда будет наблюдаться великое многообразие в зависимости от основного занятия человека (а в обозримом будущем и от дохода), склада его характера, физических данных, местожительства, привычек и традиций, микросреды и множества других факторов.

Существует точка зрения, согласно которой критерий разумности следует искать в соответствии потребностей личности ее трудовому вкладу, способностям. Если руководствоваться данной пропорцией, то тот самый ученый, который каждую неделю летает отдыхать из Ленинграда в Крым, поступает в высшей степени разумно. Его вклад в народную копилку намного перекрывает те суммы, которые он расходует на восстановление своих нервных и интеллектуальных сил. Так что берет он от общества совсем не больше, чем дает ему. Каждая потраченная им копейка заработана личным высокоэффективным и соответственно оплачиваемым трудом. Его отдых вполне заслужен, не противоречит индивидуальному развитию и, сохраняя ему работоспособность, обогатывается прямой пользой для государства.

Но почему же тогда эта личность не вызывает у нас симпатии? Да потому, что еженедельные вояжи на черноморские пляжи, будучи индивидуально возможными и по содержанию рациональными, не отвечают общественным возможностям, которыми располагает сегодня наша страна. Придет время, когда так же буднично и естественно, как мы выбираем сегодня в часы досуга между посещением кино и поездкой на электричке за город,

¹ Архив Маркса и Энгельса, т. II (VII), с. 235.

люди смогут решать, отправиться ли им на выходные дни под южное солнышко или побродить на лыжах за Полярным кругом. Может быть, они не захотят этого делать и предпочтут другие формы отдыха. Но у них будет такая возможность. Пока же для рабочего, учителя, многих трудолюбивых, талантливых, честных, заслуженных людей разных профессий воскресный «стандарт» упомянутого ученого остается непозволительной роскошью. И потому его прогулки приобретают оттенок чего-то неприличного, становятся формой ложного, эгоистического самоутверждения, бессмысленным и безнравственным капризом человека, демонстрирующего свою «исключительность» и презрение к тем, кто не столь «даровит» и «полезен».

А между тем его даровитость и полезность, его отдача подготовлены и тем учителем, который вложил в него свой труд и знания, и тем рабочим, который изготовил для него сложное оборудование, и сотнями, а может быть тысячами людей, которые дали его идеям жизнь.

Разумные потребности имеют, таким образом, индивидуально-общественную мерку. Индивидуальность их означает, что они во всех случаях призваны способствовать развитию личности, совершенствованию ее духовных и физических качеств, реализации ее творческих сил и задатков. Общественный же характер их проявляется в том, что критерием разумности выступают прежде всего реальные возможности общества на том или ином конкретно-историческом этапе, достигнутый уровень производства и лишь потом — возможности отдельного человека. Сообразовать личные потребности с общественными возможностями может помочь только высокая духовная культура индивида, которая, как известно, не всегда совпадает с высоким образованием, но немыслима без развитого нравственного начала. Именно присутствующая нравственному поведению *потребность самоограничения* отличает истинную культуру потребления.

В не меньшей степени, чем рациональность, разумные потребности определяет моральная ответственность личности.

Но одного соответствия потребностей личному благу и общественным возможностям еще недостаточно для признания их разумными. Бывает так, что и общество располагает всем необходимым для удовлетворения определенных запросов, и сами эти запросы вполне естественны, оправданны и подчас даже необходимы в структуре потребностей человека, а разумность их тем не менее сомнительна. Очевидные примеры на этот счет в изобилии предоставляет «общество потребления».

Вспомним, что его адепты с упоением и настойчивостью повторяют мысль об идентичности общественного прогресса растущему объему потребления товаров и услуг. В США особенно гордятся, что практически каждая американская семья имеет автомобиль, а то и два, что таких широких и многочисленных автострад, как там, нет в других странах. Кто же будет возражать против автомобиля — современного, удобного, скоростного средства передвижения? Кто станет оспаривать преимущества разветвленной сети великолепных дорог перед бездорожьем? Но...

