



ВЯЧЕСЛАВ МОТЯШОВ

# ВЛАСТЬ ВЕЩЕЙ И ВЛАСТЬ ЧЕЛОВЕКА





**МОТЯШОВ ВЯЧЕСЛАВ  
ПАВЛОВИЧ —**

кандидат философских наук, автор ряда статей, брошюр по проблемам нравственного формирования личности, принципов и норм социалистического образа жизни.

В 1965 году окончил Московский педагогический институт имени В. И. Ленина, затем аспирантуру Академии общественных наук при ЦК КПСС.

В настоящее время — на партийной работе.

Автор книг «Потребляющий мир: за и против», [М., Молодая гвардия, 1976], «Богатство духа и дух богатства», [М., Детская литература, 1985].



ВЯЧЕСЛАВ МОТЯШОВ

# **ВЛАСТЬ ВЕЩЕЙ И ВЛАСТЬ ЧЕЛОВЕКА**

МОСКВА  
«МОЛОДАЯ ГВАРДИЯ»  
1985

Рецензент  
доктор философских наук *Н. Н. Михайлов*

**Мотяшов В. П.**

М 85 Власть вещей и власть человека. — М.: Мол. гвардия, 1985. — 320 с. — (Ун-т молодого марксиста).

55 коп. 65 000 экз.

В современной идеологической борьбе, в соревновании социалистического и буржуазного образов жизни все большее место занимают сегодня вопросы личного потребления. Исследуя происхождение и назначение расцветшего ныне на Западе безудержного культа вещей, проникновения потребительства в сферу культуры и досуга, автор раскрывает коренную противоположность целей и характера удовлетворения материальных и духовных запросов людей в различных социальных системах.

М 0302020200—104  
078(02)—85 КБ—054—001—85

ББК 60.55  
301

ИБ № 4450

**Вячеслав Павлович Мотяшов**  
**ВЛАСТЬ ВЕЩЕЙ И ВЛАСТЬ ЧЕЛОВЕКА**

Редактор **Е. Мальнова**  
Художник **Ю. Лютер**  
Художественный редактор **Т. Войтневич**  
Технический редактор **Е. Брауде**  
Корректоры **Т. Крысанова, Т. Пескова**

Сдано в набор 04.10.84. Подписано к печати 07.03.85. А02173.  
Формат 70×108<sup>1</sup>/<sub>32</sub>. Бумага типографская № 3. Гарнитура  
«Литературная». Печать высокая. Условн. печ. л. 14. Условн.  
кр.-отт. 14,52. Учетно-изд. л. 15,1. Тираж 65 000 экз. Це-  
на 55 коп. Заказ 1633.

Типография ордена Трудового Красного Знамени издательства  
ЦК ВЛКСМ «Молодая гвардия». Адрес издательства и типо-  
графии: 103030, Москва, К-30, Сушчевская, 21.

## Введение

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 социально-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. В мировом промышленном производстве удельный вес стран социализма составляет более 40 процентов. Только Советский Союз выпускает сегодня промышленной продукции больше, чем ее производилось во всем мире в 1950 году. Неуклонно растет доля национального дохода, направляемая на потребление.

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 материальному, так и к духовному богатству, 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 острая идеологическая и политическая борьба.

На протяжении многих лет любимым коньком буржуазной пропаганды остается утверждение о якобы хроническом отставании жизненного уровня населения социалистических стран от стандартов, достигнутых индустриальным Западом. Некоторые капиталистические авгуры предсказывают, что этот разрыв сохранится на

необозримо далекую перспективу. Однако под ударами реального хода событий тезис о мнимой неспособности социализма обеспечить материальное благосостояние неотвратно превращается в анахронизм, хотя и не снят еще с вооружения антикоммунистов. В изменившихся условиях все более настойчивыми и широкими становятся попытки буржуазной пропагандистской, машины использовать пост 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 надуманные и извращенные 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, избежать 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.

Людам 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 человеческих потребностей выступает нужда в развитии и реализации всех способностей и душевных сил личности, отдаваемых на благо другим людям. В решении этой задачи велика и ответственна роль тех, кто вступает 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 потре-

буются 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 исследования. 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.



# Глава I

## 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 таящемся 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 поколения людей могли строить на этом фундаменте еще более величественное здание. Как никогда стремительно растет мир создаваемых человеком вещей сейчас, открывая перед ним безграничные воз-

можности 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»<sup>1</sup>.

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 аккумулированных в вещах знаний о себе и мире, человеческий мозг никогда не обрел бы сегодняшних творческих возможностей. Даже того ничтожного искусственного вещественного окружения, среди которого и поныне еще живут некоторые племена в

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 122.

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, которая недоступна ни одному самому развитому органу животного. Это отразилось, в частности, в функциональном разнообразии вещей, в их многоцелевом назначении.

Человек начал делать вещи 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, стремился 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 — че-

ловек 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 — *субъективная* — 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 естественные 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»<sup>1</sup>.

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

---

<sup>1</sup> Французские повести. М., 1984, с. 233—234.

жить 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, знание, 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 вещьцу.

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. Некоторые 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.

## ЧУЖИЕ В СВОЕМ МИРЕ

Более двух с половиной веков назад Даниэль Дефо поведал миру удивительную историю о приключениях Робинзона Крузо, прожившего двадцать восемь лет на необитаемом острове. И поныне читателей всех возра-



стов 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, 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 естественность 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 богат-

ство 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 обща 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 повластным 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 то-

го 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»<sup>1</sup>. Члены первобытной общины «в известных, для них определенных природных границах... были господами своего собственного производства»<sup>2</sup>, их труд обеспечивал равную для всех возможность реализовать свою индивидуальность.

Может быть, в этом и кроется разгадка того, почему в течение многих столетий так называемой эры цивилизации эксплуатируемые и притесняемые видели спасение от тягот действительности в возвращении когда-то существовавшего на Земле, как им казалось, благодатного и счастливого времени. Причем грезы о новом пришествии «золотого века» баюкали не только сознание невежественных и забитых масс, но вдохновляли мыслителей, представлявших разные философские школы. Например, древнегреческих киников, воззрений которых мы еще коснемся.

И все-таки, несмотря на столь, казалось бы, желанное единение материальных и духовных начал в укладе первобытной общины, попытки отыскать в ней социальный идеал были и утопичны, и объективно реакционны. Тут, наверное, вполне было бы достаточно и того довода, что рядом с притягательными сторонами жизни наших далеких предков существовали отталкивающие, простота общественного бытия являлась прямым следствием дикости, необходимость борьбы за выживание, нередко беспощадной и жестокой, оставляла слишком мало места для идиллических отношений между людьми. Однако главный довод другой. Именно достоинства доклассового общества заключали в себе и самый разрушительный его порок.

При видимой прочности образовавшегося в перво-

---

<sup>1</sup> Маркс К. Формы, предшествующие капиталистическому производству. М., 1940, с. 20.

<sup>2</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 21, с. 112.

бытном обществе сплава мира человека и мира вещей в нем с самого начала была трещина. Она становилась все больше и больше, пока в конце концов не разорвала его. Иначе и не могло быть. Дело в том, что первобытная гармония материального и духовного не только имела своими неотступными спутниками ужасающую нищету и убогость жизни, крайнюю неразвитость производительных сил, но и ставила препоны социальному развитию.

Отсталое, малопродуктивное производство ограничивало потребности. Бедные потребности плохо стимулировали интеллектуальную деятельность. В свою очередь, чересчур медленно накапливаемый духовный потенциал общества определял прямо-таки черепаший темпы роста производства. Получался порочный круг. Выйти из него можно было, только разрушив первоначальное единство материальных и духовных основ бытия людей, разорвав естественную и гуманную в своей основе слитность физического и умственного труда. В этом состоял величайший трагизм детства человечества. Ибо для того, чтобы снять оковы с созидательной мощи человека, с его разума, открыть путь к универсальному и целостному развитию личности, нужно было начать с уничтожения уже существовавших, правда, в грубой, чрезвычайно примитивной форме, проявлений такой универсальности и целостности.

Начало этому процессу 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, подъемом благосостояния, развитием искусства росписи и керамики.

Однако наиважнейшим его следствием, оказавшим

решающее влияние на всю последующую человеческую историю, явилась возможность производить продукт в бóльших 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»<sup>1</sup>.

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*»<sup>2</sup>. Власть вещей, принявших форму товара, находит свое универсальное выражение в деньгах, этом товаре това-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 21, с. 113

<sup>2</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 120.

ров, 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 натуральных повинностей»<sup>1</sup>. Ни у раба, исполнявшего

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 23, с. 87.

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»<sup>1</sup>.

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 в содержании товара лишь тогда, когда он вполне развился, то есть приобрел видимость чего-то естественно-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 23, с. 85.

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»<sup>1</sup>. 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, которые хотя и в качественно отличном от капиталистических виде, но еще существуют при социализме.

Товарный фетишизм довел до крайней точки про-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 23, с. 86.



тивопоставление человека и созданного им мира вещей. Он стал тем изощренным 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*»<sup>1</sup>. 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»<sup>2</sup>.

Ярко и с негодованием изобразив антигуманные последствия отчуждения, Маркс в то же время настойчиво

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 88.

<sup>2</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 26, ч. II, с. 123.

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 стчужденного 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 неотвратимо 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 прозябавшая 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.

В историческом плане подобная монополизация развития человеческих способностей и удовлетворения потребностей является, по словам К. Маркса, «необходимым этапом для того, чтобы насильственно добиться за счет большинства создания богатства, как такового, т. е. создания неограниченных производительных сил общественного труда, которые одни могут образовать материальный базис свободного человеческого общества»<sup>1</sup>.

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. Именно богатые и представители аристократии главным образом воплощали в себе то, что известно нам как эллинская культура. Их привилегией было образование, а свободное время, которое они проводили в спорах и размышлениях, отточило их ум.

Точно так же никогда не увидели бы света многие прекрасные творения эпохи Возрождения, если бы не вельможные меценаты и состоятельные заказчики — короли, феодалы, папы, кардиналы. Они могли истратить на искусство часть принадлежащего им богатства, ради создания которого гнул спину на барщине средневековый крестьянин и корпел в своей мастерской городской ремесленник.

Египетские пирамиды, прекрасные дворцы и соборы,

---

<sup>1</sup> Архив Маркса и Энгельса, т. II (VII), с. 35.

другие выдающиеся произведения культуры созданы трудовыми руками, вобрали в себя безграничную талантливость народа, стали в итоге памятниками его гению. Но цель их появления была иная — служить прославлению сильных мира сего, укреплению авторитета монаршей и религиозной власти. И редко какое величественное сооружение прошлого не стоит на костях своих непосредственных создателей.

Только с промышленным разделением труда и становлением капиталистического способа производства появляются материальные условия, которые в состоянии обеспечить развитие всего населения. 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 утвердиться 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 способно-

стями, 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. Сами того не желая и не сознавая, хозяева капиталистического общества способствовали историческому движе-

нию 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 вещного окружения в полное подчинение 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 спасение защитники отживающей 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»<sup>1</sup>, 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 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 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 ближайшим к нам удалось более или менее точно измерять время, только последние два поколения пользуются

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 128.



электродвигателем. Подавляющее же большинство всех материальных ценностей, с которыми мы имеем дело в повседневной жизни, впервые создано нынешним, восьмисотым поколением.

Именно изменение вещественной среды особенно зримо демонстрирует, что время словно сжимается, дистанция между настоящим и будущим неуклонно сокращается. Детище XIX столетия — телефон прошел путь от идеи до первого образца за 56 лет. Радио покрыло эту «беговую дорожку» уже за 35 лет. Радару понадобилось всего 15, телевизору — 14, квантовым генераторам (лазерам) — 9, транзисторам — только 5 лет.

По подсчетам Тоффлера, количество окружающих нас новых предметов удваивается каждые пятнадцать лет. «Среди историков и археологов, социологов и экономистов, психологов и представителей других научных дисциплин, — пишет он, — крепнет убежденность в том, что многие социальные процессы ускоряются, притом стремительно, с головокружительной быстротой»<sup>1</sup>.

Факт ускорения поступательного хода истории сегодня очевиден. 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. Буржуазный взгляд на возрастание темпа перемен сводит сами перемены к эскалации техники и знаний, что 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

---

<sup>1</sup> Toffler A. Future Shock. New York, 1970, p. 22.

стоимость ремонтных работ. Поэтому во многих случаях дешевле заменить вещь новой, чем отремонтировать ее. Во-вторых, появление все новых и новых усовершенствований 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»<sup>1</sup>.

Американский футуролог 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 все менее долговечные изделия. Этот процесс выступает как неизбежное и имманентное следствие научно-технического прогресса. Но Тоффлер скорее интуитивно, чем осознанно, чувствует его ненормальность, его противоречивость. 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

---

<sup>1</sup> Toffler A. Future Shock, p. 52—53.

производство с ее помощью разнообразных вещей не вызывают сами по себе негативных последствий. Критический пафос буржуазного 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 промышленно развитых странах Запада 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.

Но, с другой стороны, указанному прогрессивному развитию общественных производительных сил и увеличению общественного богатства противостоят интересы и цели эксплуататорских классов.

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-

сколько 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. Ускорение захватывает не отдельные сферы его, а является внутренней пружиной поступательного развития человеческого общества в целом.

Акселерация наглядно проявляется уже 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 говорят о том, 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, научных знаний, предметов потребления. Во всех общественно-экономических формациях появлялись принципиально новые вещи, и их становилось больше. Однако не в этом их главный отличительный признак. Он — в присущем каждой формации способе производства, где сердцевиной является отношение трудящихся к средству труда, а через него и к продукту своего труда. Прimitивное единство людей и вещей, их соединенность в первобытной общине, накладывавшей на человеческий разум «рабские цепи традиционных правил», лишавшей его всякого величия и всякой исто-

рической 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. Эти перемены неотделимы от политических переворотов — перехода власти от одного класса к другому, от социальных преобразований — изменения отношений между людьми.

Таким образом, ускоряющийся прогресс человечества носит всеобщий характер, касается 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 набирают разгон. Все антагонистические общества переживали стадии становления, зрелости и упадка, уплотнявшиеся от формации к формации. Сказанное позволяет заключить, что наряду с фактором динамики в истории действует и фактор торможения. Причем относительная сила 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 жиз-

ни 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. Ленин<sup>1</sup>. Этот закон непосредственно определяет характер 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, противостоит, 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, как и многие другие проблемы, свидетельствует, что у этой системы нет будущего.

---

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

## Глава II

### ПОХИЩЕНИЕ ЗОЛОТОЙ ПТИЦЫ

#### ПОТРЕБЛЕНИЕ РАДИ САМОУТВЕРЖДЕНИЯ

«В целом к 1985 году народы мира станут ближе друг к другу по культуре, чем когда-либо, поскольку они будут «американизированы». Такой прогноз сделали более десяти лет назад в книге «Грядущее. Размышления о семидесятых и восьмидесятых годах» известные американские футурологи Г. Кан и Б. Брюс-Бриггс<sup>1</sup>. Надо сказать, что подобные откровения традиционны 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. Более позднего происхождения аргументы, обосновывающие 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 Катоны, в чьих трудах апологетика «общества массового потребления» выдается за научную концепцию. Адепты и популяризаторы «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 этало-

---

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

ном, 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 дан-



ного 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 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 новым 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 достат-

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

Переворот, произведенный Фордом, как раз и со-

стоял 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 несколько 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, живший 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 ванны<sup>1</sup>.

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 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.

Особенно активизировались эти процессы после того, как денежные сбережения, накопившиеся у населения капиталистических стран за время войны, оказались израсходованными на приобретение всевозможных

---

<sup>1</sup> См.: Беляев Н. Генри Форд. М., 1936, с. 143—144.

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 подсказывает 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, открытие во все времена означали движение человечества по пути прогресса. Архимед и Леонардо да Винчи, Уатт и Ломоносов, Эдисон и Пастер немало способствовали закреплению такого взгляда. И научно-техническая революция своими реактивными лайнерами, своими бытовыми приборами 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 избытка» 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 задача — достичь того, чтобы у владельца машины, которая отслужила полгода, появился комп-

лекс неполноценности и ему было бы стыдно ездить на таком драндулете»<sup>1</sup>.

Квота одержим мечтой навязать каждой семье столь же абсурдные, сколь и дорогостоящие механизированные чудища, назначение которых собирать крошки, называть 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, повинуясь которой все тагуальпчане обязаны еженедельно покупать всевозможные ненужные им вещи, хотя они уже и так ходят с головами 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. Вот что говорит он в книге «Экономика и общественная цель» о современных Соединенных Штатах Америки: «Много нововведений в потребительских товарах следует считать мошенническими... Польза, некогда совершенно необходимая для успеха нововведения, теперь становится только одним из нескольких требований. Новизна же обрела способность убеждать сама по себе... 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 товары и их упаковку... Хотя усовершенствование, повышенный комфорт, материальная вы-

---

<sup>1</sup> Веркор, Коронель. Квота, или «сторонники изобилия». М., 1970, с. 205—207.

года или любое другое реальное улучшение нелишни, 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 владельца... Стремление к новизне становится характерным для Америки 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 нашей системы»<sup>1</sup>.

Как видим, дела и идеи Квоты, сеющего вокруг «чуму потребительства», 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 пять километров. Еще большему риску подвергают американцев приборы фирмы «Электродайн», предназначенные стимулировать работу сердца. Будучи вживленными в тело 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.

О технике эксплуатации западного потребителя говорит и такой факт. Американцам по многу часов в день внушается, что они должны заботиться о своей

---

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



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 суррогатом.

Нередко алчность фармацевтических корпораций оборачивается трагедией. Они выбрасывают на рынок препараты не просто бесполезные, а вызывающие у пациентов серьезные заболевания и даже приводящие к смерти. Некоторые из этих снадобий после шумных скандалов изымаются из продажи в самих Соединенных Штатах. Однако отравы почти беспрепятственно экспортируются за рубеж. Особенно широко расцвел этот мрачный бизнес в президентство Рейгана, не желающего ни в чем стеснять частное предпринимательство. Только в странах Латинской Америки продается более 100 препаратов, признанных непригодными для употребления в США. Среди них — антибиотик компаний «Маккесон» и «Парк, Дэвис энд компани», который согласно проведенному еще 20 лет назад исследованию вызывает заболевание крови, часто со смертельным исходом. Такой же эффект имеет и обезболивающее средство корпорации «Уинтроп». Лекарство «Опрен» унесло жизни 67 человек всего год спустя после того, как оно было запрещено в США.

Подобно легендарному чудовищу Католепу из флорентинского «Искушения святого Антония», «общество потребления» пожирает само себя. А чтобы самоуничтожение не замечалось массой граждан или воспринималось ими как нечто естественное, корпорации в на-

растающем темпе создают и внедряют надуманные потребности.

Но как отличить надуманные, искусственные потребности 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 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 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 предвосхитили 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, «тарзаньи» нагрудные парики для мужчин, 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 его достоинство находится в прямой пропорции с мощностью принадлежащего ему автомобиля, что без нагрудного парика, подчеркивающего мужественность, невозможна сексуальная привлекательность, а равнодушные 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»<sup>1</sup>.

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 закабалению. Именно такую роль выполняет умышленное культивирование у людей покупательных инстинктов, развитие у них страсти к наживе, приобретательство, 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»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 128—129.

<sup>2</sup> Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М., 1969, с. 323.

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 из дня в день навязывают ему буржуазная мода, телевизионные 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. Причем за получение кредита покупателям приходится платить высокие проценты, достигающие нередко одной пятой стоимости вещи.

Пытаясь погасить задолженность, люди становятся жертвами ростовщиков. Особенно густая сеть контор займодавцев покрыла Японию. Их насчитывается здесь более 200 тысяч. В среднем каждый житель страны должен им около полумиллиона иен (примерно 2 тысячи долларов). Лишь в 1982 году услугами ростовщиков воспользовались 5,6 миллиона японцев, то есть каждый десятый работающий по найму. Из них два мил-

лиона настолько завязли в долгах, что утратили всякую надежду с ними расплатиться. Именно эти несчастные чаще всего не находят иного выхода из положения, кроме самоубийства, порой всей семьей. Описания подобных трагедий не сходят со страниц газет капиталистических стран.