В 1970 году в США насчитывалось 89 миллионов легковых автомобилей, и число их увеличивается. Вместе с ними увеличивается число несчастных случаев, увечий и смертей. Жертвами дорожных происшествий в стране ежегодно становятся более 2 миллионов человек, из них 55 тысяч погибают. Это намного больше, чем потеряла Америка за всю свою историю в войнах. Убытки от автомобильных катастроф составляют 11 миллиардов долларов в год¹. Прибавим сюда загрязнение природы (на автомобили приходится 61 процент всех вредных выбросов в атмосферу), «шумовое загрязнение», которые непосредственно отражаются на здоровье миллио-

¹ «National Safety Council. Accident Facts», Chicago, 1969, p. 40.

нов американцев, частые заторы и пробки на дорогах, отнимающие уйму времени и нервной энергии, а также «пожираемые» все новыми автостоянками и автострадами огромные пространства в городах и сельской местности. Приплюсуем, кроме того, колоссальные ресурсы, отвлекаемые на нужды автотранспорта в ущерб первоочередным социальным программам, обостряющуюся проблему гиподинамики — малоподвижности в результате злоупотребления автомобилем — и ее опасных спутников — бессонницу, ожирение, сердечно-сосудистые заболевания.

Конечно, уродливые формы, которые приняла автомобилизация в Соединенных Штатах, обусловлены в громадной степени капиталистической действительностью: искусственно вызываемым спросом, который стимулируют у населения заинтересованные автомобильные, сталелитейные, нефтяные и автодорожные монополии; плохим состоянием и дороговизной общественного транспорта; превращением автомобиля в символ престижа и социального статуса. Но некоторые негативные последствия, связанные с бурным увеличением автомобильного парка, могут проявиться и в социалистическом обществе. Дабы этого не произошло, мы уже сегодня должны спросить себя: является ли благом неограниченный и неконтролируемый рост числа автомобилей? Нужно ли стремиться к тому, чтобы каждая советская семья имела свою автомашину?

Удовлетворение любой потребности не может быть признано разумным, если оно противоречит долгосрочным интересам общества. Вслед за соответствием запросов и желаний людей общественным возможностям другим важнейшим критерием их разумности выступает соотнесенность с общественной пользой. Без таких «ограничителей» немыслимо налаживание гармоничного взаимодействия человека с вещной средой, преодоление потребительских пережитков, формирование коммунистического типа личности.

Путь к торжеству разумных потребностей над неразумными совпадает с «производством» всесторонне развитой, творческой, социально активной личности как главной целью общественного прогресса. Это движение от мира вещей к миру идей, к вершинам интеллектуальной и нравственной культуры, к возвышающейся над всеми прочими нуждами потребности человека в человеке, в человечестве. При социализме приоритет духовного над материальным достигается не только посредством воспитания личности, потребляющей разумно. Здесь планомерно формируется сама структура потребления, чтобы сделать наиболее доступными те блага, которые в первую очередь влияют на качественный рост личности, ее культурный уровень. Хотя основной формой распределения в социалистических странах по-прежнему остается распределение по количеству и качеству затраченного труда, многие нужды людей удовлетворяются из общественных фондов.

Бесплатное образование и медицинское обслуживание (в первом случае выплачивается даже «вознаграждение» в виде стипендий), бесплатное или за пониженную стоимость пользование культурными благами, бесплатное или за номинальную плату дошкольное воспитание — все это стимулирует равное развитие людей независимо от их способностей, места в производстве, трудового вклада, семейного бюджета. Так, один только переход от начального образования к среднему ведет, по наблюдению социологов, к такому же сокращению домашнего труда (следовательно, увеличению свободного времени), как рост душевого дохода в два раза, но вызывает несравненно более благоприятные перемены в духовном содержании жизни¹.

Общественные фонды являются, в сущности, зачаточной формой коммунистического распределения по потребности. Если бы их не было, то люди более способные к труду и лучше обеспеченные, а также члены их

¹ См.: «Вопросы философии», 1974, № 2, с. 36.

семей получили бы больше возможностей для индивидуального развития. Поэтому по мере движения к коммунизму увеличивающаяся доля потребностей будет удовлетворяться за счет общественных фондов, ставя самоосуществление личности во все меньшую зависимость от вознаграждения за труд и обеспечивая *всем* людям *одинаковый* доступ к общественному богатству. Такой курс предусмотрен решениями XXV съезда партии. Согласно ему выплаты и льготы населению из общественных фондов потребления возрастут в нынешней пятилетке на 28—30 процентов¹.

Но вместе с тем еще долгое время не потеряет своего значения и оплата по труду, которая будет расти. Естественно, что значительная часть этих средств пойдет на приобретение различных вещей. Что ж, рост интеллектуальных запросов не означает пренебрежения материальными благами и удобствами. Однако, соглашаясь с этим, иные авторы утверждают, что безграничное расширение касается только духовных и социальных потребностей. А умножение массы вещей в человеческом обиходе и вообще увеличение материальных потребностей должно остановиться на некоторой черте насыщения, за которой всякое их расширение станет ненужным и абсурдным. Речь тогда сможет идти лишь о совершенствовании, облагораживании средств и способов удовлетворения оптимально ограниченного набора материальных нужд и желаний.

Больше того, предлагается «затормозить», «свернуть» вещный поток. Сторонники этой точки зрения ссылаются на то, что уже сейчас среди обилия появляющихся новых предметов трудно найти принципиально новые. Множится число модификаций одного и того же. А посему недурно было бы перейти к вещам более универсальным, соединяющим в себе по возможности самые разные функции. Спасительным представляется сокращение срока службы вещей (реализация принципа

¹ «Материалы XXV съезда КПСС», с. 41.

«использовал — выбросил»). Таким путем якобы возможно решить одновременно две задачи: приостановить лавиноподобное разрастание искусственного предметного окружения человека и выработать спокойное, разумное отношение к данному окружению. Вещам-однодневкам некогда и незачем будет прорасти в людях, а людям не надо будет приспосабливаться к вещам, ибо обладание ими полностью уступит место пользованию.

Ошибочность приведенных доводов меньше всего состоит в стремлении к универсализму вещей. Если бы, скажем, сегодня удалось построить самолет, соединяющий в себе достоинства многочисленных модификаций самолетов, это было бы во всех отношениях выгодно. А пока что нам нужны легкий и экономичный Як-40 и могучий «Антей», суперскоростной Ту-144 и тихоход Ан-2. Правда, универсализм не есть и что-то абсолютно полезное. Наши предки обходились одним котлом вместо всего огромного многообразия нынешних кастрюль, гусятниц, утятниц, сковород, чайников и т. д., универсализмом отличался и их туалет. Однако вряд ли такая непритязательность могла бы считаться нормальной для современного уровня развития человечества.

Действительная же ошибка тех, кто настаивает на необходимости замедлить расширение вещного окружения людей, ограничить их материальные потребности неким пределом, разрушить устойчивость связи человек — вещь посредством ускорения оборота различных предметов, заключается в вольной или невольной фетишизации вещей, в приписывании им способности самостоятельно подчинять себе человека. Стоит только признать, что никакой демонической, независимой от отношений людей власти у вещей нет, как перечисленные предложения обнаруживают свою очевидную несостоятельность.

Уменьшение разнообразия вещей в обиходе людей, сужение рамок созданной трудом предметной среды означает прежде всего обеднение мира человека — как

внешнего по отношению к нему, так и его внутреннего мира. Ведь в богатстве вещей опредмечивается, реализуется, получает дальнейшее развитие богатство неисчерпаемой человеческой сущности, его неукротимая творческая мощь. Дело вовсе *не в количестве вещей, а в характере человеческих отношений*. В процессе строительства коммунизма, «по мере того как предметная действительность повсюду в обществе становится для человека действительностью человеческих сущностных сил, человеческой действительностью и, следовательно, действительностью его *собственных* сущностных сил, все *предметы* становятся для него *опредмечиванием* самого себя, утверждением и осуществлением его индивидуальности, *его* предметами...»¹.