Тем не менее было бы неверно не видеть, что те, кто владеет в буржуазном мире средствами производства и средствами пропаганды, смогли убедить в своих «благodeяниях» 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 большего 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 обретает 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 большей самостоятельностью, 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 «делать» 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» вызывает тысячью глоток: не останавливайся! Потеряешь темп — отстанешь от сослуживцев, которые обойдут тебя. Замешкаешься — не сможешь угнаться за соседями, 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 потребительский спурт сдерживает висящая чугунной гирей на ногах кредитная задолженность, поскольку постоянная угроза потерять работу, а стало быть, и способность платить очередные взносы, означает крушение, падение на социальное дно. С другой стороны, их подхлестывает и заставляет наращивать темп бега страх подвергнуться остракизму «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 призраком удачи, 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 различных слоев населения принудительных норм престижа, точно соответствующих их покупательной способности. Чем выше социальный статус человека, тем больше он должен платить за поддержание его, за сохранение уважения окружающих: следить, чтобы у него были более дорогое жилье, более дорогой автомобиль, более дорогая одежда, чем у стоящего ступенькой ниже.

Причем важнее всего именно цена. Например, вещь в шикарном магазине для толстосумов может стоить в несколько раз дороже точно такой же, продающейся в скромном заведении по соседству. Но уже сам факт покупки в магазине для избранных должен засвидетельствовать, что тот, кто ее совершает, занимает завидное общественное положение и достоин всяческого уважения. 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 «персоналити» — набором сформированных рекламой качеств, потребностей, идеалов, укладывающихся 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, наркомании, самоубийств<sup>1</sup>.

Американские медики и социологи указывают, 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 признается, что так называемая «скрытая наркомания» — злоупотребление снотворными, транквилизаторами и т. д. — стимулируется медицинскими журналами, которые львиную долю своих доходов получают именно за счет рекламы лекарственных наркотических средств.

«Белая смерть», как называют еще наркотики, и потребительское идолопоклонство зачастую непосредственно связаны друг с другом. Дельцы, наживающиеся на смертоносном товаре, искусственно формируют спрос на него. Средствами массовой информации и

---

<sup>1</sup> Самоубийство было и остается подчас единственным средством социального протеста тех, кто вытолкнут за ворота «общества всеобщего благоденствия». Журнал «Ю.С. ньюс энд Уорлд рипорт», в частности, сообщил, что за последние тридцать лет количество американцев, уходящих из жизни по собственной воле, выросло на 11 процентов, а увеличение числа самоубийц в возрасте от 15 до 24 лет составило 284 процента. Среди 30 тысяч жителей США, которые прибегли к этому «крайнему средству» в 1984 году, было примерно 5 тысяч полных сил юношей и девушек. Еще четверть миллиона молодых американцев пытались покончить с собой.

рекламы создается, например, эталон «современного молодого человека». Все вкусы, наклонности, привычки этого кумира толпы становятся заразительными для тысяч желающих походить на него фанатиков. В один прекрасный момент им вроде бы незначай намекают, что их идол не прочь в перерывах между любовными похождениями, захватывающими дух оргиями, времяпрепровождением в дискотеках «побаловаться» героином или кокаином, покурить «травку».

Западное кино и телевидение во всех деталях смакует таинственно-пугающие и запретно-притягательные мгновения «полетов» в наркотическом дурмане, нимало не заботясь о преступности своих действий и о том, что рисуют фальшивую картину, так как кошмарные последствия наркомании представляются чем-то второстепенным по сравнению с минутами мнимого «счастья», которое даруют наркотики. Свою лепту в романтизацию и мифологизацию наркотического уга-ра вносят и некоторые популярные среди западной молодежи ансамбли, исполняющие шлягеры соответствующего содержания.

Нет сомнений, что фактически узаконенный аморализм буржуазного образа жизни многим обязан насаждению фиктивных потребностей. Неотъемлемой функцией экономики «массового потребления» на Западе стал организованный массовый игорный бизнес, всевозможные шоу со стриптизом, порнография в книгах, кино, на телеэкране. Поиски денежными воротилами возбуждающих средств, которые облегчили бы им расширенный сбыт продукции, привели к засилью секса не только как стимулятора торговли, но и как ходового и весьма прибыльного товара на капиталистическом рынке<sup>1</sup>.

«Общество потребления», разжигая потребительский

---

<sup>1</sup> По данным министерства связи США, стоимость только порнографических произведений, которые в течение года отправляются по почте, превышает 2 миллиарда долларов.

ажнотаж, толкает людей на всевозможные преступления ради достижения столь превозносимых в нем целей. Поскольку обладание деньгами и вещами в капиталистическом мире служит признаком личных достоинств, то неудивительно, что ворами и убийцами здесь порой становятся для того, чтобы добиться «уважения», которым пользуются промышленные магнаты или банкиры с Уолл-стрита.

Часть общества прямо или косвенно живет за счет насилия. Это производство оружия и торговля им, изготовление «электронных сторожей», бронированных дверей, превращение жилых домов и контор в неприступные крепости. Для удовлетворения подобных «нужд» граждан созданы целые транснациональные монополии. Наживающиеся на насилии корпорации, действуя согласно разработанным стратегическим планам, стремятся увеличить свои прибыли, экспортируя идеологию насилия. Этим целям служит производство и вывоз фильмов, воспевающих убийства, смакующих жестокость и вседозволенность, создание моделей одежды, символизирующей насилие.

«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 при-

дается успеху — накоплению личного богатства — и относительно малое значение придается добропорядочным способам и средствам достижения этой цели»<sup>1</sup>.

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 аргументы для оправдания тезиса, будто скачкообразный рост материальных потребностей и их удовлетворение в развитых странах капитала являются чем-то вроде манны небесной, которую милостиво просыпал на страждущую публику благодетельный бизнес.

Но, может быть, адепты «общества потребления» правы, когда утверждают, что стимулирование покупательских appetitов, 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, добавляют 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.

---

<sup>1</sup> Цит. по: Лайдберг Ф. Богачи и сверхбогачи. М., 1975, с. 159—160.

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» теперь 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 вне рабочее 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 вне рабочее 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 невысказанным 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 это не так. Закон о пятидневной рабочей неделе в капиталистических государствах не соответствует фактическому положению. Анализ свободного времени, проведенный в рамках международного сравнительного исследования, показал, что даже в таких наиболее развитых капиталистических странах, как США и ФРГ, по субботам работают более 50 процентов трудящихся. 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 стремле-

ние 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 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»<sup>1</sup>.

Это высказывание американского ученого интересно для нас тем, что в нем, с одной стороны, очень верно

---

<sup>1</sup> Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество, с. 423.



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 человека <sup>1</sup>.

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

---

<sup>1</sup> Подобное противопоставление мы находим уже у одного из ранних пророков «цивилизации досуга», француза Габриеля Тарда, который в конце прошлого века в своих «Лекциях по экономической психологии» утверждал, что «не досуг существует для работы, а работа для досуга» (Американская социология. М., 1972, с. 70).

потребителей, убивает их свободное время. В США, например, на отдых и развлечения ежегодно тратится более 100 миллиардов долларов, или почти 7 процентов всех потребительских расходов<sup>1</sup>. И опять те, кто загребает деньги, кто потчует массы Джеймсом Бондом, китчем, азартными играми, 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 прибыль. Если восемь десятилетий назад Габриель Тард обосновывал рост потребления увеличивающимся досугом<sup>2</sup>, 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»<sup>3</sup>. 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 культиви-

---

<sup>1</sup> См.: Терехова О. В. Индустрия досуга в США. М., 1983, с. 172.

<sup>2</sup> «Ведь чем меньше человек работает, — писал он, — тем больше у него потребность в потреблении» («Американская социология», с. 70).

<sup>3</sup> Там же, с. 72.

руемыми 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 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 казино, 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 прибыли магнатам «индустрии досуга» и опустошающей карманы и души их клиентов, подавляющему большинству состояющихся никогда не увидеть финиша.

Так, яркое проявление «общества массового потребления» буржуазные авторы усматривают в увеличении числа людей, совершающих путешествия внутри страны и за границу. Однако в действительности именно здесь неравенство между практически неограниченными возможностями богачей и скромными возможностями массы трудящихся, сберегающих в течение года средства

для двух-трехнедельного отдыха, наиболее разительно. Среди американских туристов, выезжающих за границу, более половины приходится на менеджеров и высокооплачиваемых служащих и только четыре процента на квалифицированных рабочих, причем объединенных в одной графе с торговыми служащими. Участие в международном туризме семей с низкими доходами возможно лишь по самому дешевому тарифу, с минимальным набором услуг и, как правило, в так называемый «мертвый сезон». Для широких же слоев населения и это является недоступной роскошью. Даже путешествия в пределах страны у половины американцев из-за дороговизны длятся не более четырех дней<sup>1</sup>.

Многие виды отдыха и развлечений ориентированы исключительно на богатых. К их услугам самые дорогие рестораны, аристократические клубы, лучшие концертные залы, «центры здоровья» (вступительный взнос в один такой центр в Вашингтоне составляет 600 долларов, а ежемесячный взнос — 100 долларов). Они могут себе позволить проживание в роскошных отелях, затрачивая на это ежедневно суммы, превышающие среднюю месячную зарплату промышленного рабочего.

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 из-

---

<sup>1</sup> См.: Терехова О. В. Индустрия досуга в США, с. 153—154.

вечном паразитизме господствующих классов сторонники этой точки зрения и раньше ничего зазорного не видели). Досуг не только стали провозглашать «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 известным американским футурологом 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 человека<sup>1</sup>. Подобный несостоятельный фатализм 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»<sup>2</sup>. 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,

---

<sup>1</sup> Kahn H., Wiener A. J. The Year 2000. A Framework for Speculation on the Next Thirty-Three Years. New York, 1967.

<sup>2</sup> Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество, с. 43.

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»<sup>1</sup>.

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

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

---

<sup>1</sup> Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество, с. 425—426.

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 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, транжирия 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»<sup>1</sup>.

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 воспроизводить 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

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



лишь на этом царстве необходимости, как на своем базисе»<sup>1</sup>.

Только поверхностному взгляду может показаться, что в приведенных словах речь идет о труде лишь как источнике материальных благ, средстве удовлетворения 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 вовсе не имеет в виду, что последнее заполнено праздностью.

Напротив, любое развитие человека — интеллектуальное, физическое, нравственное — единственно и возможно при затрате определенных усилий с его стороны, 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 зрелого социализма прогресс общества 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.

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 25, ч. II, с. 386—387.

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 развитие личности, как поприще реализации замыслов человека, как необходимую ступень свободы. По мере движения к коммунизму не только саморазвитие личности в свободное время, но и необходимый труд будет в возрастающей степени становиться трудом «для души», средством проявления субъективной сущности человека, его самовыражением. Таким образом, служа удовлетворению других потребностей, труд сам по себе постепенно преобразуется в первую жизненную потребность, находящую удовлетворение в себе самой, в наслаждении процессом творчества, процессом созидания.

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, сводя труд людей к односторонней принудительной деятельности, превращает и свободное время многих из них в сферу принудительного и бессмысленного потребления и времяпрепровождения, что, с одной стороны, является проявлением кризиса «общества потребления», а с другой — дальше усугубляет его.

## Глава III

### И ГОСПОДИН И РАБ

#### ОБЕСЦЕНЕННЫЕ ЦЕННОСТИ

Широкие масштабы производства товаров массового спроса — излюбленная в последние полтора-два десятилетия 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-монополии 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 каж-

дом 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.

Сегодня по дорогам Америки мчатся самые большие, самые мощные и самые «прожорливые» в мире автомобили. Это происходит потому, что каждый из перечисленных признаков по мере своего возрастания сообщает владельцам лимузинов дополнительную порцию «достоинства», что чутко регистрируется социальным окружением. Правда, нефтяной кризис начала 70-х годов пробудил интерес американцев к малолитражкам, но стоило упасть ценам на нефть, как вновь обрели популярность большие автомобили. Если во времена президентства Джимми Картера богатеи оставляли свои моторизованные символы престижа в гаражах и за рулем экономичных японских «датсунов» и «тойот» демонстрировали поддержку призывам правительства ограничить

потребление горючего, то с приходом в Белый дом президента Рональда Рейгана четырехколесные «пожиратели бензина» опять стали привычным явлением в центрах обитания американских толстосумов. Тот, кто не в состоянии позволить себе иметь собственное престижное авто, может заказать наемный лимузин с шофером. «Час аренды нового серебристого «кадиллака» с зеркальными стеклами и сиденьями голубой обивки стоит не дороже дюжины роз — около 35 долларов», — замечает журнал «Нью-Йорк».

С конвейеров Детройта, как и прежде, сходят машины с трехсот- и даже четырехсотсильными двигателями, хотя для самой быстрой езды достаточно в четыре раза меньшей мощности. Часть автомобилей, призванных подчеркнуть социальную дистанцию между «сливками общества» и прочими, производится по индивидуальным заказам. Одна такая вилла на колесах с позолоченными бамперами, с холодильниками, барами, цветным телевизором, стереосистемой, с сиденьями, обшитыми персидскими коврами, с другими дорогими ухищрениями стоит столько же, сколько месячный запас малолитражек у какого-нибудь солидного автоторговца.

С точки зрения использования национальных ресурсов это означает громадный перерасход металла, горючего и прочих материалов. Армады восьмицилиндровых гигантов 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 внушают 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»<sup>1</sup>.

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, то теперь юные американки с радостью обменивают своих почти новых Барби (больших пластиковых кукол) на еще более новые, улучшенные модели. Некоторые жилые дома в

---

<sup>1</sup> Toffler A. Future Shock, p. 59.

Майами сносятся всего через десять лет после их постройки, так как усовершенствованная 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»<sup>1</sup> — 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 «постиндустриальный» 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

---

<sup>1</sup> Toffler A. Future Shock, p. 49.

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 необходимостью. 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 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 ежегодная 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, са-

модовлеющая 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 предназначается 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 бритвы, 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 тенденцию», 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 по-

требительства и расточительством, показывает пример рекламы, которая стала на Западе универсальным оружием насаждения фиктивных потребностей, стимулирования искусственного спроса, внушения населению престижных символов. Ее основное назначение — пропагандировать потребительство, 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 находящимся в нем применению 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.

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 «Ньюс-уик», — 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 повышения цен на нефть и нефтепродукты, побив все рекорды прибыльности). Рядовым американцам приходится отказываться от навязанного им и вошедшего в привычку чрезмерного потребления энергии. Но нет никакой гарантии, что им завтра не придется отказываться от чего-то другого, потому что узкокорыстная растрата национальных ресурсов без всякой заботы об 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. Симптоматично, что, предоставляя направо и налево льготы монополиям, ревностно отстаивая их финансовые интересы, президент Рейган чуть ли не вдвое сократил штаты Агентства по охране окружающей среды, значительно ослабив тем самым его возможности контролировать деятельность корпораций.

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.

### «СЛАДКАЯ ЖИЗНЬ»: ВИТРИНА И ЗАДВОРКИ

Вакханалия расточительства в развитых капиталистических 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».

Образчики потребления крупной буржуазии в изобилии приводит в своем объемистом труде «Богачи и сверхбогачи» американский экономист и историк Ф. Ландберг.

Церемония дебюта в «высшем свете» дочери 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 офор-

млен 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<sup>1</sup>.

В последнее время к частным палаццо прибавились роскошные многоквартирные дома, принадлежащие состоятельным владельцам на кооперативных началах. «Нью-Йорк таймс» поведала следующие 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 несколько квартир в одну, воздвигли колонны, заменили металлическую арматуру на золотую или из чистого серебра.

В светских рубриках американских газет из номера в номер с дотошным вниманием к деталям сообщается о потребительстве напоказ состоятельной элиты Соединенных Штатов. Пишут о том, сколько было съедено икры на торжествах, устроенных тем или иным миллионером, о бриллиантах, норковых шубках, сумочках из крокодиловой кожи и косметических операциях для мужчин, о том, что в универмаге Гарфинкеля в Вашингтоне посетители с легкостью выкладывают полторы тысячи долларов за жакет или рубашку...

Стремление преуспевающей Америки, демонстрировать богатство как показатель высокого социального положения сопровождается погоней за соответствующими благами и радостями жизни. Представление о развлечениях этой части населения дает каталог компании «Аме-

---

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

рикэн экспресс», которая весной 1982 года заново открыла «золотой век трансконтинентальных железнодорожных путешествий». К услугам желающих четыре вагона класса «люкс» постройки 1926 и 1949 годов. Стоимость девятидневного вояжа от Нью-Йорка до Лос-Анджелеса — «всего» 2300 долларов с человека.

Новомодное увлечение богачей — «эйр паркс» — общины, где дома строятся по обе стороны взлетно-посадочной полосы. Жители этих поселков — любители летающего антиквариата и прочие в высшей степени обеспеченные люди — отправляются на работу на собственных самолетах. Сейчас в США насчитывается около 40 таких населенных пунктов. Самый крупный из них — Спрюз-Крик вблизи Дейтона-Бич, штат Флорида. Там, на территории бывшего аэродрома морской авиации, построено в общей сложности 2 тысячи частных домов с ангарами, соединенными рулежными дорожками со взлетно-посадочной полосой.

С особым упоением толстосумы предались «роскошной жизни» после вселения в Белый дом Рональда Рейгана. Многие его предшественники на президентском посту любили окружать себя роскошью. Джон Кеннеди, например, питал слабость к виллам на морском побережье, личным яхтам и самолетам. Линдон Джонсон по мере сил умножал свою собственность, увеличивая число принадлежащих ему ранчо, стад, земельных угодий и лимузинов. Резиденции Ричарда Никсона в Сан-Клементе и в Ки-Бискейн обошлись налогоплательщикам в миллионы долларов. Но никто не сумел так быстро и столь откровенно выказать необузданное стремление к расточительству, как это удалось чете Рейган и их обширной свите нуворишей из Калифорнии, перебравшейся в Вашингтон вслед за бывшим актером и его супругой.

Началось с того, что четырехдневные празднества, устроенные в столице по случаю приведения к присяге нового главы государства, обошлись в 88 миллионов



долларов. Так дорого американцам не обходилось еще ни одно вступление президента в должность. Наступление времени великолепия потребовало и иных расходов. Для того чтобы Белый дом обрел новый блеск, оказалось явно недостаточно тех 50 тысяч долларов, которые выделяются каждому очередному президенту на «новоселье». Семье Рейган понадобился почти миллион долларов, чтобы обставить на свой вкус официальную резиденцию и почувствовать себя там уютно.

Блестательные наряды, лимузины, шикарные приемы — все это появилось в столице вместе с президентом и его калифорнийцами, писал по прошествии первого года пребывания Рейгана в Белом доме журнал «Ю. С. ньюс энд Уорлд рипорт». В большом спросе стали «марочная» одежда, меха и дорогие украшения. Участились празднества и вечера, на которые приглашенные должны являться в специальных костюмах стоимостью в среднем от 1200 до 2500 долларов<sup>1</sup>.

Чуть ли не каждый день публику знакомят с финансовыми возможностями и запросами «президента богатей» и его ближайшего окружения<sup>2</sup>. Вот Рейган примеряет четыре пары ковбойских сапог по тысяче долларов каждая, украшенных президентской эмблемой из золота. Вот Нэнси Рейган направляется в Лондон на церемонию бракосочетания принца Чарлза; в ее багаже на несколько сотен тысяч драгоценностей, двадцать платьев, из которых только одно вечернее стоит 10 тысяч долларов. Вот отмечается день рождения жены президента на специально арендованной для этого плантации в Вирджинии; гостей увеселяет оркестр в стиле «кантри», еду доставляют из «Биверли-хиллз»<sup>3</sup> на самолете, а на-

<sup>1</sup> «U. S. News and World Report», N. Y., 1981, p. 61.

<sup>2</sup> Весьма показательно, что среди 100 основных сотрудников Рейгана, как отмечал в начале 1984 года западногерманский журнал «Штерн», 28 миллионеров и 22 мультимиллионера.