Ясно, что при такой общественной организации нет никаких причин сокращать срок отношений людей и вещей, дабы не дать последним времени «прорасти» в человеке. В «обществе потребления», как известно, распространение «культуры выбрасывателей» ничуть не уберегает индивида от вещного рабства, ибо символом престижа, связанного с вещью, становится даже ее выбрасывание. Иное дело, если сокращение срока связи человека с вещью целесообразно с точки зрения долговременного развития сущностных сил личности (высвобождение времени для творческих занятий, экономия средств). Если же скоротечность пользования вещами оправдывается лишь мнимым вызволением человека из-под их власти или соображениями сиюминутной выгоды, то единственным реальным результатом подобной «свободы» от вещей могут стать увеличивающиеся горы небуранных отходов, ускоренное и в ряде случаев необратимое расходование сырьевых, энергетических и людских ресурсов, причинение ущерба эмоциональному состоянию человека и его эстетическому развитию.

Наконец, беспочвенным является противопоставле-

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 42, с. 121.

ние понятий *обладания вещью* и *пользования* ею, отождествление первого со злом, а второго с добром. Оставь библиофилу, например, только пользование книгой, и библиофил исчезнет. В этом случае потеряет смысл неповторимость, индивидуальность, редкость книги, единственно важным станет в ней содержание и несущественным все остальное. А как быть с *обладанием* особенно любимыми, памятными, привычными, близкими вещами, которые есть почти у каждого человека и для грядущего исчезновения которых решительно нет никаких причин?

С другой стороны, очищенное от всякого стремления к обладанию пользование вещами может быть и совершенно безразличным к вложенному в них человеческому труду, потребительски пренебрежительным к общему благу, преследующим лишь личную выгоду.

Пользование как альтернатива владению, обладанию, отнюдь не гарантирует от «вещной болезни», лучшей иллюстрацией чему является распространение на современном промышленном Западе принципа «использовал — выбросил». Нет, чтобы победить власть вещей совсем не обязательно полностью отказываться от обладания ими ради исключительного пользования. Уничтожение частной собственности (именно такое обладание отвергает коммунизм) не отменяет личной собственности. Знаменитое Марксово высказывание о том, что человек не теряет самого себя в своем предмете лишь в случае, если этот предмет становится для него *общественным* предметом, отнюдь не отрицает владения им. Маркс называет общественной ту вещь, которая создана человеком для человека, пользование которой утратило эгоистическую природу и служит утверждению и осуществлению человеческих способностей. Общество является сущностью такой вещи независимо от того, принадлежит она кому-то одному или многим. Потребляя ее, человек развивает, улучшает себя *для других*, а потому и для самого себя. И это главное.

Любые разумные потребности людей — материальные, духовные, социальные — не только имеют постоянную тенденцию к возвышению, облагораживанию, но также и к расширению. Покуда существует человечество, никакой достигнутый уровень потребностей и потребления не будет конечным. В этом проявляется их безграничность.

Вместе с тем на всех этапах социального прогресса возможности людей потреблять разумно были ограниченными и пока что остаются такими. На заре человеческой истории основными препятствиями являлись примитивность развития общественной материальной базы и самого человека. Пришедшие следом антагонистические формации, сообщив невиданное ускорение развитию производительных сил и способностей рода «человек», сделали это за счет большинства индивидов и даже целых социальных классов. На пути осуществления разумных потребностей встали негодные общественные отношения. Социалистическое общество уничтожило классовый антагонизм и впервые соединило в своей практике создание материального изобилия, налаживание подлинно человеческих общественных отношений и всестороннее развитие каждого отдельного индивида. Но и при социализме понятие разумности потребностей еще носит ограниченный характер. Не все потребности, которые объективно служат развертыванию, расцвету и самореализации личности, являются здесь разумными в масштабе общества. Не все естественные человеческие потребности могут быть удовлетворены без ущерба для других людей.

И только с построением коммунистического общества *разумные* запросы и желания наконец полностью совпадают с *человеческими*. Устраняются все преграды индивидуальному развитию. Разумные и безграничные в своем расширении, обновлении и совершенствовании потребности становятся и безгранично осуществимыми.

Каждому по потребностям . Антуан де Сент-Экзюпери как-то заметил, что со временем у

людей будет много великолепных, выпускаемых сериями музыкальных инструментов, но где взять музыкантов? Слова эти имеют гораздо более глубокий смысл, чем допускает их буквальное толкование.