<sup>3</sup> Сверхдорогой отель в Лос-Анджелесе, цены за обслуживание в котором отпугивают даже многих представителей правящего класса.

питки из автобуса подает сам Фрэнк Синатра (популярный киноактер и эстрадный певец). Вот министр обороны Каспар Уайнбергер в своем доме с бассейном, который оценивается в 707 тысяч долларов. И так далее.

В приведенных примерах обращает на себя внимание любопытное обстоятельство. В обществе, которое устами своих одописцев и ревнителей шумно похваляется якобы традиционно присущим «американскому образу жизни» «эгалитаризмом» — этакими простецкими взаимоотношениями посыльного с президентом компании, рабочего с миллионером, — отчетливо прослеживается стремление богачей 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». Беззастенчивость, с которой властители Америки выставляют напоказ свое благополучие, сродни широко рекламируемым в США «теоретическим» изысканиям, где доказывается, будто расточительное потребление элиты есть великое благо для всей американской нации.

Автором одного из таких откровений является Джордж Гилдер — апостол неоконсерваторов, принадлежащий к кругу советников президента Рейгана. В 1981 году он опубликовал книгу «Богатство и бедность», которая стала экономической библией рейганов-

ской администрации и любимым чтением самого президента. Чем же привлек этот опус власть имущих?

Отстаиваемые Гилдером взгляды базируются на идеях английского философа и социолога прошлого века Герберта Спенсера. Согласно им миллионеров следует воспринимать как продукт естественного отбора. В повседневной борьбе за существование в джунглях капитализма победителями, по мнению Спенсера, могли в конечном счете стать лишь сильнейшие, а тем самым и наиболее достойные. Государство не должно противодействовать этому закону природы, вставая на сторону слабых.

Повторяя зады спенсеровской «органической» теории, Гилдер наделяет долларовых королей высокими умственными способностями и такими качествами, как «альтруистическое творческое начало», «героическая предприимчивость». Бедные же пожинают плоды собственной лени и безынициативности. Любое предоставление им социальной помощи вредно, ибо оно лишает их стимула упорным трудом выбиться в класс богачей. Басни о якобы широких возможностях разбогатеть в «обществе потребления» автор иллюстрирует несколькими трогательными примерами. Так, он с умилением рассказывает об одном арабском иммигранте, который всего десять лет назад торговал овощами с лотка, а сейчас вместе с семьей управляет торговым центром в штате Массачусетс.

Но подлинным венцом рассуждений Гилдера становится его попытка прояснить общественную миссию, которую выполняют держатели богатства. «Благодеяния капитализма, — провозглашает он, — по-прежнему зависят от капиталистов»<sup>1</sup>. Именно они — источник благополучия для всех членов общества, а для бедняков прежде всего. Только не надо мешать миллионерам приобретать и тратить свои капиталы. Ведь каким бы пло-

---

<sup>1</sup> Gilder G. Wealth and poverty. N. Y., 1981, p. 63.

хим ни казался порой их образ жизни, израсходованные в верхах деньги все равно просачиваются вниз. По логике Гилдера, богачи, нажившиеся на эксплуатации чужого труда, оказывают эксплуатируемым огромную услугу, когда обзаводятся личными самолетами, расходуют астрономические суммы на великосветские приемы и балы, просаживают тысячи в казино Лас-Вегаса и Монте-Карло. Иначе трудно, а то и невозможно вернуть в обращение деньги, сосредоточенные в их руках.

Этот издевательский вывод вовсе не плод извращенного ума одиночки, желающего потрафить своим хозяевам. Это мнение могущественной финансовой касты о себе самой. Это утверждение ею своего *права* жить в роскоши и *бесправия* 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 таких апологетов частного предпринимательства, как Гилдер, глубоко элитарную, замкнутую группу. Серьезные американские экономисты и социологи убедительно показывают в своих работах, что почти все так называемые «новые» миллионеры, появившиеся в США за последние несколько 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 социальную «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...»<sup>1</sup>. 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

---

<sup>1</sup> Hollander P. Soviet and American Society. A Comparison.

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 западно-германского журнала «Штерн», под руководством Рейгана нищета в Америке вновь достигла того уровня, который она имела в 1964 году, когда президент Джонсон объявил «войну с бедностью»<sup>1</sup>.

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, которое еще не так давно провозглашало себя «обществом изобилия».

По данным американского Бюро переписи, в 1983 году доходы 15 процентов населения США, или около 35 миллионов человек, были ниже официально установленной черты бедности, исходными для определения которой служат самые скудные нормы питания. Впервые со времен великой депрессии во многих районах Соединенных Штатов, как указывается в потоке докладов и публикаций, свирепствует голод. Некоторые специалисты считают, что число голодающих американцев приблизилось к 40 миллионам человек, из которых 12 миллионов страдают от хронического недоедания. В одном только Детройте к началу 1984 года жило впроголодь почти 900 тысяч человек. Мрачное подтверждение этих цифр — длинные очереди у кухонь благотворительных организаций, где выдают бесплатную похлебку.

Если иметь в виду, что чашка кофе с бутербродом стоит, например, в Нью-Йорке полтора доллара, обед в самой захудалой столовой — 5—6 долларов, то можно себе представить, из чего делаются благотворитель-

---

<sup>1</sup> «Stern», 1984, N 34.

ные обеды для бедняков стоимостью менее чем в полдоллара. Когда, по свидетельству прессы, магазины в Южном Бронксе — районе Нью-Йорка, известном своими трущобами, выкидывают вечером отбросы, через минуту на них накидываются голодные люди. И это стало обычным явлением.

Недоедание ведет к повышенной детской смертности. Она составила в одиннадцати штатах США, где были проведены специальные обследования, более 20 процентов на каждую тысячу новорожденных. Такой показатель соответствует уровню самых отсталых в экономическом отношении государств. Как сообщил национальный центр медицинской статистики, основными патологическими проявлениями недостаточного питания стали в США повреждение мозга в утробном и младенческом периодах, задержка роста и анемия у детей бедняков, которая влияет на познавательные и иммунные способности человека.

Среди американских 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. Среди них 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 се-

годня обеспечить материальными благами всех его членов, является естественной для капиталистической системы, носит в ее рамках непреходящий характер. Так, исследования американских экономистов показывают, что бедность в США вовсе не похожа на временное состояние. Она передается из поколения в поколение и не подвержена изменениям. Не уменьшается пропасть между теми, кто едва сводит концы с концами, и «горсткой обнаглевших, захлебывающихся в грязи и роскоши миллиардеров»<sup>1</sup>. За пропагандистскими вывесками «массового потребления», за «символами изобилия, за блеском полированного хрома и лесом телевизионных антенн кроются симптомы кризиса, все большего загнивания и распада»<sup>2</sup>.

Необходимо добавить, что не только массы обездоленных, но и сравнительно зажиточные слои «среднего класса», наиболее склонного предаваться иллюзиям потребления, 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 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»<sup>3</sup>. Экономические кризисы, потрясающие периодически капиталистический мир, со всей очевидностью демонстрируют это. По мере того как все выше поднимаются волны безработицы, за воротами заводов и компаний оказывается все больше высококвалифици-

---

<sup>1</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 37, с. 49.

<sup>2</sup> «New Program of the Communist Party USA», p. 10.

<sup>3</sup> Ландберг Ф. Богачи и сверхбогачи с. 45.



рованных рабочих, инженеров, даже управляющих. Вместе с ростом дороговизны жизни все туже затягивает пояс и «средний класс», экономя на самом необходимом.

Утверждения апологетов капитализма о мифически 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<sup>1</sup>. 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 нечего 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 (авто-

---

<sup>1</sup> Вот несколько цифр, подтверждающих это. В руках 350 промышленных монополий, составляющих на начало 80-х годов всего 0,002 процента компаний капиталистического мира, находилось 70 процентов всех активов и прибылей, и гнули на них спины две трети всей рабочей силы. В США ничтожная — 0,3 процента — доля населения владела 22 процентами богатств страны, а на счету 60 процентов граждан было всего лишь 7,5 процента этих богатств. Во Франции 110 тысяч семей «счастливчиков» сосредоточили в своих руках 60 процентов национального богатства.

мобили, 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. 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 обеспеченной 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 автомобили), 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 жела-

ния и потребности, обкрадывают трудящихся как материально, так и духовно. Капитализм порождает то особое обнищание масс, которое выражается не только в утере *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 закамуфлированы обезличенными данными о суммарном национальном продукте.

#### УТОНЧЕННОСТЬ, РОЖДАЮЩАЯ ДИКОСТЬ

Когда одни представители «общества потребления» бьются с жиру, 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 трудящих-

ся, 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-жердочек перекинута 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 дворцам Рокфеллеров или Вандербильтов, а рабочему нипочем не заработать каким угодным 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, добываясь материального комфорта, вынуждены делать это ценой отказа от духовных потребностей, от саморазвития, от *человеческого* существования. Как и горькая нищета, подслащенное благополучие свидетельствует о неодинаковых возможностях элиты и остальных в «обществе потребления» удовлетворять свои нужды, об узурпиро-

вании 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»<sup>1</sup>. 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 до-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 6, с. 446.

стижениям науки, буржуазные социологи с удивлением, а нередко и с нескрываемой тревогой 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» 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 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 мо-

нополю. 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 никогда 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.

Напротив, антидемократизм, элитарность, социальный дуализм пронизывают всю систему образования в капиталистических странах и существенно ограничивают возможности большинства населения пользоваться плодами просвещения.

Известно, что уже начальные и средние школы здесь неравноценны. В одних из них — «массовых», «не академических», с низким уровнем преподавания — учатся преимущественно дети трудящихся. В других,готавливающих своих питомцев к поступлению в высшие учебные заведения, учатся отпрыски состоятельных родителей. В США, например, около 10 процентов школьников посещают частные, или, как их еще называют, «независимые», школы. Некоторые из них элитарны в высшей степени. Очень высокая плата за обучение (15—

20 тысяч долларов в год), отбор по признаку принадлежности к избранной части общества делают эти школы фактически закрытыми учебными заведениями<sup>1</sup>.

Социальный отсев продолжает высшая школа. И опять-таки самым действенным инструментом сохранения привилегий господствующих классов в получении образования является его высокая стоимость. Как правило, в каждой капиталистической стране существует ограниченное число университетов и технических вузов (среди них Гарвардский университет и Массачусетский технологический институт в Америке<sup>2</sup>, Оксфордский и Кембриджский университеты в Англии), готовящих смену сильным мира сего.

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 выгодно 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 корпора-

---

<sup>1</sup> См.: США — экономика, политика, идеология, 1983, № 9, с. 34.

<sup>2</sup> По сообщению американского еженедельника «Пэрейд», в 1983 году плата за обучение в первом из них равнялась 12 100 и во втором 12 250 долларам. Понятно, что в оба вуза не имеют доступа представители социальных низов.



ций. Поэтому они предпочитают пользоваться услугами уже готовых специалистов, ничего не вкладывая в их обучение<sup>1</sup>. 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 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, утверждал: «Культура находится в затруднительном положении: если она глубока и благородна, она должна оставаться редкой, если она распространена, то должна быть посредственной»<sup>2</sup>. Массовость и ценность в искусстве провозглашаются принципиально несовместимыми.

---

<sup>1</sup> Это подтверждает так называемая «утечка умов» — вывоз монополиями Запада специалистов и ученых из-за рубежа, в частности из слаборазвитых стран. Неприкрытое интеллектуальное браконьерство, превратившееся в канал неокOLONиальной эксплуатации, правильное даже назвать не «утечкой», а «кражей умов». За счет подобного паразитирования США только в течение 1971—1972 годов сэкономили почти 2 миллиарда долларов.

<sup>2</sup> Цит. по: Ашин Г. К. Доктрина массового общества. М., 1971, с. 167.

Подобные взгляды не новы. Еще один из философских предтеч фашизма — Фридрих Ницше придерживался мнения, что популярность тех или иных книг среди простых людей свидетельствует о том, что это «дурно пахнущие книги». Насколько сильно было его классовое предубеждение, говорит хотя бы такой факт: Ницше с крайним пренебрежением отзывался о Сократе. А причина одна — плебейское происхождение выдающегося мыслителя античности.

Все человечество Ницше поделил на две неравные части. Большинство, куда он включил главным образом трудящихся, составляют «недоделанные и неполноценные». Их удел — быть слепым орудием в руках избранного меньшинства, средством его возвышения. Согласно учению Ницше лучший способ сохранить «высшие культурные ценности» заключается в установлении на земле господства касты сверхчеловеков — аристократов-завоевателей, философов-властителей, художников-тиранов. Движимые волей к власти, эти «благородные люди» должны отвергнуть привычные моральные нормы, отбросить, как ненужный хлам, чувства жалости и сострадания к «низшим людям», миллионы которых необходимо уничтожить в грядущих великих войнах. И он с ликованием предсказывает наступление эры таких войн.

Лучше многих своих антидемократических единомышленников Ницше показал, что обратная сторона защиты элитарной культуры — человеконенавистничество. История знает примеры, когда воспетые им «художники-тираны» получали неограниченную власть. Римский император Нерон находил наслаждение в игре на кифаре и в резне, погубил несчетное число римлян, среди которых оказались и самые близкие ему люди. Он приказал убить собственную мать, брата Британика, затмевавшего его своим поэтическим даром, двух жен, своего воспитателя — известного философа Сенеку, многих друзей.

Спустя века артистические претензии соединил с

людоедскими наклонностями Гитлер. Его «художнический дар» и сегодня находит признание в определенных кругах капиталистических стран. В Мюнхене издательство «Амбер ферлаг» выпустило даже альбом под названием «Адольф Гитлер как живописец и рисовальщик». Но не благодаря своей мазне вошел в историю бесноватый фюрер. Он сделал явью кошмары, которыми грезил Ницше, с полнейшим презрением к высшей ценности на земле — человеческой жизни — развязал самую страшную и кровавую из войн, поставил на поток истребление «неполноценных рас».

Где бы и когда бы ни появлялись ницшеанские «сверхчеловеки», не культуру олицетворяли они, а самое дикое варварство, не богоподобными героями представляли, а моральными выродками, зловещими и отвратительными фигурами.

В наше время проповедники культуры для избранных не прочь надеть на себя маску гуманистов. Но их беспокойство о судьбе культурных ценностей, которым якобы угрожают трудящиеся массы, — сплошное фарисейство. За ним скрывается все та же ненависть «благородных людей» к тем, кто рано или поздно лишит их привилегий, духовного, а главное — политического господства.

Вслед за Ницше нынешние поборники элитаризма представляют дело таким образом, будто трудящиеся фатально не способны понять и оценить истинную культуру, будто примитивность художественной продукции является обязательным условием ее успеха в народе. Этим пытаются объяснить широкое распространение в странах Запада «массовой культуры»; китча — безвкусицы, пошлости, халтуры, захлестнувших книжный рынок, театральные подмостки, кино- и телеэкраны. Получается, что в низкопробности культуры для масс сами же массы и виноваты.

Что ж, художественные вкусы и потребности угнетенных классов капиталистического общества действи-

тельно 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, пошлой кинопродукции противостоят фильмы крупных режиссеров, телевидение показывает не только «мыльные оперы», но и концерты симфонической музыки. На книжный рынок, затопленный потоком макулатуры, все-таки пробиваются произведения Достоевского, Хемингуэя, Воннегута. Одновременно с представителями реакционного модернизма и изготовителями халтуры творят многие выдающиеся, отстаивающие революционные идеалы мастера культуры.

Неправильно 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 представителей 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»<sup>1</sup>.

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 меняют в том факте, что все-таки этот класс является монополистом средств и возможностей, а следовательно, и способностей удовлетворять общественно доступные духовные потребности. Буржуазная интеллигенция, которая 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,

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 129.

подтверждением чего может служить, например, признание Ж.-П. Сартра о положении деятелей культуры в странах капитала: «Мы имеем право доступа к массам, — как-то горько заметил он, — только в том случае, если мы понравились господствующей элите».

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 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 «князья, а затем и короли субсидировали художников, то американские богачи обычно только набивают цены на произведения искусства, созданные в прошлом. В це-

лом... 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»<sup>1</sup>.

Некоторые буржуазные авторы, являющиеся очевидцами все более заметной духовной деградации правящей верхушки Запада, склонны винить во всем «вульгарную массу», которая поставяет 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 развращается массами, так как для обеспечения собственного господства создает неполноценную культуру. Результатом этой диалектики является упадок всего общества»<sup>2</sup>. Бумеранг духовного опустошения поражает в 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

---

<sup>1</sup> Ландберг Ф. Богачи и сверхбогачи, с. 629.

<sup>2</sup> Harrington M. The Accidental Century. N. Y., 1965, p. 229.



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 извещен ни один случай, чтобы американский богач взял на себя миссию, отвечающую интересам человечества»<sup>1</sup>. 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 умерший несколько лет назад 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 ей 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 скуку. 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 нефте-

---

<sup>1</sup> Ландберг Ф. Богачи и сверхбогачи, с 142.

промышленниках, 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 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 денежных 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 «виноград 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 характере 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...»<sup>1</sup>. 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 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.

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 137.

## Глава IV

### ДАРЫ ПАНДОРЫ

#### КОМПРАЧИКОСЫ 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» легко поддается управлению посредством воздействия на психику, в обход рациональных критических оценок. Поведение человека в данном случае является как бы добровольным и независимым откликом на вызванное извне душевное движение, у него отсутствует ощущение или мысль о том, что он подвергается 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»...

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, как правило, 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 поддержанный автомобиль, приобрести в рассрочку коттедж, смотреть по телевизору бейсбольные матчи, ще-котать нервы гангстерскими фильмами и, не затрачивая никаких умственных усилий, просматривать на досуге комиксы? Не лучше ли предоставить заправлять делами тем, кто сидит наверху, а за собой оставить право веселиться, наживать вещички, создавать уют и чувствовать себя счастливым?

И он покорно ждет, что о его примитивных интересах позаботятся управители — корпорации и капиталистическое государство, отпускающие блага. Вместе с общественной инициативой он утрачивает и богатую чело-

веческую 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 та или иная вещь, человек все надежды связывает с тем, что счастья поступит в продажу столько, сколько он в состоянии будет оплатить. Понятие счастья отождествляется исключительно с 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. 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 «массовой культуры»:

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 экономических спадов и кризисов, толкает подчас «взбесившегося» обывателя в стан махровой реакции, обещающей установить «закон и порядок», гарантировать каждой семье благополучие и процветание.

В Соединенных Штатах Америки именно обыватель составляет костяк таких ультраправых организаций, как ку-клукс-клан, «Общество Джона Бёрча», «Американ-

ский легион», а также сравнительно недавно возникших: «Моральное большинство», «Христианский голос» и т. д. И остается фактом, что заявления фашиствующих деятелей о необходимости «прижать негров и коммунистов», «покончить с анархией», отнять власть у «гнилых интеллигентов» и передать ее «простому народу» пользуются поддержкой не только лавочников и мелких служащих, но встречаются сочувствие у части обманутых социальной демагогией и отравленных ядом потребительства рабочих и фермеров.

Обыватели во все времена приветствовали приход к власти реакционных сил. Сегодня в Америке Рейгана, контролируемой оголтело антикоммунистическими силами, обыватели также в чести у политиков. Потребительские иллюзии дезориентированного «маленького человека», в защите которых он уродливо сочетает протест против социальной несправедливости с черносотенным, ура-патриотическим национализмом, делают его союзником самых реакционных империалистических кругов.

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 острейшие противоречия окружающей действительности примирились бы в 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 потребления 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 служат как бы унифицированными деталями в гигантском механизме 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 следствием ускорения темпов мирового общественного развития, обнажает всю враждебность «общества потребления» развитию человеческой личности.



Большие надежды буржуазия возлагает сегодня на культ потребления. Причем ее замыслы простираются гораздо дальше собственного дома. Подобно тому как внешняя политика продолжает внутреннюю политику, так и ориентированная на социалистические страны буржуазная пропаганда продолжает задачу, которую она выполняет в самом капиталистическом мире.