Какие угодно умные, совершенные и полезные вещи значат что-нибудь, лишь служа людям. Когда они самостоятельны, они мертвы. Богатство вещного мира обретает жизнь в богатстве человеческого «я». Материальное изобилие не бесцельно, если оно предполагает человека, который в состоянии его духовно освоить. Всестороннее благосостояние человечно, если оно всесторонне развивает личность, способную по-человечески им пользоваться. Любые возможности потреблять могут быть реализованы только при наличии соответствующих способностей потреблять. Именно эту диалектику отражает знаменитая формула коммунизма: «каждый по способностям, каждому по потребностям».

Буржуазные идеологи, предрекающие перерождение социалистического общества в «потребительское» под напором увеличивающегося благосостояния, не понимают или намеренно искажают очевидное: коммунизм — это прежде всего вполне определенные общественные отношения, в которых материальный достаток выступает лишь условием и средством, но не целью. Коммунистические отношения означают не просто труд по способности, а труд в полную меру универсально развитых способностей, без чего невозможен высочайший расцвет производительных сил и, следовательно, достижение изобилия материальных и духовных благ. Такие отношения предполагают не просто распределение по потребностям, а отсутствие потребности желать больше, чем действительно человеку нужно, требовать невозможного.

В субординации способностей и потребностей первенство принадлежит способностям. Данный приоритет

происходит из самой цели общественного прогресса, которая заключается в гармоничном и безграничном развитии личности. Именно в богатстве человеческого самосовершенствования, согласно марксистско-ленинскому учению, находит выражение богатство общественных производительных сил и производственных отношений. «Чем иным, — восклицал Маркс, — является богатство, как не полным развитием господства человека над силами природы, т. е. как над силами так называемой «природы», так и над силами его собственной природы? Чем иным является богатство, как не абсолютным выявлением творческих дарований человека, без каких-либо других предпосылок, кроме предшествовавшего исторического развития, делающего самоцелью эту целостность развития, т. е. развития всех человеческих сил как таковых, безотносительно к какому бы то ни было *заранее установленному* масштабу? Человек здесь не воспроизводит себя в какой-либо одной только определенности, а производит себя во всей своей целостности, он не стремится оставаться чем-то окончательно установившимся, а находится в абсолютном движении становления»¹.

Отсюда и выдвижение в качестве единого, комплексного показателя хода соревнования двух мировых социально-экономических систем не количества производимых и потребляемых благ, а *меры развития человеческой личности*, так сказать, духовного качества потребления². Этот критерий в концентрированном виде раскрывает преимущества социализма перед капитализмом. Он с наглядностью убеждает, что материально-технические, социально-экономические, политические и прочие условия жизни в социалистических странах подчинены всестороннему развитию творческих возможностей личности. В то же время в «обществе потребления» эти условия служат духовному обнищанию, нравственной

¹ К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч., т. 46, ч. I, с. 476.

² См.: «Проблемы мира и социализма», 1975, № 6, с. 45.

деформации, физическому разрушению миллионов людей.

Было бы, однако, неверно рассматривать подчиненный характер потребностей как свидетельство их второстепенности. Необоснованны, думается, бытующие в литературе представления о том, что гармония человека с вещным миром возможна лишь при условии, если способности будут развиваться быстрее, чем потребности. Жизнь опровергает совсем не новый метафизический идеал «уменьшения преимущества желаний над способностями» (Жан-Жак Руссо).

От роста материального благосостояния зависят повышение уровня образования, культуры, квалификации, производственная и политическая активность личности. Чем выше производство материальных благ, тем больше сил и средств может уделить общество созданию духовных ценностей. В свою очередь, развитая личность предъявляет большие требования к удовлетворению своих материальных запросов, которые приумножаются и возвышаются, становясь базой для новых способностей. Чтобы у человека развилась, например, способность игры на скрипке, у него должна возникнуть сначала потребность на скрипке играть, стало быть, скрипку иметь.