Опыт окопачивания масс, накопленный на внутреннем фронте, буржуазная машина духовного подавления стремится использовать на международной арене, прежде всего в подрывной работе против социалистических государств. Появились на свете даже «теоретические» обоснования предпочтительности проповеди потребительства в качестве идейного оружия. 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», американский экономист У. Ростоу, который выразил надежду, что «коммунизм увянет в эру высокого массового потребления»<sup>1</sup>. Этот постулат подхватили многие антикоммунисты и антисоветчики. 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»<sup>2</sup>.

В ряде работ настойчиво доказывается мысль о якобы совершающейся «трансформации» советского строя и вообще социализма в сторону принятия ими ценностей «общества потребления». В упоминавшейся ранее книге

---

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

<sup>2</sup> Ulam A. The Rivals. America and Russia since World War II. N. Y., 1971, p. 394.

«Грядущее. Размышления о семидесятых и восьмидесятых годах» Г. Кан и Б. Брюс-Бриггс утверждают, 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 известный апологет государственно-монополистического капитализма профессор Колумбийского университета 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»<sup>1</sup>.

Наряду с подобными высказываниями время от времени появляются и другие, тон которых может показаться неискушенному читателю довольно беспристрастным. Так, в вышедшей в США книге адъюнкт-профессора социологии Массачусетского университета П. Холландера «Советское и американское общества. Сравнительный анализ» нет 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)»<sup>2</sup>.

Было бы, однако, заблуждением не видеть того, что разночтения касаются 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 высо-

---

<sup>1</sup> Bzeziński Z. Between Two Ages. America's Role in the Technotronic Era. N. Y., 1970, p. 138.

<sup>2</sup> Hollander P. Soviet and American Society. A Comparison, p. 21.

кий, по его мнению, уровень потребительских запросов советских людей, автор пускается в глубокомысленные рассуждения. «С точки зрения психологии, — теоретизирует он, — люди на более низком уровне жизни обладают наивысшей способностью к сохранению лояльности». И только тогда, когда этот уровень повысится, «скромные ожидания... выйдут из-под контроля и начнут причинять неприятности политического или экономического характера»<sup>1</sup>. Все, как говорится, встает на свои места. Рост благосостояния в нашей стране американский 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 симптоматична. Автор ее избегает прямых идеологических нападок и, за редким исключением, сам не делает выводов политического характера, предоставляя это своим читателям. В «психологической войне» империализма против СССР и других социалистических стран, даже когда она приобретает характер «крестового похода», достигает крайней степени истеричности и озлобленности, ни на минуту не прекращается поиск методов тонких и коварных. Повышенное внимание буржуазных пропагандистских служб к проповеди культа потребления подтверждает это. Кажущаяся аполитичность и «деидеологизированность» насаждения потребительства воскрешает их надежды притупить критическое восприятие подсовываемого ими идеологического товара, компенсировать постоянную утрату позиций в идейном противоборстве с реальным социализмом. Будучи не в силах взять бастионы коммунистических убеждений штурмом, они пытаются открыть крепостные ворота изнутри.

---

<sup>1</sup> Hollander P. Soviet and American Society. A Comparison, p. 390.

В вышедшем после второй мировой войны фундаментальном труде 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»<sup>1</sup>.

«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 к стати этот метод, когда западные радиостанции стали делать упор в своих вторжениях в эфир социалистических стран на внедрение потребительских установок.

<sup>1</sup> Merton R, Social Theory and Social Structure. N. Y., 1968. p. 581.

Сегодня в традиционном для буржуазной пропаганды восхвалении западного образа жизни акценты все больше смещаются на темы обилия потребительских товаров, разнообразия и доступности всевозможных услуг и форм проведения досуга. Пропаганда потребления 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 одной из своих передач 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.

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, чтобы, 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 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 удается зарабатывать вчетверо больше «среднего англичанина» и 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 истории о счастливом штукатуре чуть ли не рутинными, само собой разумеющимися должны были показаться приводимые следом выкладки о дешевизне питания на Британских островах, настолько очевидными, 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 важнейших продуктов питания. Или почему радиостанция ни разу не сочла нужным просветить зарубежную аудиторию относительно стоимости в Англии и других капиталистических странах жилья и коммунальных услуг, скромно умалчивает о плате за медицинскую помощь и образование, о размерах налогового бремени.

Эта скрытая за внешней «объективностью» двойная бухгалтерия характерна и для других радиоцентров За-

пада, направляющих свою пропаганду против социалистических стран. «Голос Америки» в одной из своих передач на русском языке доказывал, что все граждане США «имеют равные возможности открыть собственное дело». В подтверждение назывались два американца, которые решили заняться выпечкой и продажей пирогов. «Их первоначальный капитал, — сообщалось слушателям, — составлял всего 110 долларов, а теперь стоимость их дела оценивается примерно в 4 тысячи долларов». Опирируя такого рода фактами, радиостанция изо дня в день твердит, что число состоятельных американцев растет, что среди них постоянно увеличивается доля миллионеров. Вывод, к которому подводит «Голос Америки», ясен: богатство в США доступно всем, для этого достаточно иметь лишь несколько десятков долларов в кармане.

О том, насколько это соответствует истине, лучше всего, видимо, могут судить американские безработные, число которых, даже по официальным данным, на протяжении всех последних лет не опускается ниже отметки в 10 миллионов, а по оценкам профсоюзов, эту цифру вдвое превышает. 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»<sup>1</sup>.

Составители программ «Голоса Америки» считают совсем необязательным посвящать слушателей в «детали» той информации, которую они сообщают. Иначе им

---

<sup>1</sup> Ландберг Ф. Богачи и сверхбогачи, с. 114.

пришлось бы признать, что увеличение числа миллионов, 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».

Та же «фигура умолчания» присутствует в ставшем с некоторых пор модным в программах западного радио разговоре о бытовом комфорте в «обществе потребления». Как-то «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, авторы передачи не привели. Как и во многих других случаях, они 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.

Не менее ловко пытались ввести в заблуждение своих слушателей радио Канады и «Немецкая волна». Первое сообщило, что в Канаде разрешена жилищная проблема, а в Торонто, Оттаве и некоторых других городах имеется даже 4—5 процентов свободных квартир. Пропагандисты из Кёльна почти одновременно утверждали то же самое в отношении Западной Германии. В последние годы, передали они, темп жилищного строитель-



ства в ФРГ был настолько «головокружительным», что 100 тысяч квартир остались пустовать. Расчет опять-таки строился на том, что не знающий капиталистической действительности человек однозначно истолкует подобрешенную ему информацию, свяжет ее с представлением об изобилии в «обществе потребления».

Между тем много квартир и домов пустует в странах капитала вовсе не потому, что в них некому жить, а из-за непосильной для большинства трудящихся платы за них. В то время как больше миллиона западных немцев лишены крыши над головой, спекулянты набивают мощну. Неудивительно, что между бездомными и домовладельцами в ФРГ развернулась сегодня настоящая война. Тысячи молодых семей под покровом ночи самовольно заселяют пустующие дома, посягая на святая святых капитализма — частную собственность. Следом появляется полиция и выбрасывает молодежь из захваченных квартир. И вот рассказ об этих «излишках жилья», только без приведенных подробностей, и превращается в устах беззастенчивых отравителей эфира в доказательство капиталистического благоденствия.

Наряду с недоговариванием другим распространенным приемом буржуазных «радиоголосов» является «усреднение» сообщаемых данных. В ходу, например, утверждение, что на Западе большинство населения имеет одинаковый материальный уровень и образует «средний класс». Настоячиво упоминается «средний доход», «рядовой гражданин», «средняя семья» и т. п. Цель этих ухищрений — скрыть полюсы бедности и богатства, а заодно и классовую основу социальных антагонизмов.

Если сложить доходы тех составляющих всего 0,3 процента населения США семейств, которые распоряжаются почти четвертью национальных богатств, и более трех десятков миллионов постоянно бедствующих американцев, то на одну среднестатистическую семью или одного среднестатистического жителя придется вполне приличная сумма. Но такие семьи и жители существу-

ют только на бумаге. А в жизни это мультимиллионер и безработный, владелец роскошной виллы с бассейном и бездомный. И все они вносят свой вклад в формирование среднестатистических показателей.

Особое внимание уделяют радиоцентры обработке в потребительском духе молодежи социалистических 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 держать массу в игривом напряжении, подавлять любое чувство скуки и удовлетворять ее потребительские интересы.

Различные буржуазные центры включают в свои программы развлекательные передачи для молодежи, систематически «прокручивают» записи популярных групп. Так, программы поп-музыки регулярно передает Би-би-си. Причем наряду с «роком» без усталости пропагандируются песенки различных эмигрантов, начиная от послереволюционных, поющих с надрывом «жесткие романсы» и приклатенные куплеты из репертуара нэпманов, и до нынешних диссидентов, сочетающих свое «песенное творчество» с сочинением пасквилей по заказам находящегося на содержании ЦРУ радио «Свобода».

Во всех этих случаях уже сам подбор музыкальных произведений, олицетворяющих западную культуру или «политический протест инакомыслящих», выдает цели составителей программ. Но все-таки куда важнее для них паузы между музыкальными номерами. В них искусно монтируются фрагменты о «шикарной жизни» на Западе, о «фантастических заработках», интервью с кумирами и «звездами» эстрады, которые все свои откры-

вения сводят к деньгам, виллам, автомобилям и развлечениям.

К примеру, «Немецкая волна», рассказывая об ансамбле «Роллинг стоунс», подробно расписала те «блага», которые его участники имеют во время гастролей. С придыханием диктор смаковал, как «Роллинг стоунс» прибывает на гастроли в собственном «боинге», как музыканты получают список лучших ресторанов, а в контрактах указывают все до мельчайших подробностей, начиная от сорта любимого сыра и кончая маркой мыла в ванной.

Серьезная и прежде всего классическая музыка в передачах, адресованных советской молодежи, — товар явно неходовой. Так, в программах Би-би-си она звучит в лучшем случае раз в месяц в рамках «Музыкального журнала». В основном исполняются произведения композиторов-авангардистов. Один из выпусков радиожурнала был посвящен творчеству некоего Майкла Пипета. Для этого автора, как подчеркивалось в передаче, характерно «выявление социальной совести», беспокойство за духовные и гуманные ценности. Какие же идеи проповедует последняя его опера, либретто которой сам композитор и написал? По словам Би-би-си, «в опере есть все: и пробуждение фригидной девушки, и распутывание взаимоотношений двух гомосексуалистов, и восстановление распадающегося брака, а с молодой женщины-революционерки сбивают спесь». Вот где тайное сразу становится явным. Весь разговор вокруг оперы для того и затеян, чтобы побудить слушателей поставить знак равенства между «беспокойством за духовные и гуманные ценности» и развенчанием молодой революционерки.

Типичным образчиком упрямой в ритмы поп-музыки идеологической начинки является и прозвучавший в одной из передач «Голоса Америки» рассказ о студентке, которая, решив стать «независимой от родителей», сняла с двумя своими подругами квартиру и те-

перь 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, авторами не затрагивался. Подобные «картинки», повторяясь из передачи в передачу, призваны медленно, но верно формировать у поглощенного музыкой любителя модных записей представление о веселой, свободной от опеки старшего поколения, обеспеченной и вольготной жизни юношей и девушек в «обществе потребления». Человек сам не замечает, что превратился в объект идеологического воздействия.

Есть все основания полагать, что музыкальные передачи западных «радиоголосов» рассчитаны на то, чтобы стать лишь первой ступенью в идейно-политическом и нравственном программировании тех, кого удалось заполучить в качестве слушателей. «Музыкальная стратегия» наших классовых противников подчинена их долгосрочным планам духовного отравления советской молодежи. Об этом надо помнить, когда с наигранной задушевностью бархатноголосый диск-жокей с берегов Потомака, Темзы или Рейна приглашает юношей и девушек провести приятный вечер в своей компании.

На все лады расхваливая «капиталистическое изобилие», западные «радиоголоса» стремятся в то же время предстать перед слушателями в качестве чуждых какой-либо предвзятости источников информации. От «Голоса Америки» нечасто услышишь доброе слово в адрес нашей страны. Но и такое случается. Как-то он взял да и передал беседу с одним западноевропейским экономистом, который отметил «исключительно резкий рост за последние годы стандарта жизни в СССР», лестно отзывался о стабильности в Советском Союзе цен на продукты питания, квартиры и городской транспорт. К чему бы эти реверансы?

Последующая часть передачи показала, что отнюдь не ради установления истины взялась буржуазная ра-

диостанция хвалить достижения нашей страны. Насаж-  
дение культа потребления проводится сегодня методами  
более сложными и замаскированными. Признавая факт,  
который и без того общеизвестен, пропагандисты ничего  
не теряют, зато надеются кое-что приобрести. Фон прав-  
доподобия и мнимодружественные интонации понадо-  
бились затем, чтобы, во-первых, привлечь внимание ау-  
дитории к определенной теме, а во-вторых, создать впе-  
чатление ее объективного освещения. А уж тогда мож-  
но с деланной бесстрастностью сообщить, например, о  
том, сколько нужно проработать «среднему американ-  
скому рабочему» для приобретения автомобиля, или за-  
явить, что у «американцев нет никаких проблем, кро-  
ме одной-единственной: когдаходишь в супермаг, не  
знаешь, что купить, так как уж больно обилеи выбор».  
И словно не существует в этом одностороннем  
«рае для потребителей» ни безудержного роста цен, ни  
острейших кризисов финансов, энергии и окружающей  
среды, ни постоянной угрозы лишиться заработка, ни  
громадного числа острануждающихся людей.

Утонченность идеологического манипулирования во-  
все не исключила из арсенала западной пропаганды и  
методов откровенно провокационных. Более того, в  
условиях обострения международной обстановки они  
все шире берутся на вооружение. Вот характерный при-  
мер. Одну из передач на Советский Союз «Голос Аме-  
рики» посвятил рассказу о росте материального благо-  
состояния в Чехословакии. Но успехи этой социалисти-  
ческой страны интересовали радиодиверсантов меньше  
всего. Главным для них было протащить насквозь лжи-  
вую мыслишку, будто за возможность потреблять боль-  
ше товаров народу ЧССР «пришлось заплатить так на-  
зываемой нормализацией политической жизни». По су-  
ществу, в передаче содержался неприкрытый призыв к  
организации антисоциалистических выступлений напо-  
добие тех, что спровоцировали контрреволюционные эле-  
менты в Чехословакии летом 1968 года. «Трудящиеся, —

поучал «Голос Америки», — теперь знают, что они обладают политической силой и что они могут вновь ею воспользоваться».

Особенно широкий размах такого рода идеологические диверсии приобрели в связи с событиями в Польше. В этой стране враждебные социализму силы, используя ошибки прежних польских руководителей и действуя по указке империалистических центров, учинили в 1980 году беспорядки и забастовки. Они создали так называемый профсоюз «Солидарность», который на деле стал средством обмана трудящихся и штабом подготовки контрреволюции. Вот тут-то на полную мощь и заработала грязная кухня подрывной буржуазной пропаганды. Из Вашингтона, Лондона, Мюнхена на поляков обрушился поток дезинформации, клеветы, злонамеренных слухов. Денно и ночью передавались провокационные лозунги и прямые инструкции, как лучше развалить социалистическое государство, дискредитировать народную власть, столкнуть страну в пучину братоубийственной войны.

Распространение получила тактика, которая заключалась в том, чтобы поставить на службу контрреволюции проблему удовлетворения потребностей населения. Так, финансируемые империалистическими державами радиостанции сначала подстрекали поляков к забастовкам, к требованиям повышения заработной платы, к сокрытию крестьянами-единоличниками сельскохозяйственной продукции, чтобы она не попала в государственные магазины, а затем лицемерно сетовали на «крах» польской экономики, рост цен и очереди за продовольственными и промышленными товарами.

Благодаря энергичным действиям польских коммунистов, истинных патриотов удалось сорвать планы империалистов, их стратегические расчеты на превращение Польской Народной Республики в своего рода «троянского коня» для подрыва изнутри всего социалистического содружества. Но и до сих пор еще взбешенные

своей неудачей правящие круги США и некоторые их союзники по НАТО, а также остатки затаившегося в самой Польше антисоциалистического подполья пытаются всячески помешать процессу нормализации жизни людей, восстановлению экономики, выходу страны из спровоцированного врагами социализма кризиса.

«Деидеологизированную» по форме проповедь потребительства буржуазные радиопропагандисты всюду, где для этого открывается хотя бы малейшая возможность, сопровождают и подкрепляют идеологическими выпадами, извращают и опошляют 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 дополнительных покупателей и увеличить свои прибыли, выдается за практическое претворение в жизнь ненавистных буржуазии идеалов. Однако стоит ли удивляться лицемерию тех, кто давным-давно приспособил для пропаганды одну из самых популярных заповедей буржуазного общества: «Не обманешь — не продашь».

В программах, посвященных насаждению потребительства, просматривается тщательным образом продуманная система воздействия на умы и психику слушателей. Она обнаруживает себя в координации деятельности различных радиоцентров, то вдруг принимающих как по команде 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.

Подрывная пропаганда во все большей степени пе-

реводится на «научную» основу, образует симбиоз с постоянно растущей сетью специализирующихся на антикоммунизме и антисоветизме исследовательских учреждений.

Массированная радиointервенция, 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. Одержимый культом вещей человек становится удобной, а во многих случаях просто идеальной мишенью для идеологического манипулирования. Неудивительно, что взоры буржуазных мастеров «психологической войны» обращены прежде всего к молодежи, которая более импульсивна и эмоциональна, не обладает богатым жизненным опытом 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» населения 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 довольно многочисленный и пестрый набор способов воздействовать на человека как бы с идеологичес-



кого тыла. Пропагандистское содержание вкладывается в какую-то конкретную жизненную ситуацию, в частности, фрагмент окружающего материального мира выступает в виде вещей, элемента или картины повседневного быта.

Если, например, идеологическая пропаганда империализма твердит об «исключительной эффективности» экономики Запада, ее «технологическом первенстве», то пропаганда с помощью упомянутых выше способов стремится облечь эти утверждения в чувственно-зрительные образы, придать им наглядность, осязательность, подать их, так сказать, во плоти. Из вполне реальных, материализованных «кусочков» действительности буржуазная машина духовного конструирования складывает, как из детских кубиков, удобную ей, но не имеющую ничего общего с настоящей жизнью «вторую действительность», наделенную привлекательными чертами и искусно выдаваемую за подлинную.

Одним из первых, кто проанализировал средства, методы и цели такой овеществленной пропаганды, был французский социолог Жак Эллюль. В изданной им в начале 60-х годов книге «Пропаганда. Формирование отношений людей» он предложил и название для изученного им явления: «социологическая пропаганда». Некоторые особенности ее позволяют понять, почему для буржуазных пропагандистов она стала незаменимой в пропаганде и насаждении культа потребления как внутри капиталистического мира, так и за его пределами.

Ж. Эллюль определяет «социологическую пропаганду» как «предпропаганду», цель которой — создать благоприятный климат для последующего прямого внушения, подготовить для него соответствующую почву. «Социологическая пропаганда может быть сравнена со вспашкой, прямая пропаганда — с севом; вы не можете, — пишет Эллюль, — сделать одно прежде другого». Этот род пропаганды ненавязчив по форме, малоосозаем, Его политическое и идеологическое воздействие

многими подчас не улавливается хотя бы потому, что оно направлено «в большей степени на стиль жизни, чем на мнения»<sup>1</sup>. Отмечая служебный характер «социологической пропаганды», французский профессор, 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. Прямое идеологическое воздействие — это распространение идей, доктрин, мировоззрения, для того чтобы побудить людей к определенным действиям, убедить их принять то или иное политическое и экономическое устройство общества. «Социологическая пропаганда», напротив, опираясь на уже существующий социальный строй, а именно капиталистический, формирует психологию, которая призвана приспособить массы к ценностям этого строя, к его идеологии и вызвать активную реакцию против ценностей и идеологии иного порядка, прежде всего социалистических.

Особое значение имеет способность «социологической пропаганды» обходить стороной рациональное восприятие. «Она действует на человека через его обычаи, через его наиболее бессознательные привычки, порождает у него новые привычки, является видом убеждения, идущего изнутри, — пишет Эллиуль. — В результате человек принимает новые критерии оценки и выбора так, как если бы выработал их сам»<sup>2</sup>.