Потребность по времени предшествует способности, поэтому ограничение той или иной потребности вызывает торможение соответствующей способности. Таким образом, речь следует вести не о сдерживании потребностей, а о их максимальном развитии у каждого человека. Единственное условие, которое при этом должно быть соблюдено, состоит в том, чтобы всякая потребность была разумной, прямо или косвенно служила развитию человека, выявлению и расцвету его способностей.

Решение вопроса о соотношении потребностей и способностей имеет важное практическое значение при переходе от социалистического принципа равенства воз-

возможностей к коммунистическому принципу равенства результата.

В отличие от капиталистического мира, в социалистических странах любому человеку открыт равный доступ к общественному богатству, к управлению общественными делами, к тому или иному положению в производстве. Нет ни классовых, ни материальных барьеров на пути осуществления своего призвания, своих способностей. Но именно способности-то и делают фактическую меру участия людей в материальном и духовном потреблении, в управлении производством и обществом разной, зависящей от личного трудового вклада¹. Тот, кто благодаря своим личным качествам больше обществу дает, тот располагает и большими возможностями от него получать. Такое распределение на первой фазе строительства коммунизма необходимо. Оно устанавливает общественное регулирование потребления благ, которых еще недостаточно для обеспечения ими всех желающих в полной мере. Оно приучает людей работать по способностям, помогает эффективно решать проблему рационального отбора работников с соответствующими талантами, в чем заинтересовано все общество, стимулирует производительный труд, который пока в значительной степени остается средством для жизни, для удовлетворения потребностей, а не самой потребностью.

По мере создания материально-технической базы, обеспечивающей изобилие всевозможных благ, вместе с исчезновением противоположности умственного и физического труда, всесторонним развитием личности и превращением деятельности на благо общества в первую жизненную потребность будет окончательно преодолен «узкий горизонт буржуазного права», и общество смо-

¹ Данное положение справедливо и для труда, плата за который зависит не столько от характера реализуемых в нем способностей, сколько от заинтересованности общества в определенных видах труда. Ведь и здесь нужны соответствующие способности.

жет перейти к распределению по потребностям. Неизменно расширится круг разумных потребностей, сдерживаемых сейчас общественными возможностями. Но и тогда, при невиданно благоприятных условиях для расцвета творческого потенциала каждого человека, сохранится неравенство способностей людей. Причем не только в степени одаренности, талантливости «от природы», но также в приобретенных знаниях, квалификации, ибо здесь существенным является влияние жизненных обстоятельств, окружения, собственных волевых качеств, темперамента и т. д. А они никогда не будут одинаковыми у разных людей.

И если допустить, что ради гармонии личности ее способности должны опережать потребности, тогда нужно признать право более способного человека на большее участие в потреблении даже в самом справедливом обществе. Это поставило бы часть людей в невыгодное положение по независящим от них причинам и увековечило бы фактическое неравенство на манер «меритократии» (власти наиболее одаренных), которую предлагает Д. Белл для сконструированного им «постиндустриального общества».

Коммунистический идеал потому и является истинно человеческим идеалом, что он впервые в многовековой истории людей не ставит потребление отдельной личности в какую бы то ни было зависимость от ее реального вклада в общественное достояние, от ее интеллектуальных возможностей и характера способностей. Естественное равенство людей состоит в том, что все они до единого — дети рода человеческого, независимо от их индивидуальных особенностей. И распределение по потребностям является не формой социальной благотворительности, как оно выглядит в интерпретации Белла, а единственно последовательным и полным осуществлением этого естественного равенства людей.

Что же в таком случае уберезит общество от рецидивов «вещной болезни», от проявлений потребительско-

го отношения к жизни? Ответ на этот вопрос уже в значительной мере был дан. Теперь можно расширить его: *полное* раскрытие и *полная* реализация способностей каждого человека, превращение активного социального творчества, коммунистического отношения к труду и к общественному богатству в определяющую черту нравственного облика, в *привычку*.

Верно, при коммунизме не будет нормировки в распределении благ со стороны общества. Однако нормировка в виде потребности самоограничения станет актом личного сознания, нравственным убеждением, обычной и всеобщей нормой поведения. Члены коммунистического общества будут свободно брать по потребности, но это будет исключительно разумная потребность. Она делает отношение людей к вещам примерно таким же, как отношение здорового человека к собственному здоровью, которым он наслаждается, не замечая его. Материальные и духовные ценности превратятся для них в нечто само собой разумеющееся, неотделимое от их естества, в добрых слуг, помогающих строить жизнь насыщенную, прекрасную и счастливую.