Уже одно это обстоятельство представляет огромную ценность для буржуазных манипуляторов, которые стремятся не только непосредственно влиять на сознание

---

<sup>1</sup> Ellul J. Propaganda. The Formations of Men's Attitudes. N. Y., 1966, p. 15, 62—63.

<sup>2</sup> Ibid., p. 64.

людей, но и создавать определенные психологические ситуации, способные вызвать у человека заранее предвидимое состояние, настроение. Последующий шаг заключается в том, чтобы перевести настроение в поведение, в желательное для манипуляторов отношение к тем или иным вопросам и фактам действительности.

Идеологические стратегии капиталистического мира ждут от «социологической пропаганды» результатов, недоступных пропаганде в ее традиционном понимании. 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 часто представляются политически нейтральными. Но, формируя соответствующую жизненную позицию, они в огромной мере упрощают последующее восприятие согласующихся с ней представлений.

В развитых капиталистических странах таким внушаемым стимулом жизнедеятельности, такой насаждаемой жизненной позицией как раз и является потребление. А адекватная ему идеология — это система взглядов, которые оправдывают существование «общества потребления». Весьма показательна эта «двухэтажность» идейной основы современного капитализма. Верхний — «теоретический», наукообразный, 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», обывательских предрассудков 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, зародить семя потребления 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 полную роль и значение имиджа, то есть умышленно сконструированного ложного образа предмета или явления, отразила именно «социологическая пропаганда». Она придала ему характер мира материализованных иллю-

зий, в который завлекаются жертвы «общества потребления». Завороженные сладкозвучием имиджа и не в силах устоять перед той «чудодейственной» силой, какую приписывает он вещи, а благодаря ей и ее владельцу, они постепенно переносят эту силу и привлекательность на всю капиталистическую систему, на весь буржуазный образ жизни. Создается фантастическая, идеализированная псевдореальность, которая заменяет собой реальную действительность, становится для человека критерием оценки всего происходящего дома и за рубежом.

Очевидно, что «социологическая пропаганда» сумела убедить определенную часть населения капиталистических стран в несуществующих достоинствах и преимуществах буржуазного образа жизни. Это не могло не вызывать у западных идеологов стремления активнее использовать ее за пределами капиталистического мира, прежде всего для осуществления своих планов подрыва социалистического строя.

Сама специфика «социологических методов» как нельзя более отвечает растущей приверженности современных буржуазных теоретиков к эмоциональным, а не рациональным формам влияния на сознание людей. К этому их побуждает духовный кризис капитализма, неспособного 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 механизмы. «Социологическая пропаганда» предлагает для этого разнообразные средства.

Самое масштабное и всепроникающее из них — западная, особенно американская, реклама<sup>1</sup>. 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», она выступает, таким образом, как замаскированная форма идеологии, представляет собой систему обработки общественного сознания не только в экономических, но и в 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 воздействия. Удивительное безразличие, а часто даже явное презрение, с каким относятся к рекламе многие американцы, ничуть не мешает им постоянно находиться под ее прессом.

Американский социолог Уилсон Ки в своей книге «Подсознательное обольщение» 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 ре-

---

<sup>1</sup> «Это может показаться невероятным, — пишет П. Холландер, — но, по данным одного автора, объем рекламного материала, который американец видит или слышит, составляет предположительно 1500 сообщений в день» (Hollandер P. Op. cit., p. 125).

зультате 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»<sup>1</sup>.

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.

Понятно, что столь успешно применяемый на Западе метод «психопрограммирования» масс буржуазная пропаганда стремится использовать в идеологической борьбе двух мировых систем. Хотя возможности капиталистической рекламы за пределами «общества потребления» выглядят довольно скромными по сравнению с ее влиянием на собственную аудиторию, но всё же и этот канал служит для экспорта «западного образа жизни».

Специально предназначенные для социалистических стран западные иллюстрированные издания, в частности распространяемый в СССР журнал «Америка», система-

---

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

тически 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 общество подлинно всеобщего благосостояния. Такое искаженное представление должно, по мнению западных пропагандистов, способствовать закреплению в умах людей стереотипов, препятствующих их нормальной познавательной деятельности, обрекающих на ограниченное, некритическое мышление с заранее подсказанными оценками того, что следует признать хорошим и что плохим. Тщательно скрывая свои действительные цели, буржуазные манипуляторы уповают на неоднократно подтверждавшуюся истину, что обыватель и стяжатель готовы поддержать любое социальное устройство, если оно обещает им удовлетворение их узкоэгоистических интересов.

Следующим по широте охвата и наиболее эмоциональным видом «социологического» манипулирования яв-



ляется 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 фильма<sup>1</sup>, 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»<sup>2</sup>.

Ныне эта тенденция обозначилась еще четче. Многие американские фильмы в той 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 заметить, далеко не всем удается отделить зерно от плевел, миф от реальности. На одну из причин этого указывал еще А. В. Луначарский. «Можно поучиться, — писал он о голливудских фильмах, — умению американцев проповедовать столь полезные для буржуазии идеи... Вместо того, чтобы разжевывать разную агитационную жвачку, американцы с теплыми слезами рассказывают вкрадывающуюся в душу среднего мещани-

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Психологическая война. М., 1972, с. 293.

на историю так, что он даже не замечает, насколько крепнет в нем его «моральная закалка»<sup>1</sup>.

Следует только добавить, что «полезные для буржуазии идеи», распространяемые с помощью кино, могут находить отклик не только в душе обывателя, которая, безусловно, является для них благодатной почвой, но и обмануть просто неискушенного или эстетически не подготовленного зрителя.

Даже наиболее примитивные по содержанию западные фильмы способны задеть неразвитые чувства профессиональным и умелым сочетанием мелодраматизма и пышных декораций, любовных приключений героев и роскоши апартаментов, обстановки, туалетов, автомобилей и прочих аксессуаров потребительского «счастья».

Эффективность кино как средства насаждения культа потребления значительно усиливается благодаря глубоко завуалированному характеру такой пропаганды. Американские психологи Л. Фестингер и Н. Маккоби на ряде экспериментов показали, что аргументы против какого-либо мнения, которого придерживается аудитория, оказываются более действенными, если внимание людей несколько отвлечь от содержания передаваемой информации и тем самым лишить их возможности выдвигать контраргументы. Именно потому, что широко пропагандируемые в западных фильмах потребительские идеи и поведение нередко упрятаны в контекст развлекательной фабулы, затенены житейскими коллизиями, человеческими эмоциями, приятными мелодиями, этот род воздействия, избегая раздражающей назойливости рекламы, сохраняет многие ее манипулятивные возможности.

Прошедший несколько лет назад по нашим экранам фильм «АББА» не отнесешь к числу тех, где оголтело проповедуется вещизм, материальное преуспеяние. Большую часть времени зрители видят на экране то выступление известной поп-группы, то доведенную почти до

---

<sup>1</sup> Луначарский о кино. М., 1965, с. 104—105.

экстаза, испускающую восторженные стоны и вопли публику. Авторы фильма нигде и словом не упоминают о том, что четверка «супершведов» — это оборотистые бизнесмены, основавшие собственный концерн, прибравшие к рукам нефтяные скважины, производство велосипедов, картинную галерею и общественные бани Стокгольма, другие прибыльные предприятия. Операторы ни разу не показывают их роскошный стокгольмский дворец, зато дважды в кадре — скромная хижина на острове, где якобы в непритязательном уединении творят артисты.

Из фильма убрано все, что могло бы помешать созданию легенды о простых, милых, щедрых на улыбки, «своих в доску» ребятах, которые не могут не нравиться всем. Музыканты-миллионеры для такой легенды не годятся. Чтобы шире открыть карманы и кошельки толпы, надо вызвать у нее не зависть, а обожание. И еще веру в то, что удача не мираж, она доступна каждому, как оказалась доступна, например, певице ансамбля Агнетте — вчерашней неприметной телефонистке автомобильной фирмы, а сегодня блистательной диве.

И в западной рекламе, и в западных фильмах используется прием «социологической пропаганды», заключающийся не столько в искаженном объяснении действительности, сколько в манипулировании отдельными элементами этой действительности. Но наиболее подходящими для такого приема, по мнению буржуазных идеологов, являются экспорт товаров и разнообразные зарубежные выставки. Уже упоминавшийся З. Бжезинский, имея в виду США, пишет: «...Нет общества, которое бы в таких масштабах пропагандировало собственный образ жизни и свои ценности с помощью... товаров»<sup>1</sup>.

Торговлю, которая служит естественным и важным элементом отношений между государствами, в том чис-

---

<sup>1</sup> Brzezinski Z. Between Two Ages, p. 25.

ле и принадлежащими к противоположным социальным системам, некоторые деятели на Западе склонны рассматривать и как средство экономического давления (особенно любят грозить всевозможными экономическими «санкциями» и «эмбарго» американские руководители), и как идеологическое оружие. В последнем случае расчет строится на том, что часть людей отождествит выставочную экспозицию, которая действительно впечатляюща и ярка, или отдельный товар, который в самом деле неплох, с буржуазным образом жизни.

Надо сказать, что такое отождествление возможно: И оно тем вероятнее, чем больше подвержен человек потребительской психологии, чем сильнее приглушено его рациональное восприятие. Тогда для него стирается грань в понимании реально существующей капиталистической действительности и ее имиджа, сконструированного с помощью импортных или выставочных вещей. Этот искусно подстроенный подвох трудно заметить тому, кто упивается самой мыслью о возможности обладать «заграничными» вещами. 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 приукрашенных образцов изнанку «общества потребления».

Сказанное лишний раз подтверждает, что наша полемика с классовым противником продолжается и в повседневной жизни, когда мы имеем дело с внешнеидеологическими, вещественными элементами его пропагандистского «присутствия» в стране. Свой шанс стратеги и творцы «социологической пропаганды» ищут в реальных проблемах, которые возникают в процессе экономического и социального развития советского общества, а также в недостатках идейно-нравственного воспитания.

Для популяризации буржуазного образа жизни пропагандисты Запада стремятся использовать туризм, культурные и деловые обмены, личные контакты пред-

ставителей капиталистических и социалистических стран. Они ищут возможности продемонстрировать якобы органически присущие «обществу потребления» и одинаково доступные всем его членам материальное изобилие, комфорт, высокий уровень обслуживания.

За последние годы в официальных кругах США не раз подчеркивалось, что различные программы контактов людей, выезжающих за рубеж, носят «стратегический характер». На любую делегацию из этой страны, на студентов и стажеров, на туристов и частных гостей возлагается миссия создавать у других народов образ богатых, свободных Соединенных Штатов, указующих человечеству путь, по которому ему следует идти.

Не меньшие надежды связывают западные идеологи и политики с возможностью превращения 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 не всегда имеют возможность заглянуть за его благополучный фасад. Их восприятие, ограниченное кратковременностью пребывания и знакомством с внешней стороной жизни — историческими и культурными достопримечательностями, гостиницами, магазинами, — склонно к односторонности, а потому и таит в себе известный риск поддаться чарам «социологической пропаганды».

К «социологическим» методам близки и попытки экспортировать в социалистические страны элементы буржуазной «массовой культуры», которая проникает к нам, например, с западной музыкой.

Сразу же надо оговориться: речь не идет об отрицании модернистской музыки вообще, о высокомерном игнорировании вкусов и интересов, которые у разных людей, у разных категорий населения, в разном возрасте имеют свою специфику. Поп- и рок-музыка стоит на одном из первых мест в удовлетворении культурных по-

требностей молодежи, служит ее внутригрупповому общению, самоутверждению, составляет весьма важную часть ее внутренней жизни. Эта музыка получила довольно широкое распространение благодаря прежде всего своей форсированной ритмической основе, что позволяет ей выполнять функцию массового танца, она отвечает повышенной импульсивности молодого поколения, дает выход его бьющей ключом энергии.

Вместе с тем нельзя не видеть, что указанный музыкальный феномен таит в себе и определенную опасность. Для части молодежи выступления и записи популярных групп, по существу, исчерпывают все богатство музыкальной культуры, увлечение западными «дисками» и магнитофонными записями зарубежных ансамблей становится тем искривленным, искажающим действительную картину стеклом, через которое воспринимается и оценивается богатейшая отечественная культура. Несомненно и то, что наши дискотеки, вокально-инструментальные ансамбли, исполнители самодеятельной песни встают порой на путь эпигонства, некритического заимствования далеко не лучших образцов музыкальной продукции Запада, в которой немало содержащих изрядную дозу духовной отравы шлягеров — пошлых, прославляющих аполитичность, аморализм, культ денег.

«Социологическая пропаганда», пытающаяся спекулировать на молодежной музыкальной культуре, лишится самой почвы, когда ей неизменно будут противостоять люди, умеющие отделить подлинное искусство от коммерческих суррогатов, неуклонно поднимающиеся в своем развитии к признанию более широкого спектра музыкальных ценностей, вообще к пониманию и принятию духовных ценностей самого высокого порядка.

Иммунитет советских людей против буржуазной идеологии — факт бесспорный. Вся почти 70-летняя история нашего государства подтверждает несокрушимую силу марксистско-ленинского учения, правоту социализма. Это

в значительной степени объясняет, почему подрывные службы империализма стремятся опираться на «социологические» методы, которые до поры до времени не вступают в конфликт с идеологическими убеждениями, с мировоззрением человека.

Древнегреческий миф рассказывает о том, как однажды грозный повелитель Олимпа Зевс, разгневанный поступком Прометея, похитившего для людей огонь, давшего им знания и научившего ремеслам, послал на землю юную Пандору. Боги одарили ее необыкновенной красотой, сияющими, как солнце, одеждами, лживыми и полными лести речами. Обманув своим пленительным обликом людей, Пандора принесла им много бед. Сегодня заправилы капиталистического Олимпа отводят роль Пандоры облаченному в яркие одежды и скрывающему свою сущность под покровом привлекательных имиджей «обществу потребления».

Но никакая, даже самая тонкая и изощренная фальсификация не в состоянии изменить объективную реальность, повлиять на закономерности общественного развития. Советские люди в абсолютном своем большинстве отвергают упрятанные в «социологическую» и прочую упаковку коварные дары Пандоры, фальшивые ценности, навязываемые извне.

В то же время нельзя не учитывать пусть временные, пусть ограниченные возможности, которые открывает перед буржуазными манипуляторами использование нередко вполне легальных каналов экспорта потребительской отравы, стереотипов «западного образа жизни». Знание приемов буржуазной пропаганды является важнейшим условием наступательной борьбы против нее.

#### 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 наслажде-



ния 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»<sup>1</sup>.

На первый взгляд может показаться, что буржуазный идеолог не только не защищает «общество потребления», а недвусмысленно критикует его. Однако это лишь на первый взгляд. Да, признает он, технический прогресс оставит массу людей, по существу, не у дел. Подобная перспектива для жителей капиталистических стран действительно вполне реальна, ибо безработица там имеет стойкую тенденцию к увеличению. Но, сделав вынужденное признание, провозвестник «технотронной эры» тут же спешит подсластить горькую пилюлю. Оказывается, на долю вышвырнутых за ворота предприятий рабочих и служащих выпадет немало удовольствий и приятных забот. Как говорится, нет худа без добра.

Бжезинский прибегает к изощренной защите потребительства. Уделяя некоторое внимание негативным моментам, он стремится создать правдоподобный фон, на котором, глядишь, приобретет правдоподобность и главный тезис: что бы там ни было, капиталистическая система в состоянии обеспечить каждому желающему жизнь, состоящую из сплошного потребления и развлечений. В самом деле, над чем придется в ближайшие годы ломать голову населению Запада? Над тем, уверяет Бжезинский, куда поехать в очередное путешествие, чем заполнить бездну свободного времени, акциям какой компании отдать предпочтение.

И что по сравнению с этой радужной перспективой, с этими «очевидными», конкретными, всячески подчерки-

---

<sup>1</sup> Brzezinski Z. Between Two Ages, p. 11.

ваемыми потребительскими благами должны значить для массы людей гораздо более абстрактные опасности психического неблагополучия и утраты возвышенных целей. Буржуазный профессор даже позволяет себе поглумиться над примитивностью тех, кого он завлекает в «гедонистическую» паутину. Ему и впрямь нечего опасаться: тот, кто отравлен ядом потребительства, проглотит любое оскорбление, пойдет на любое унижение, безропотно даст растоптать свое достоинство, лишь бы не лишиться надежды попасть в обещанный ему «потребительский рай».

Г. Кан и Б. Брюс-Бриггс тоже среди определяющих факторов на 80-е годы называют усиление в этической ориентации общества «эпикурейских, гедонистических» культур. Как и Бжезинский, они утверждают, что экономическое развитие, открывающее возможности для пользования все большим количеством вещей, ведет к утрате для основной части общества привлекательности духовных ценностей. Трудящиеся соблазняются перспективой сытой праздности и механизированного быта, наслаждение которыми и будет якобы составлять главное содержание их жизни. Духовное же обогащение им ни к чему при наличии высокообразованной элиты, которая возьмет на себя необходимые для капиталистического «процветания» виды умственной деятельности.

Американские футурологи стремятся сделать приемлемым для недовольных своим нынешним положением широких слоев населения мир частной собственности. Бесспорный факт, что многие миллионы людей даже в индустриально развитых государствах Запада испытывают острую материальную нужду, разумеется, всячески обходится. Зато используются все словесные ухищрения для изображения грядущей «эры изобилия», когда не узкий верхний слой, а практически все граждане станут богатыми, будут вести «неоэпикурейский образ жизни и наслаждаться явным и вполне реальным комфортом»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Канн Н., Bruce-Briggs B. Things to Come... p. 231.

То, что Кан и другие защитники капитализма именуют «неоэпикурейством», которое, по их мысли, должно стать в обозримом будущем господствующей этикой народных масс, имеет весьма отдаленное отношение к дававшему ему название учению древнегреческого философа. Эпикур, утверждая, что «наслаждение есть и начало и конец блаженной жизни», пояснял: «...Когда мы говорим, что наслаждение есть конечная цель, то мы разумеем отнюдь не наслаждения распутства или чувственности, как полагают те, кто не знают, не разделяют или плохо понимают наше учение... Не бесконечные попойки и праздники, не наслаждение... радостями роскошного пира делают нашу жизнь сладкою, а только трезвое рассуждение, исследующее причины всякого нашего предпочтения... Начало же всего этого и величайшее из благ есть разумение; оно дороже даже самой философии, и от него произошли все остальные добродетели. Это оно учит, что нельзя жить сладко, не живя разумно, хорошо и праведно...»<sup>1</sup>.

В отличие от великого мыслителя воспользовавшиеся его именем буржуазные вульгаризаторы придали принципу наслаждения односторонний и сугубо потребительский характер. Тут они идут в русле стоиков, отношение которых к Эпикуру было, мягко говоря, не всегда объективным. Некоторые из них не гнушались распространять о нем вздорные сплетни и беспочвенные обвинения, порой сознательно искажали содержание его произведений, утверждали, например, что он проповедовал чревоугодие. И это говорилось о человеке, который писал: «Я ликую от радости телесной, питаюсь хлебом с водою, я плюю на дорогие удовольствия, — не за них самих, но за неприятные последствия их»<sup>2</sup>. Измышления стоиков были подхвачены римлянами-эпикурейцами, ко-

---

<sup>1</sup> Лазертский Диоген. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. М., 1979, с. 434, 435.

<sup>2</sup> Цит. по: Рассел Б. История западной философии. М., 1959, с. 260—261.

торые в своем большинстве следовали на самом деле не Эпикуру, а этике древнегреческой философской школы киренаиков.

Основоположник киренейской философии Аристипп из Кирены (отсюда и название школы) прослыл ревностным сторонником наслаждений, любителем роскошной жизни. Его ученик Феодор отождествлял счастье с чувственными удовольствиями, считал телесное наслаждение высшим и конечным благом. Эпикур же, напротив, наслаждения духа ставил выше, чем наслаждения тела. Если для киренаиков удовольствие есть благо, то для Эпикура благо есть удовольствие. От того, что ставится на первое место, в корне меняется позиция. В самозабвенном поиске удовольствий, при котором не важно, что составляет их содержание и каким способом они достаются, просматриваются знакомые потребительские черты.