Потребность самоограничения не позволит, например, гурману требовать себе ежедневно на стол редкостные деликатесы, а собирателю живописи стремиться заполучить в свою коллекцию полотна Рембрандта. Оба эти желания, не противореча в принципе развитию личности, не могут быть осуществлены без ущерба для других людей. Коммунизм отнюдь не будет походить на волшебную скатерть-самобранку, каким он рисуется некоторым. При нем сохраняются, по-видимому, элементы регулирования в отношении редких, уникальных благ. В силу действия закона возвышения потребностей запросы по-прежнему будут опережать производственные возможности, хотя время между их возникновением и удовлетворением сократится до минимума. Но коммунистическое общество уничтожит всякую почву для взрастания потребительства, вещного фетишизма. Оно навсегда покончит

с отчуждением человека от его опредмеченных сущностных сил, от плодов рук и разума его, оно установит подлинную и вечную гармонию людей с вещами, которые будут обогащать мир человеческих чувств и мыслей и никогда не будут обеднять его.

Реальные шаги в этом направлении делают сегодня социалистические страны. Их впечатляющие экономические, социальные и научно-технические достижения позволяют все полнее и разностороннее удовлетворять растущие материальные и духовные запросы населения. Такой курс отвечает нашему образу жизни, нашим идеалам. Социалистическое содружество прокладывает остальному человечеству путь к овладению всем богатством собственного человеческого развития. На этом пути предстоит решить еще немало сложных задач. Потребительство не уходит в небытие с рождением нового общества. Нужно время, чтобы окончательно изгнать его из нашей социалистической жизни, а потом и из жизни людей вообще.

И так будет. Потому что мы ясно видим горизонты социального прогресса, руководствуемся научной теорией и знаем, что человечество сбросит с себя путы отживших общественных отношений, а вместе с ними и господство чужих и враждебных ему вещей. И когда продукты труда вернутся к своим творцам в новом качестве — в качестве средства и основы их свободного и всестороннего развития, тогда можно будет сказать, что и человек вернулся к самому себе. Вернулся, чтобы уже никогда не терять себя в вещах, чтобы, не зная преград и предела, совершенствовать свою созидательную мощь, осуществлять свой творческий гений как высшую цель бытия, как самоцель.

Мотяшов В. П.

М85 Потребляющий мир: за и против. Человек в океане вещей, материальное и духовное в жизни общества. М., «Молодая гвардия», 1976.

272 с. (Б-ка «Университет молодого марксиста»).

В современной идеологической борьбе, в соревновании социалистического и буржуазного образов жизни все большее место занимают сегодня вопросы личного потребления.

Автор исследует происхождение и назначение расцветшего ныне на Западе безудержного культа вещей, проникновения потребительства в сферу культуры и досуга, раскрывает коренную противоположность целей и характера удовлетворения материальных и духовных запросов людей в различных социальных системах.

105

М 10503—200
078(02)—76 008—76

Вячеслав Павлович Мотяшов

ПОТРЕБЛЯЮЩИЙ МИР: ЗА И ПРОТИВ

Редактор **Н. Игнатовская**

Художник **И. Леонов**

Художественный редактор **А. Косаргин**

Технический редактор **Т. Кулагина**

Корректоры **Г. Василёва, Л. Матасова**

Сдано в набор 23/I 1976 г. Подписано к печати 5/VII 1976 г. А07356. Формат 70×108^{1/32}. Бумага № 2. Печ. л. 8,5 (усл. 11,9). Уч.-изд. л. 12,6. Тираж 75 000 экз. Цена 36 коп. Т. П. 1976 г., № 8. Заказ 2393.

Типография ордена Трудового Красного Знамени издательства ЦК ВЛКСМ «Молодая гвардия». Адрес издательства и типографии: 103030, Москва, К-30, Сушневская, 21.

36 коп.

МОЛОДАЯ ГВАРДИЯ