Но вернемся к нынешним проповедникам потребительского счастья. Цель их довольно прозрачна. Ведь если трудящиеся массы поверят, что капиталистическое общество способно обеспечить всем материальную зажиточность и наслаждения, то, как полагают служащие интересам буржуазии «неоэпикурейцы», отпадет необходимость и исчезнет сама почва для социальных конфликтов. Поэтому с такой настойчивостью предпринимаются попытки абсолютизировать и раздуть культ потребления, морально оправдать вытеснение всех жизненных ориентаций человека стремлением приобретать и потреблять все новые блага. Для судеб капитализма гораздо спокойнее иметь дело с духовно выхолащенными обладателями стандартного набора вещей, с жалкими в своем самодовольном убожестве мини-копиями эллинистических сибаритов<sup>1</sup>, с беспомощными иждивенцами ма-

---

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

шин, 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 как потребительские. Идеологи государственно-монополистического капитала стремятся заставить трудящихся принять как должное, как необходимость будущее, удобное большому бизнесу. А заглупотизировав 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.

#### ПОДДЕРЖИВАЯ ЛИБЕРАЛЬНЫЕ ИЛЛЮЗИИ

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 апологетика 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 кон-

цепцию «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 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» явился 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 об-

щество определяется качеством жизни, которое измеряется услугами и удобствами — здравоохранением, образованием, организацией отдыха, развитием искусства»<sup>1</sup>. 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.

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

---

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

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»<sup>1</sup>.

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 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»<sup>2</sup>, — торжественно венчает выстроенное им здание Д. Белл.

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

---

<sup>1</sup> Bell Daniel Op. cit., p. 188.

<sup>2</sup> Ibid, p. 343—344.



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 дорожащего своей научной репутацией исследователя, сколько его социальной позицией.

Буржуазных либералов, чьи взгляды по преимуществу отражает Белл, не все устраивает в современном капитализме, они видят 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 рытвины и ухабы и вывезти буржуазное общество на дорогу, которая, ведя в будущее, не вела 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 возвы-

шающуюся над обыденностью этику — исключая тех немногих, кто посвящает себя храму науки»<sup>1</sup>.

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, 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, являющееся логическим продолжением первого, можно сформулировать следующим образом: никакая технология не избавит страны развитого капитализма 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 ста-

---

<sup>1</sup> Bell Daniel. Op. cit., p. 480.

тус будут иметь при этом неизбежно вещный характер, влияя на распределение материальных благ и воспроизводя имущественное неравенство. Короче, «общество потребления», покуда его не сменит социализм, останется все тем же «обществом потребления», какие бы новые вывески на него ни навешивались..

Вполне убедителен Белл-критик и тогда, 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»<sup>1</sup>.

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 основы экономической и социальной структуры 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 ожи-

---

<sup>1</sup> Bell Daniel. Op. cit., p. 427.

дании прядущих перемен общественная жизнь не может стоять на месте, то он вкладывает рычаг преобразований в руки носителей «модернистской культуры» — интеллигентов, представителей молодого поколения, которые «ищут самовыражения и самоопределения в измененных состояниях сознания, мятеже в области культуры и в необъятной личной свободе»<sup>1</sup>. Делает это Белл с явной опаской, но обдуманно.

«Энергичный выход побуждений», «кредо личной свободы и сексуального экспериментирования», исповедуемые молодыми «бунтарями», направлены ведь и против некоторых буржуазных ценностей. Но все же 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...»<sup>2</sup>.

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.

---

<sup>1</sup> Bell Daniel. Op. cit.; p. 479.

<sup>2</sup> Ibidem.

«Эмансипация сознания» — вот, по мнению Гэлбрейта, первая задача, решение которой поможет «обществу 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 техноструктуры и плановой системы»<sup>1</sup>. («Плановой системой» в современном капиталистическом государстве — американский ученый именует мир крупных корпораций, монопольно господствующих на рынке и навязывающих свою волю потребителям; «техноструктурой» 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

---

<sup>1</sup> Galbraith John K., Economics and The Public Purpose, Boston, 1973, p. 221.

достойны, если они, каково бы ни было их первоначальное призвание, по достижении определенного возраста получают инженерную, научную, административную 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»<sup>1</sup>.

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 самосо осуществлению 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 преступая, 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 свя-

---

<sup>1</sup> Galbraith John K. Economics and The Public Purpose, p. 223—224.

зано с получением материальных выгод и потребительскими удовольствиями. Но такому свободному выбору мешают, по мнению автора, два обстоятельства.

Первая преграда состоит в том, что в современных Соединенных Штатах «для многих, а возможно и большинства семей альтернативы существующим моделям жизни нет. Давление физической или других необходимых нужд — обеспечение минимума пищи, одежды, жилья, медицинской помощи, образования — поглощает всю энергию»<sup>1</sup>. Второе препятствие — это оковы внушенной большим 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 осуществ-

---

<sup>1</sup> Galbraith John K. Economics and The Public Purpose, p. 224.

латься 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 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*»<sup>1</sup> (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 проникалось необходимостью такого шага, нужно, чтобы оно уже значительно продвинулось вперед в своем перевоспитании.

---

<sup>1</sup> Galbraith John K. Economics and The Public Purpose, p. 229.

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 отказ части молодежи, особенно из семей со средним и высоким доходом, от принятых стандартов потребления и карьеры, обеспечивающей эти стандарты, Гэлбрейт заключает: «Подоплекой такого отношения, как думается, является инстинкт, подсказывающий, что те, кто оказываются втянутыми в русло традиционной карьеры, используются для целей, которые не являются их собственными»<sup>1</sup>. 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»<sup>2</sup>.

Гора либерального критицизма родила мышь утопического прекраснотушия. 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

---

<sup>1</sup> Galbraith John K. Economics and The Public Purpose, p. 231.

<sup>2</sup> Ibid., p. 232.

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 — 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 самой 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 апологетику, желание указать перспективу — в теоретический и практический тупик.

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 профессора Йельского университета Чарльза Рейча изменение сознания — это, по существу, начало и конец социальных перемен 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, располагающиеся в политическом спектре между леворадикалами и левыми либералами, 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...»<sup>1</sup>.

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, —

---

<sup>1</sup> Reich Charles A. The Greening of America. N. Y., 1972, p. 297—298.

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 страдальцы, как и мы. И нет основания бороться с механизмом. Его можно сделать слугой человека. Сознание III способно создать новое общество»<sup>1</sup>.

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 общественному 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

---

<sup>1</sup> Reich Charles A. Op. cit., p. 348.

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...»<sup>1</sup>

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,

---

<sup>1</sup> Reich Charles A. Op. cit., p. 305—306.

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 леворадикального автора неверна в главном. Представление о надклассовом и стихийном характере революционных преобразований неизбежно превращает «революцию посредством сознания» в риторiku, не выходящую за пределы сознания весьма немногих теоретизирующих авторов и той незначительной части общества потребления, которая служит эмпирической базой их концепций.

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»<sup>1</sup>.

Может показаться, что такую практическую струю в леворадикальное движение внес остававшийся до самой своей смерти крупнейшим его пророком профессор политических наук Калифорнийского университета Герберт Маркузе.

Еще в своем «Эссе об освобождении» он провозгласил: «В историческом плане мы снова переживаем период просвещения и воспитания, предшествующий материальному изменению, но такого воспитания, которое обращено в практику — демонстрацию, конфронтацию, восстание»<sup>2</sup>. Однако этот теоретик, претендовавший на то, чтобы говорить от имени марксизма, вовсе не имел в виду классовую борьбу, социальную революцию, сокрушение политической и экономической власти монополий. Он звал к стихийному бунту, непосредственная цель которого — полный отказ от существующих и со-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 2, с. 132.

<sup>2</sup> Marcuse H. An Essay on Liberation. Boston, 1969, p. 53.



«удание качественно новых потребностей «освобожденной личности». Причем рабочему классу в этой борьбе отводилась роль контрреволюционной силы, в лучшем случае — пассивного наблюдателя, поскольку, по утверждению Маркузе, сегодняшние рабочие на Западе «обуржуазились» и действуют заодно с большим бизнесом.

Понятно, что такой антинаучный и антимарксистский ультралиберализм лишен какой-либо практической перспективы. Это, по-видимому, чувствовал и сам «критический философ». В последних своих работах он все меньше говорил о «бунте» и все больше о необходимости овладеть «новым сознанием», что, например, нашло отражение в его книге «Контрреволюция и восстание». Будучи выразителем взглядов леворадикальной элиты, Маркузе возлагал 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 до этого 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 закономерно. Между признанием капитализма или социализма ничего третьего нет. Следует, правда, заметить, что, легко расставаясь со своими прежними воинственными утверждениями и смелыми прогнозами, Маркузе в одном сохранял упрямое постоянство. Он до конца дней оставался среди самых громогласных критиков «потребительства» в нынешнем капиталистическом мире. Слово «потребительство» здесь поставлено 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 глубь, 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»<sup>1</sup>.

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

---

<sup>1</sup> Marcuse H. One Dimensional Man. London, 1964, p. 24—25.

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 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 рождаются на базе потребления. 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, абсолютизировав 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 вселял

в него культ потребления, который, как ему представлялось, подчинил себе весь индустриальный мир и влечет человечество к глобальной деградации. Единственный выход из создавшегося положения он видел 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, ничего не теряя, демонстрировать свое равнодушие 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 представлялось Маркузе. Одномерность капиталистической основы, его идеологии и политики. Но неверно понимать под одномерностью якобы фатальное превращение населения всех индустриальных стран в духовно ограниченные нации-потребители.

«Социального критика» несколько не смущало 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 интересовал 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 выступал 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 подходит к нему с *общественной меркой*. Такой подход требует соразмерять характер и степень удовлетворения тех или иных нужд со всей совокупностью мате-

риального и духовного богатства, которым располагает общество в данный момент. Коренной методологический порок концепции Маркузе заключается в том, что, выпятив 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 отверг и заменил его «трансцендентальным проектом», предусматривающим полное отрицание сложившихся потребностей, «разрыв с существующими рутинными способами видеть, слышать, чувствовать и постигать», ибо, как он утверждал, «всех мятежников объединяет одно — глубина Отказа»<sup>1</sup>. 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.

<sup>1</sup> Marcuse H. An Essay on Liberation, p. 6.

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

### ТУПИКИ АСКЕТИЗМА

История знает самые разные формы аскетизма, сводящего материальные потребности людей к минимуму. Это и проповедь подавления чувственных влечений «греховной плоти» во имя освобождения и бессмертия души в восточных религиях и христианстве, и хвала благородной бедности, начертанная на знаменах средневековых плебейских восстаний и окрасившая начальные стадии пролетарских движений в новое время. Фундамент всех этих аскетических воззрений один — размежевание общества на классы эксплуататоров и эксплуатируемых, имущественное неравенство. Но верно также и то, что аскетизм представителей противоборствующих классов преследовал неодинаковые цели.

Религиозный аскетизм, например, всегда стоял на страже интересов эксплуататоров. Уводя массы от борьбы за улучшение своего материального положения, он тем самым ослаблял и их политическую борьбу за свое социальное освобождение. В разные времена некоторая часть эксплуататорской элиты не прочь была поиграть в аскетизм. Богатые снобы щеголяли «простотой» своей жизни, выказывали показное пренебрежение материальными благами, подчеркивали духовное превосходство

над теми, кто в поте лица обеспечивал им возможность не думать о хлебе насущном и предаваться самолюбованиям. Разумеется, они и не помышляли об отказе от частной собственности. Этот сугубо внешний, лицемерный аскетизм особенно отвратителен.

Совершенно иные мотивы приводили к аскетизму гуманистов и демократов прошлого. Они видели, что современное им неразвитое производство обеспечивало достаток материальных благ лишь узкому привилегированному слою, а стремление одного человека добиться богатства могло осуществиться лишь за счет другого человека, порождало эксплуатацию, грабеж и насилие. Вот почему социальное равенство часто мыслилось первыми борцами за него как равенство бедных. Этот взгляд ревностно отстаивали, например, киники — создатели одного из наиболее последовательных аскетических учений древности.

Кинизм зародился в недрах античности и был представлен такими именами, как Антисфен, его учениками Диогеном и Кратетом, целым сонмом других мыслителей. Учение древних киников никоим образом не было тем, что мы теперь называем «циничным». Как раз наоборот. Они пламенно желали людям добра и счастья, стремились одарить их такими ценностями, в сравнении с которыми, как они утверждали, все земные блага ничего не стоят. Их мысли, их образ жизни обеспечили необычайное долголетие школы киников, просуществовавшей тысячу лет.

Отзвуки и прямые заимствования кинических взглядов и поведения и сегодня отчетливо проявляются в будоражащих время от времени буржуазное общество движениях «битников», «хиппи», «роккеров», «тедди бойс», «скинхедов», «панков» и в прочих экстравагантных формах отрицания молодым поколением Запада окружающей капиталистической действительности.

Словом, киническая философия заслуживает того, чтобы сказать о ней подробнее.



Из всех киников поистине легендарная слава выпала на долю Диогена Синопского — философа высокой мысли и редкостной оригинальности, натуры возвышенной и благородной. Уже в древности он был героем множества популярных историй, рассказов, анекдотов, рисующих острого на язык, бесшабашного мудреца, ни перед кем не склонявшего головы. Это к нему, не имевшему ни дома, ни собственности, ни вообще каких-либо средств к существованию, подошел однажды в Коринфе Александр Македонский и сказал: «Проси у меня, чего хочешь». Диоген, гревшийся на солнце, попросил лишь об одном: «Не заслоняй мне света». Среди широко известных его чудачеств — жизнь в бочке, а вернее, в пифосе — огромном глиняном сосуде для хранения вина и зерна, что лежал во дворе афинского храма Метроон. Чтобы закалить тело и волю, не страшиться невзгод, Диоген летом зарывался в раскаленный песок, а зимой обнимал запорошенные снегом мраморные статуи. Самым кратким изложением кинической философии являются его слова: «Судьбе я противопоставляю мужество, закону — природу, страстям — разум»<sup>1</sup>.

Время, когда греческие города стали свидетелями страстных проповедей Диогена и его соратников, совпало с расцветом первой антагонистической формации — рабовладельческого строя. Сытое самодовольство, роскошь, власть — на одном социальном полюсе. Отчаяние, нужда, бесправие, превращавшее человека в «говорящую скотину», — на другом. Киники одними из первых осознали порочность такого строя и решили отказаться от него. Но, не понимая классовых корней царящей во круг несправедливости, эти бунтари в своем поиске свободы, счастья для всех пошли по ложному пути.

Чтобы мужественно противостоять судьбе, считали киники, надо ничего от нее не ждать. Чем в меньшем люди нуждаются, тем большей свободой они обладают,

<sup>1</sup> Лаэртский Диоген. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. М., 1979, с. 249.

тем, следовательно, они счастливее. Диоген говорил, что испытывать потребность в малом — значит уподобиться богам, которые ни в чем не нуждаются. Ясно, что при таком образе мыслей богатство однозначно отождествлялось с пороком, становилось объектом глубочайшего презрения и всяческого поношения. «Ни в богатом доме, ни в богатом государстве, — утверждал Диоген, — нет добродетели»<sup>1</sup>. Зато бедность возносилась на вершину всех человеческих достоинств. В ней киники видели корень нравственной жизни, союзницу философии, истинной мудрости и естественное прибежище от разлагающей погони за наслаждениями и удобствами, за богатством и властью.

Таким образом, не зная, как изменить мир, киники решили изменить человека, как бы перевернуть его представление о благе и богатстве, побудив искать их не в окружающей действительности, а внутри себя. Это они называли «автаркией» (самодовлением. — В. М.) мудреца», то есть считали по-настоящему мудрым лишь того, кто мог так натренировать волю, чтобы наслаждаться своим умением довольствоваться тем, что есть, презирать низменную и позорную зависимость от материальных влечений, сознавать самого себя ни от кого и ни от чего не зависящей, самодовлеющей ценностью. Эту внутреннюю свободу, равную освобождению от желаний, от того, что признается благом глупцами, никто не в силах ни поколебать, ни отнять.

Следование киническим наставлениям требовало величия духа, крепости характера, постоянной тренировки воли, упражнения в самоограничении. И надо отдать должное киникам: многие из них были настоящими подвижниками, сознательно шли на громадные лишения, самоотверженно служили своей идее. В отличие от некоторых философов позднего времени, чьи сочинения порой мало согласовывались с собственным образом

---

<sup>1</sup> Цит. по: Нахов И. М. Философия киников. М., 1982, с. 129.

жизни<sup>1</sup>, Антисфен, Диоген, Кратет и их единомышленники не допускали в своем учении никакого лицемерия. Они стремились на деле показать, что каждый бедняк и раб в состоянии обрести свободу уже сегодня, незамедлительно, не дожидаясь изменений в общественном строе, звали за собой личным примером.

Нечесаный, бородатый, босоногий бродяга, все одеяние которого обычно составляли трибон — грубый, одетый прямо на голое тело плащ, невзрачная котомка и посох, — вот типичный портрет киника. Жили они где попало, питались чем придется и большую часть времени проводили в толпе бедняков на улицах, площадях и торжищах, где проповедовали свои взгляды совсем не философским языком. Речи, в которых они превозносили бедность и обрушивались на богатство, объявляли войну искусственным наслаждениям, были понятны любому рабу и свободному неимущему. В них то и дело встречались крепкие словечки, грубоватый юмор, шершавые, просторечные выражения и обороты. В этом сказывалось убеждение киников, что вся утонченная, доступная лишь аристократам и богачам философия никчемна, а все, что надо знать, вполне может быть познано простым человеком.

Так, каждому нетрудно понять, полагали киники, что всеобщее счастье возможно только тогда, когда люди будут жить не по выдуманным законам, а по велению природы. В ней есть все необходимое для жизни, и вместе с тем ей чужды излишества. Чревоугодие, изнежи-

---

<sup>1</sup> Такая неискренность характерна была, в частности, для немецкого философа-идеалиста Шопенгауэра. Будучи на словах глубоко убежденным в добродетельности аскетизма и смирения, он никогда не делал никаких попыток самому провести в жизнь провозглашаемые им правила и принципы. В учении о «мировой воле» он утверждал, что хороший человек должен жить в совершенной строгости и добровольной бедности, постясь и подвергая себя самоистязанию. Однако сам обычно сытно обедал в дорогом ресторане, не отказываясь от прочих плотских удовольствий и был на редкость сварливым и скупым человеком.

вающий комфорт, дорогие одежды, драгоценности, роскошные дворцы и прочие отступления от законов природы лишили людей покоя, отняли у них доступные всем простые и естественные радости. В подтверждение своей правоты киники ссылались на издавна существовавшую в Древней Греции и любимую всеми обездоленными легенду о «золотом веке Кронаса». По преданию, в то далекое счастливое время человек мирно и без особых забот удовлетворялся плодами природы, не знал кабалы, не испытывал развращающего влияния всего, что потом искусственно было привнесено в жизнь людей и породило неравенство, — законов, наук, искусств, предметов роскоши, денег и т. д. В этой легенде, идеализирующей первобытное состояние, киники увидели тот образец общества, к которому человек должен вновь стремиться.

И в содержании кинизма, и в его судьбе отразился громадный разлад между тем, чего хотели и чего добились киники, и тем, что логически и фактически следовало из их принципов. На всех или почти на всех самых благородных и возвышенных их мечтах и идеях лежит печать исторической ограниченности.

Жажда свободы для каждого, воплощенная в принципе автаркии, оборачивалась на деле безразличием к свободе всех. Ведь замкнувшийся в скорлупе иллюзорной личной свободы кинический мудрец безразличен не только ко всем внешним благам, к богатству, власти, почестям. Он, по существу, глубоко равнодушен и ко всему злу, ко всем уродствам жизни, в конечном счете ко всему тому, что, собственно, и вызывало протест у киников. Пытаясь найти счастье внутри себя, они оставляли неизменным мир, плодивший несчастья.

Все самое прекрасное в кинической философии — ее устремленность к социальной справедливости, к победе духовного начала и нравственной красоты над низменными страстями, признание человека высшей ценностью, гимн характеру и воле, несгибаемым под натиском суровой судьбы, — все это не было направлено на прак-

тийческую перестройку жизни, переделку общества. Киники вели речь лишь о «самопеределке», не затрагивающей социально-экономических основ эксплуататорского строя, или лелеяли романтическую сказку о возвращении легендарного века Кроноса. Их учение бессильно было что-либо изменить реально.

Беда не только кинизма, а всякого последовательно аскетизма состоит в том, что сильный в отрицании, в отказе, в сокрушающем негативном пафосе, в проповеди разрушения, он оказывается несостоятельным в утверждении жизни, в ее изменении, в конструктивной работе, в созидании.

Историческая роль кинизма состоит в том, что он во многих чертах предвосхитил и предопределил последующие аскетические учения, оказал громадное влияние на социальные утопии нового времени, наделив их как своей силой, так и своей слабостью. Очень часто в революционных народных движениях их руководители и участники ратовали за всеобщую уравниловку в потреблении; за упрощение потребностей и возвышающую бедность.

Ранние идеологи крестьянства и городской бедноты не умели преодолеть частнособственническое отношение к предметному богатству как к чему-то такому, что непременно делает человека своим рабом. Первоначальный грубоуравнительный коммунизм, по словам К. Маркса, «находится в плену у частной собственности и заражен ею». А происходит это потому, что он, хотя уже и предполагает раскрепощенного, освобожденного от власти вещей человека в качестве высшей цели общественного развития и главной ценности на земле, «еще не уяснил себе положительной сущности частной собственности и не постиг еще человеческой природы потребности...»<sup>1</sup>.

Положительная сущность частной собственности, о которой говорит Маркс, заключается в том, что благо-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 116.

даря ей на известном этапе мировой истории дремавшие дотоле производительные силы человека получили огромное ускорение в своем развитии. Да, в классово-антагонистических формациях прогресс был достигнут ценой жесточайшей эксплуатации, ценой низведения массы населения до уровня рабочих машин. Но это вовсе не значит, что, уничтожая социальный гнет, надо отказываться и от всех тех богатств, которые были созданы. Напротив, действительно коммунистическое упразднение частной собственности означает сохранение и приумножение всего богатства предшествующего развития, в том числе и богатых материальных потребностей, которые, служа развитию человека, являются человеческими по самой своей природе.

Коммунисты-утописты же в силу своей исторической ограниченности не смогли этого понять. Они поставили знак равенства между разносторонними потребностями в материальных благах и извращенным стремлением к роскоши, типичным для эксплуататорских классов. В результате потребности оказались сведенными чуть ли не к простой физиологической необходимости.

Живший в XVIII веке французский коммунист-утопист Габриель Мабли предлагал, например, 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. Удовлетворение даже невинного желания в том или ином материальном благе сверх необходимого для поддержания жизни минимума будит, по его мнению, изобретательность страстей, вызывает десятки других желаний, плодит пороки и разрушает личность. «Люди, — указывал он, — сотворены так, что они лучше устоять могут против напастей, нежели против благополучия»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> М а б л и Г. Разговоры Фокионовы о сходности нравоучения с политикою, собранные греком Никоклесом. Спб., 1772, с. 4.

Уравнительный коммунизм, таким образом, наделял материальное богатство демонической, враждебной человеку силой. Он не только не открывал путей для преодоления подчинения людей вещам, но вел к еще большему усилению этого подчинения, звал вернуться к естественной простоте *«бедного, грубого и не имеющего потребностей человека»* (К. Маркс).

Вместе с тем надо признать, что отрицательное отношение коммунистов-утопистов, как и многих их демократически настроенных предшественников, к материальному достатку преследовало действительно возвышенную цель. Они полагали, что бедность является высоконравственным состоянием, открывающим перед человеком подлинное богатство — богатство духа. Тот же Габриель Мабли утверждал, что презрение к материальным благам просветляет разум и ведет к победе духа над страстями.

Другое дело, что высокий идеал духовного человека, провозглашаемый приверженцами аскетизма, не мог быть достигнут с помощью тех средств, которые предназначались для его осуществления. Ибо, в чем убеждает вся история человечества, духовный прогресс невозможен без материального, и наоборот.

Тем не менее аскетическая строгость нравов, требование отказа от всех удовольствий и радостей жизни, характерные для революционных выступлений социальных низов на ранних этапах классовой борьбы, не лишены известного прогрессивного содержания. Его увидел и объяснил Ф. Энгельс. Этот аскетизм, писал он, «с одной стороны, означает выдвижение против господствующих классов принципа спартанского равенства, а с другой — является необходимой переходной ступенью, без которой низший слой общества никогда не может прийти в движение. Для того, чтобы развить свою революционную энергию, чтобы самому осознать свое враждебное положение по отношению ко всем остальным общественным элементам, чтобы объединиться как класс,

низший слой должен начать с отказа от всего того, что еще может примирить его с существующим общественным строем, отречься от тех немногих наслаждений, которые минутами еще делают сносным его угнетенное существование и которых не может лишить его даже самый суровый гнет»<sup>1</sup>.

Но роль аскетического отказа как стимулятора революций утрачивается с ростом организованного рабочего движения, с возникновением теории научного коммунизма, которая указывает цели и средства победоносной пролетарской революции. Идея равенства бедных лишается не только моральной привлекательности, но и реальной почвы по мере того, как развитие современных производительных сил постоянно увеличивает возможности удовлетворения материальных запросов трудящихся.

Могут, правда, и в новых исторических условиях быть периоды, когда аскетическое сознание и аскетический образ жизни превращаются в необходимость. Скажем, таким периодом в жизни Советской страны были годы «военного коммунизма» — первые годы после победы Октябрьской революции. Нашему народу сознательно пришлось идти на жертвы, на самоограничения, на сведение потребностей к самому насущному. Но «военный коммунизм», — как подчеркивал В. И. Ленин, «был вынужден войной и разорением. Он не был и не мог быть отвечающей хозяйственным задачам пролетариата политикой»<sup>2</sup>. То же самое можно сказать о жесточайших лишениях, выпавших на долю советских людей в годы Великой Отечественной войны и в период залечивания нанесенных ею ран, ликвидации колоссальных разрушений, которые оставили гитлеровцы на нашей земле.

К числу исключительных относятся и ситуации, свя-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 7, с. 377—378.

<sup>2</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 43, с. 220.



заные с подъемом революционной борьбы в тех или иных странах, когда у борцов за освобождение трудящихся от гнета эксплуататоров материальные потребности отступают на второй и третий план по сравнению с теми социально-политическими целями и стремлениями, которые заполняют все их существо, становятся безусловно доминирующими.

Все подобные ограничения вызваны чрезвычайными обстоятельствами, продиктованы суровой необходимостью. Чтобы преодолеть трудности, выйти победителем в борьбе, приходится иногда отказаться от части благ и запросов, естественных и нужных во всякое другое время. Однако как мировоззрение, как социальная программа аскетизм уже давно лишен исторической перспективы. Возрождение его в этом качестве неизбежно приобретает характер реакционной утопии и, по существу, контрреволюционных действий.

Тем не менее охаивание материальных потребностей и восхваление бедности и сегодня в ходу у некоторых леваческих групп и движений молодежного протеста на капиталистическом Западе. Такая живучесть аскетизма объясняется доступностью предлагаемого им пути противостоять превратностям жизни. Кроме того, это со времен киников способ, хотя и иллюзорный, почувствовать себя личностью, компенсировать выдвиганием на первое место своего «я» те не только мнимые, но и истинные ценности существования, которых лишал и лишает многих людей эксплуататорский строй. Следует учесть также «удобство» для классов собственников подобного не посягающего на основы их господства протеста.

Правящие капиталистические круги терпимо относятся не только к рассчитанному на внешний эффект снобизму выходцев из более чем обеспеченных семей, которые кокетничают своей пресыщенностью материальным довольством и ищут новых впечатлений в различных формах демонстративного отказа от него. Буржуаз-

ную верхушку вполне устраивает и аскетический бунт тех, кто искренне не приемлет нормы и ценности частнособственнического общества, его духовную пустоту, навязывание им материальных символов в качестве цели и смысла человеческого бытия. Это видно на примере ее отношения к своеобразной вспышке аскетического мистицизма среди молодежи Запада.

Еще в 1968 году калифорнийские хиппи сформировали христианскую секту «Дети бога». Спустя несколько лет ее колонии, или «коммуны», разбрелись по Американскому континенту и по Старому Свету, обосновались в Лондоне, Стокгольме, Амстердаме, в городах ФРГ. Вступая в «коммуну», человек должен порвать с родителями, женатый — бросить жену. Придерживаясь принципа полного обобществления имущества, секта выступает противницей не только частной, но даже личной собственности. Первое и главное ее требование к вновь обращенному гласит: «Откажись от всего!» Причем такой отказ носит поистине всеобъемлющий характер, ибо он требует от человека расстаться со своим имуществом, пожертвовать общественными связями, оставить мысль о самовыражении, раскрытии своей личности.

Руководители «Детей бога» уверяют свою паству в том, что она, порывая с обществом, уходя от него, уже сегодня попадает в «царство будущего». Однако практикуемое сектой восстановление примитивных сельских общин с их патриархально-натуральным укладом жизни, преданием анафеме современной индустриальной цивилизации, культурных ценностей — не более чем повторение реакционных утопий прошлого.

Попытки выдать антигуманизм за социальный идеал все чаще прикрываются и вывесками восточных культов, манящих молодежь своей экзотичностью. На наиболее оживленных перекрестках западных городов сегодня можно видеть декоративно-красочные шествия бритоголовых молодых людей в оранжевых или желтых накидках, девушек в пестрых сари, которые под звуки неболь-

ших барабанов и звон колокольчиков танцуют, скандируют нараспев священную индуистскую мантру, тут же собирают в маленькие чашки милостыню. Это последователи движения Харе Кришны — пожалуй, одной из наиболее известных среди так называемых новых «молодежных религий». Как и «Дети бога», поклонники Кришны появились сначала в пристанищах американских хиппи, среди бродяг и наркоманов — этих типичных представителей молодежной «контркультуры». Однако подлинный ренессанс секты пришелся на колледжи и университеты. Скоро мода перебросилась и в Западную Европу.

Чем же привлекает движение Харе Кришны часть охваченных смятением юношей и девушек капиталистических стран? Помимо уже отмеченной экзотичности и красочности, непохожести на господствующее христианство, видимости интеллектуального содержания, молодым людям не может не импонировать присущее этой разновидности индуизма осуждение своекорыстного материально-финансового интереса, который доминирует в системе буржуазных ценностей. Даже несмотря на всю свою слабость, такое осуждение становится идеологическим знаменем для критически настроенной молодежи, испытывающей глубокое разочарование в возможностях буржуазной системы сделать счастливой и осмысленной человеческую жизнь. Другое дело, что на поверку подобный протест, по справедливому замечанию американского теолога У. Петерсона, — всего лишь способ с пренебрежением отвернуться от системы, которая отказывается изменяться.

Аскетизм новых «молодежных религий» — все равно западного или восточного происхождения, — представляется их приверженцам возможностью сохранить духовную и нравственную чистоту в мире всевластия вещей и толстого кошелька. Им кажется, что сам по себе отказ от традиционного потребления уже есть нечто диаметрально противоположное потребительству, что в сво-

их «коммунах», колониях, ашрамах и прочих убежищах они освобождаются от разрушающих личность желаний.

Беда, однако, в том, что культ вещей является отражением всей общественно-экономической системы капитализма, а не только одним из элементов общественно-го сознания и общественной психологии. Поэтому сплошь и рядом вчерашние бунтари, так эффектно хлопнувшие за собой дверью «общества потребления», потихоньку устремляются в него с черного хода: та или иная модная секта, модное «движение» превращаются в своеобразную престижную «вещь», аскетически неприятные одевания становятся ходовым и дорогостоящим товаром. Красноречивым свидетельством на этот счет является судьба панков, из рядов которых до сих пор идет мощный импульс моды на одежду, прически, музыку, манеру поведения.

Эти «ниспровергатели» норм и ценностей буржуазного общества появились во второй половине семидесятых годов на волне скандального успеха английского ансамбля «Секс пистолз», который принес на эстраду отталкивающую разнузданность и самую откровенную порнографию. Ансамбль вскоре распался, после того как один из его участников, одурманив себя наркотиками, зарезал подругу. Но остались поклонники, воспринявшие от своих кумиров подчеркнуто уродливый внешний вид и нарочито вызывающий образ действий. Благодаря тому и другому они получили свое имя «панки», которое переводится с английского как «отбросы», «гнилье», «подонки», «шпана».

О том, насколько это название соответствует действительности, можно судить по описаниям панков в западной прессе: «Безобразно размалеванная молодежь, одетая в тряпье с помоек...»; «На танцующих разорванные майки, их всклокоченные волосы окрашены в зеленый, розовый или фиолетовый цвет и для устойчивости смазаны помадой из вазелина и талька. У некоторых щеки, губы, нос или мочки ушей проколоты английской булав-

кой»; «...Сталкиваюсь с парнем, у которого мочку уха сильно оттягивает средних размеров висячий замок. К другому уху приделан ключ. Взяв пива, он отошел к своей подруге. У той на шее захлестнута цепочка от бачка унитаза. Деревянная ручка кокетливо свисает на грудь». Среди других типичных аксессуаров панков — искромсанные ножницами, утыканые металлическими шипами кожаные жакеты, майки с надписями, скопированными со стен общественного туалета, башмаки фасона раннего средневековья, всевозможные серьги, цепи, ремни и многое другое, что призвано придать вид если не устрашающий, то воинственно-протестующий.

. Можно уловить что-то общее между древними киниками и нынешними поклонниками «панк-моды». Те и другие обнаружили склонность к нигилизму и анархизму, предпочли «цивильному костюму» рванье или нечто экстраординарное, отвергли принятые в обществе нормы и прочие «условности». Но есть и существенные различия. Главное из них — полное отсутствие у панков какого-либо положительного идеала, благородной цели, пусть утопического представления о будущем устройстве общественной жизни, в которой не было бы обездоленных и отверженных.

Кинизм деградировал до цинизма в течение нескольких веков. Панки, по существу, появились на свет циниками. Им не понадобилось много времени, чтобы соединить, казалось бы, несовместимое: наивную уверенность в том, что они «взрывают» капиталистический строй изнутри, с уготованной им ролью защитников этого строя. Осуществить такой синтез для правящей элиты было делом несложным. Ей помогли в этом сами участники «движения» с их безыдейностью, позерством, тщеславным стремлением во что бы то ни стало обратить на себя внимание.

О панках заботятся. Их не ограничивают ничем, дают вволю «напротестоваться», покуражиться над обще-

ственным вкусом. Им предоставляют широкие трибуны (например, в Англии концерты их групп проходят во всемирно известном королевском Альберт-холле, в церквях и на многочисленных фестивалях). Для буржуазного общества они — «трудные дети», не более того, которым дают три-четыре года, чтобы «перебеситься», выплеснуть вхолостую разрушительную энергию, а затем в полном соответствии с запрограммированной для них эволюцией вернуться в лоно матери-системы. Еще лучше, если этот контролируемый протест получит желательную для правящих кругов политическую окраску. И предпринимаемые ими усилия не остаются тщетными.

В последние годы шумные ватаги панков в Западной Европе и Америке все более приобретают отчетливое классовое лицо. На фиолетовых и зеленых затылках чаще встречается намалеванная белилами свастика, традиционную атрибутику нередко дополняют нацистские «железные кресты» и другие подобные знаки отличия, грязное тряпье сменяет униформа — черные куртки и черные штаны с бесчисленными «молниями», стихийный вандализм и площадная брань по любому адресу уступают место направляемым опытной рукой хулиганским выходкам. Банды подростков нападают на представителей прогрессивных молодежных организаций, на зарубежные отделения учреждений социалистических стран.

Судьба всякой исчерпавшей себя идеи — вырождение, превращение в злую карикатуру на себя самое. Быстротечная эволюция панков, начавших с аскетического фиглярства и кончающих бесчинствами фашистского пошиба, подтверждает эту истину. Протест против потребительства, замыкающийся в религиозно-мистических, эстетических, индивидуалистических рамках и не затрагивающий его политической и экономической основы, растворяется в итоге в господствующей-идеологии и морали.

Каковы бы ни были сегодня причины, побуждающие мелкобуржуазных и буржуазных теоретиков ставить че-

ловечество перед выбором между отречением от разностороннего удовлетворения материальных потребностей и разгулом потребительской стихии, речь идет о дилемме столь же ложной, сколь и реакционной.

Бездуховный культ материального преуспеяния и отказ от достатка во имя достижения духовного совершенства отличны лишь по форме, но не по существу. В самом деле, при ближайшем рассмотрении выясняется, что аскетическое восхваление «очищающей» бедности — это аналог буржуазно-мещанского потребительства, но как бы со знаком минус. И тот, кто рабски склоняется перед ее Величеством Вещью, и тот, кто спасается от нее бегством, — оба наделяют ее самостоятельной, неподвластной человеку силой, оба не в состоянии превратить вещи в своих слуг, помогающих им развить и раскрыть все богатство своего внутреннего мира.

И аскетический и потребительский идеалы одинаково враждебны разуму, культуре. Первый лишает человека материальной основы для своего развития, второй ставит на его место бездуховные материальные идола.

«Качество жизни» — эти два слова в последние годы приносятся на Западе особенно часто. Одним из первых среди буржуазных идеологов о «качестве жизни» более двух с половиной 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* (курсив мой. — В. М.) будет страдать от однобокого 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»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Galbraith John K. Economics and The Public Purpose, р. XI.



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

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

ным отказом от нынешних потребностей, и прежде всего тех из них, которые касаются потребления материальных благ.

Однако при всей этой разногласии 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 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». Подготовленная в начале 70-х годов группой американских исследователей из Массачусетского технологического института во главе с профессором Дэннисом Медоузом, она вызвала бурную реакцию в научных кругах мира, породила как сторонников, так и острых критиков сформулированных в ней положений и выводов. Бесконечный рост потребления в конечной системе, какой является Земля, невозможен, утверждалось 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, — предсказывали массачусетские ученые, — рост народонаселения и производства неминуемо прекратится самое позднее в следующем столетии»<sup>1</sup>. Чтобы избежать вероятной затем агонии и гибели человечества, необходимо, по мнению Медоуза и его коллег, остановить рост потребления.

Хотя многие неутешительные выводы книги были смягчены или опровергнуты в последующих работах буржуазных авторов, неизменным в них осталось противопоставление экономики и экологии. Некоторые исследователи, пребывая в целом в рамках обычной для сторонников замедления экономического роста аргументации, привнесли в нее и оригинальные штрихи. Так, известный английский историк Арнольд Тойнби в статье, опубликованной в газете «Обсервер», предсказал, что скоро индустриальное развитие прекратится во всех без исключения промышленных регионах мира. Это произойдет независимо от общественно-политического устройства государств и невзирая на желания их народов. Одинаковая участь постигнет, по его утверждению, Европу, Северную Америку, Советский Союз и Японию. Мало того, во всех «механизированных странах» разви-

---

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

тие повернет вспять, начнется непрерывный экономический спад. Материальные условия жизни станут столь же суровыми, как и в период обеих мировых войн, с той, правда, усугубляющей положение 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, — обнадеживает 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».

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*.

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 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 бездушному утилитаризму разграбление и разрушение окружающей человека среды: насиловались земные недра, сводились леса, отравлялись водоемы и атмосфера.

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 насе-

ления 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 изощенной экологической демагогии должна была лишь скрыть истинные побуждения господствующей элиты.

Один из наиболее позорных парадоксов превращения власти 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. Подавляющую часть издержек частных фирм, связанных с устранением загрязнений, оплачивает потребитель в форме более высоких цен на продукты. 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 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 сообщать, 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.

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.

В ситуации, когда попытки капиталистических госу-

дарств 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 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 выходу из экологического кризиса за счет трудящихся, всячески стремятся затушевать одно очевидное обстоятельство. 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 проблемы, 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 срывают наибольший куш.

Пожалуй, нигде это не проявляется столь ярко, как в сегодняшних Соединенных Штатах Америки. Против трудящихся осуществляются драконовские меры, с легкостью урезаются на десятки миллионов долларов ассигнования на социальное обеспечение, здравоохранение, образование. В 1985 году по сравнению с предыдущим годом на миллиард долларов сокращены расходы по статье федерального бюджета «природные ресурсы и охрана окружающей среды». Зато американские производители вооружений наслаждаются в лучах рейгановского бума, собирая самую обильную за всю свою историю жатву прибылей. Только в 1985—1987 годах правительство США планирует израсходовать на военные цели триллион (!) долларов. Львиная доля этой астрономической суммы попадет к таким крупнейшим подрядчикам Пентагона, как концерн «Рокуэлл», производящий сверхдорогой стратегический бомбардировщик В-1, как корпорация «Дженерал дайнэмикс», наживающаяся на поставках самолетов и самых современных подводных лодок типа «Огайо», оснащенных ядерными ракетами «Трай-дент-2» и стоящих полтора миллиарда долларов каждая.

Очевидная и вопиющая неспособность капиталистической системы служить человеческим целям ставит лю-

бого претендента в реформаторы этой системы перед выбором: либо признать виновницей саму ее социально-экономическую и политическую структуру и тем самым необходимость коренных общественных преобразований, либо же постараться обелить буржуазное общество, 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<sup>1</sup>. Он сможет *качественно* питаться, отдыхать и черпать из духовной сокровищницы только при условии достаточно высокого благосостояния. Ведь и туристические поездки,

---

<sup>1</sup> Читатели уже имели возможность познакомиться с тем, какой непреодолимой стеной к получению образования стала для многих трудящихся в капиталистических странах его дороговизна. Такими же недоступными являются для них и услуги здравоохранения. В августе 1983 года журнал «Ю. С. ньюс энд Уорлд рипорт» привел типичные для «общества потребления» в целом и для США в частности факты ограбления больных. В клинике города Нортиста пациенту после двухчасовой операции коленной чашечки предъявили счет на 12 046 долларов. В другом медицинском учреждении одна таблетка аспирина оценивалась по прейскуранту в 50 долларов. Пострадавшему в автомобильной катастрофе после года лечения предъявили счет на более чем миллион долларов. Одноместная палата в больнице стоит 190 долларов в сутки, рентген — 720 долларов, анестезия — 600 долларов, лабораторные обследования — 1410 долларов, пол-литра донорской крови — 85 долларов. В таких условиях даже людям со средним достатком болеть явно не по карману.

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 позволяют 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, 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-эко-

номический потенциал, есть ее количественная сторона. И поскольку более высокая общественная организация предполагает в итоге 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 для всего населения — возможен 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 истин-

ное человеческое счастье — это не только возможности материального потребления, но неизмеримо более широкий спектр человеческих ценностей, принципиально не совместимых с предлагаемыми капитализмом. Сюда входят требования, которые не упоминаются буржуазными проповедниками «нового качества жизни». Это требования обеспечить социальную справедливость, раз и навсегда положить конец империалистическим войнам, предоставить широким массам доступ к сокровищам духовной культуры, покончить с расизмом, преступностью, насилием, аморализмом буржуазного общества.

Взяв на вооружение лозунг «качества жизни», коммунистические партии Запада действуют в двух направлениях. Они разоблачают лицемерный, 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 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 ей 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.

Ясно, однако, что для социалистического общества неприемлемо состязание с обществом буржуазным на поприще культа денег и вещей, престижного потребления, эгоистического, бездуховного, мещанского существования. В полной мере природа двух противоположных социальных систем раскрывается в том, что каждая из них способна дать для улучшения качественной стороны жизни *людей труда*, для обеспечения полнокровного человеческого бытия. А такое бытие не сводится только к материальному комфорту.

Вообще многие компоненты, которые влияют на качество жизни, не измеришь никакими цифровыми показателями. 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 прису-

щими ей унижением человека, постоянным, доводящим до невроза, до физического износа и морального опустошения страхом потерять работу, стать изгоем в собственной стране, не выдержать гонку за «престиж» и жизнью в обществе, где царит подлинное социальное равенство и уважение достоинства человека, где население не страдает от инфляции и безработицы.

Положение человека труда — подлинного хозяина в своей стране, участника управления делами государства, общества, производства, интернационалистское братство, отношения взаимопомощи и сотрудничества, реальный гуманизм, создание предпосылок для всестороннего развития личности — вот присущие социализму, заложенные в самой его природе черты, принципиально отличающие наше общество от мира эксплуатации и угнетения. Это и есть поистине *новое* качество жизни, которое обеспечивает человеку социализм. О неуклонном повышении качественного уровня жизни народов социалистических стран свидетельствуют многие факты. Именно эти страны демонстрируют свою способность поддерживать стабильный и динамичный рост производства и 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 экономики и использованию природных ресурсов стала возможной действительная гармонизация взаимоотношений человека и природы.

Если в США урезаются ассигнования на охрану природы, то в Советском Союзе они неуклонно растут. В течение десятой и одиннадцатой пятилеток такой рост составил 4 миллиарда рублей. Приняты и проводятся в жизнь правительственные постановления по охране окружающей среды в бассейнах Каспийского моря, рек Волги и Урала, Черного и Азовского морей, озера Байкал.

Уже сегодня плановые органы социалистических го-



сударств, 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. Генеральная линия нашей технической политики — переход на бессточные и малоотходные технологические процессы. В 1980 году более 60 процентов воды, потребляемой промышленными предприятиями в СССР, использовалось многократно.

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 теоретиками и правительствами в отрыве от кардинальных социально-политических проблем современности. Капиталистическое производство и научно-технический прогресс подвержены влиянию стихии, соображения частной выгоды превалируют 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, 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 отсюда 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. В каких бы общественных условиях люди ни жили, они 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 нашей планеты, а в биосфере в целом. Глобальная по своей сути проблема «закономерно выступает как стимул объединения усилий всех стран, как почва для переговоров, для углубления разрядки напряженности и в конце концов как фактор, который может стать весьма заметным в сдерживании гонки вооружений»<sup>1</sup>.

Существует множество доказательств того, что при-

---

<sup>1</sup> Лаптев И. Д. Экологические проблемы. М., 1982, с. 244.

менение современного ядерного оружия способно привести к необратимым трагическим последствиям для самой среды обитания человека. По данным некоторых исследований советских и американских ученых, достаточно из накопленных ныне в мире 50 тысяч ядерных боеголовок использовать от 500 до 2 тысяч, чтобы наступила климатическая катастрофа. В резюме одного из таких исследований говорится: «Вместе с прямыми людскими потерями — возможно, порядка двух миллиардов человек — сумма среднесуточных и долгосрочных последствий ядерной войны внушает мысль, что в северном полушарии вообще никто не уцелеет. При всяком варианте, включающем ядерный конфликт между сверхдержавами, глобальные изменения будут достаточно велики, чтобы привести к вымиранию видов, по своим масштабам равному или даже превышающему гибель динозавров и других животных в конце мелового периода. В этом случае нельзя исключить и вымирание *homo sapiens*»<sup>1</sup>.

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.

---

<sup>1</sup> См.: Литературная газета, 1984, 23 мая, с. 14.

Не 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.

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»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 125.

### ВРАГИ ИЛИ СОЮЗНИКИ?

В довольно пестрой мозаике современных буржуазных течений, концепций 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». Материальные потребности рассматриваются как нечто противоположное «освобождению личности» и представителями мелкобуржуазного левого радикализма.

Действительно, в «обществе потребления» многое говорит за то, что материальное и духовное находится в состоянии конфронтации, разлада и взаимоисключения. Но значит ли это, что таково естественное, существующее от века и навсегда предопределенное 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 возмож-

ность 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.

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 вечное богатство, где одни получали много и становились рабами порочного желания иметь еще больше, другие же лишались всего. В отличие от материальных духовные блага неограниченны. 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 их непритязательными, добрыми и умными.

Этому идеалу «антиматериального» равенства идеологи властвующей элиты противопоставили идеал «антиматериального» неравенства. Для них утверждение несовместимости духовных ценностей с материальными запросами трудящихся превратилось в орудие закрепления интеллектуального превосходства «верхов», увековечения их идеологического и политического господства.

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-



нии — 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»<sup>1</sup>.

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-

---

<sup>1</sup> Сноу Ч. П. 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 потребительство является *социальным* феноменом, а не просто негативным свойством того или иного человека, результатом его индивидуальной испорченности или ограниченности.

Сущность потребительства заключается вовсе не в «переборе» находящихся в личном пользовании благ, хотя количественную характеристику было бы неправильно полностью игнорировать. Эта сущность — в искаженном, «перевернутом» отношении к миру. Люди и вещи как бы поменялись в нем местами. Человеку отводится роль простой функции вещи, ее придатка, не имеющего никакой самостоятельной ценности. Зато объект потребления обретает душу, ум, авторитет, достоинство, власть, которыми готов милостиво поделиться с теми, кто за него заплатит.

Пробный камень, позволяющий вполне определенно различать потребление и потребительство, 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 потребительство в равной степени может характеризовать как материальное, так и духовное потребление и, стало быть, не имеет никакого отношения к их противопо-

ставлению. 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 потребительство 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 развитие. Вообще материальное и духовное в процессе потребления, в процессе жизнедеятельности человека почти никогда не выступают в чистом виде, а тесно переплетаются, образуют двуединство. Что представляют собой, скажем, живописное полотно, скульптура, рояль, книга, микроскоп? Это *вещи*, имеющие определенную материальную ценность. Но рассчитаны они на удовлетворение духовных потребностей.

Круг предметов, служащих духовным и социальным запросам, постоянно расширяется. Современному человеку для реализации его потребности в знании, в образовании нужны не только книги. Он пользуется радиоприемником и телевизором, чтобы слушать и смотреть познавательные и учебные передачи, магнитофоном, который незаменим, например, при изучении иностранного языка, кинопроектором и т. д. Такую важнейшую социальную потребность, как потребность в общении, при теперешнем ритме жизни трудно удовлетворить, если не пользоваться телефоном, транспортными средствами.

С другой стороны, объекты, казалось бы, сугубо материального назначения — жилье, одежда, предметы обихода, пища — часто, помимо своей основной, выполняют и эстетическую функцию, служат удовлетворению потребности в прекрасном. Выбирая обнову в магазине, мы почти наверняка отдадим предпочтение модному и красивому, а не допотопному и малопривлекательному.

Нам также совсем небезразлично, в каком виде окажутся перед нами на обеденном столе те калории, которые необходимы для жизнеобеспечения.

Таким образом, назначение всевозможных материальных благ состоит в том, чтобы служить человеку, обеспечивать, облегчать, облагораживать, украшать и обогащать его жизнь, а в конечном счете способствовать развитию его задатков и дарований. Уменьшение мира предметов, окружающих нас, означало бы прежде всего обеднение внутреннего мира человека. И как бы ни пугали буржуазные и мелкобуржуазные пророки перспективой нашествия вещей, дело вовсе не в их количестве, а в отношении к ним человека.

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 веков 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, признавая преходящий характер противопоставления материальных и духовных потребностей, связывают его с не-

достатками в снабжении населения товарами или с промахами в воспитании людей.

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 необудительно 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 закономерность 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 образо-

вывали в жизнедеятельности каждого человека органический сплав. Первобытный работник в процессе труда и потребления присваивал себе «свою всестороннюю сущность всесторонним образом, следовательно, как целостный человек»<sup>1</sup>. 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»<sup>2</sup>. Капитализм доводит до враждебной противоположности обособление двух сторон человеческой жизнедеятельности.

Этот антагонизм снимается лишь с ликвидацией частной собственности. Социалистическое общество видит свою практическую задачу в преодолении 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, конфрон-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 120.

<sup>2</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 23, с. 374.

тации 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 и воли 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 вопрос, ко-

торый уже был поставлен раньше. Речь пойдет о «духовном» потребительстве (совместное употребление этих двух слов невозможно без кавычек).

## 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...»<sup>1</sup>

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 зрения 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 «десерт» — 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...

---

<sup>1</sup> Цит. по: Литературная газета, 1969, 25 июня.



Однако поэтические и философские увлечения Три-малхиона 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 Трою завоевал Ганнибал). Его «ученость» приобретает пародийный, шутовской характер, но он изо 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 независимости от них. Не менее, чем в материальном потреблении напоказ, потребительская психология обнаруживает себя в извращенной форме отношения к духовным благам.

Современные толстосумы становятся страстными кол-лекционерами 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 вы-

годном помещении капитала. Сокровищам' человеческого гения, материализованным в полотнах художников, скрипках Страдивари, 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 хитрым 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 купить, 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 Чарльза Рейча в книге «Молодая поросль Америки». Ав-

тор 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 красивы. 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»<sup>1</sup>.

В «обществе потребления» не только вещи, но и все,

---

<sup>1</sup> Reich Charles A. Op. cit., p. 81.

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 приобретается, 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 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 утвер-

дительный ответ, он верно отражает реальность. Ведь при разграничении потребления и потребительства определяющим является не то, *что* потребляется, а *как*, с *какой целью* потребляется. Отсюда понятно, что объектом потребительского отношения в равной степени может быть и мир вещей, и самое высокое искусство, и научное знание.

Пожалуй, наиболее важный критерий, позволяющий довольно точно обозначить рамки потребительства, состоит в том, что оно *самоцельно*, а доставляемое им удовлетворение *иллюзорно*, оторвано от сущности потребляемого, от его прямого назначения, 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 самим 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 сущностных сил человека, скажем интеллекта или эстетического чувства, то данное развитие ничего не дает другим, не служит развитию других. Оно бесплодно и противоречит сущности, внутренней логике потребляемых духовных благ. Можно ли считать, что человек *понимает* произведение искусства, если, наслаждаясь его созерцанием, он презирает всех тех, кто «не дорос» до столь «возвышенного» наслаждения? Можно ли любить в «Сикстинской мадонне» то, что она выражает, не любя людей?

Естественная цель материального и духовного потребления заключается во всестороннем развитии чело-

века. Но о том, что это развитие состоялось, можно говорить лишь тогда, когда приобретенные личностью душевные сокровища выходят за индивидуальные рамки, попадают в обращение, щедро дарятся другим. Чем богаче личность, тем более человечным, 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. От потребления одного человека, если оно нормально, в конечном счете всегда должны выигрывать многие.

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», который восхищается прекрасным, но в самом этом акте любит прежде всего своей утонченностью, избранностью, испытывает наслаждение от того, что может третировать «примитивную толпу», и тешит 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 оторгнуто 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 используе-

мый 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, приобщению 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 мощного средства началась с аккордов Девятой симфонии Бетховена. В дру-

гой раз во время телепередачи с кладбища для животных питона хоронили под звуки «Ave vegum cognus» Моцарта. 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 трудящихся 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, навевать волшебнорозовые 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 творче-



ству. 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 потребительство 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 и в новых социальных условиях для некоторой части людей вещи заслоняют многоцветье интеллектуальных, эстетических, нравственных ценностей и интересов, становятся средством поддержания престижа.

Это, понятно, вызывает естественные вопросы: откуда и почему проявления «вещизма» в социалистическом обществе? Не свидетельствуют ли они о том, что и в самом деле правы те идеологи «общества потребле-

ния», которые твердят о неизбежном торжестве в социалистических странах потребительского идеала по мере роста в них благосостояния?

## БОЛЕЗНЬ МНИМАЯ И ДЕЙСТВИТЕЛЬНАЯ

Чтобы ответить на поставленные 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, нетопленых бараков, с драгоценных осьмушек наполовину состоящего из мякины хлеба. В течение долгих лет аскетизм считался добродетелью и в действительности был ею. Он формировал характеры, презирующие 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 просто невозможно создать собственную индустрию, укрепить обороноспособность, выжить в кольце капиталистической 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 значительному расширению сферы потребления, 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 героические усилия, 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 стеганный ватник. Изобилие, а не скудость является естественным для человека желанием. Поэтому утверждать, что обладание той или иной вещью способно само по себе сформировать потребителя, — значит признавать за вещами власть, которая им не принадлежит. Вместе с тем 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.

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 ос-

таться 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.

Поскольку человек, исповедующий культ вещей, преследующий узкопотребительские цели, никогда не был уважаемой фигурой в Советской стране, борьба с ним не затихала с момента рождения новой социальной действительности. Порой победа виделась довольно легкой. Казалось, достаточно привлечь внимание общественности к потребительским отклонениям, поярче обрисовать отталкивающие типы мещан-накопителей, их растительное, бездуховное существование, рельефно показать уродливость и пагубность власти вещей над человеком, и проблема решится сама собой: нелепость и непривлекательность потребительства станут для всех очевидными. Однако обличительный пафос, едкая ирония, праведное негодование часто не достигали желаемой цели. Очень скоро выяснилось, что призывы не поддаваться искушениям «вещизма», заботиться о духовном обогащении жизни повисают в воздухе, если за ними не стоит понимание *истоков* критикуемых недостатков.

Непримиримость, конечно, необходима, когда речь идет о чужеродных явлениях в нашей жизни. И потребление не составляет тут исключения. Но чтобы эффективно бороться с ним, необходимо умение спокойно разобраться в глубинных причинах активизации в последние полтора-два десятилетия потребительской психологии, проникнуть в механизм ее возникновения, вскрыть условия, поддерживающие культ вещей, составить научную картину развития потребностей в социалистическом обществе.

Если рассматривать «вещную болезнь» только в, так сказать, зрелом, вполне проявившемся виде, то источники ее могут либо вовсе ускользнуть от внимания, либо свестись исключительно к внутренней ущербности опре-

деленного типа людей, которых мы привычно клеймим мещанами. В результате научный подход к проблемам материального и духовного потребления легко вытеснить эмоционально-интуитивным, за частным потерять общее, выяснение причин, которые побуждают некоторых людей сводить к деньгам, к комфорту, к престижным вещам свое понимание достойной и счастливой жизни, подменить разговором о единичных следствиях этих причин.

Между тем вопросы, касающиеся того, что порождает и поддерживает в нашем обществе столь чуждые ему потребительские отклонения, как в потребностях человека преломляются социальные условия его жизни, его внутренний мир, деятельность, вовсе не являются пустыми. Это как раз те вопросы, научный ответ на которые только и дает возможность вести действенную борьбу с мещанско-потребительской психологией, целенаправленно формировать разумное отношение людей к потребляемым благам.

Осноположники научного коммунизма показали, что степень зрелости общественного сознания зависит от степени зрелости общественного бытия. Чтобы личность была человеческой, нужны соответствующие человеческие обстоятельства. Это азбука исторического материализма. Применительно к нашей теме материалистическое понимание общественного развития означает, что необходимо видеть не только субъективные, но и объективные, то есть не зависящие от сознания отдельных людей, причины, которые тормозят изживание потребительской психологии, делают возможной обывательскую погоню за символами престижа в ущерб духовному развитию личности и в социалистическом обществе. Попробуем по крайней мере в некоторых из этих причин разоб-  
браться.

Сначала два научно установленных факта. Известно, что между духовными возможностями личности и их практическим воплощением всегда существует определенная дистанция, иногда весьма значительная. Извест-

но также, что если из всего разнообразия стимулов деятельности человека отбросить те, которые направлены на удовлетворение его первичных материальных нужд (в питании, одежде и т. п.), то главная цель оставшихся сведется так или иначе к одному: дать личности возможность *проявить и утвердить себя*. Рассмотрим, в каком отношении находятся эти факты к занимающей нас проблеме.

Итак, факт первый. Глубокий драматизм многих человеческих судеб, часто даже неосознаваемый, состоит в том, что, за редким исключением, люди используют ничтожную часть интеллектуальных сил, отпущенных им природой. «Вероятно, 99 процентов способностей человека, — заметил один из зарубежных писателей-фантастов, — растрачивается попусту; даже сегодня люди, считающие себя культурными и образованными, работают по большей части как автоматы, лишь один или два раза за всю жизнь постигая на мгновение те могущественные, но глубоко скрытые возможности, которыми располагает их разум».

Можно, конечно, улыбнуться допущению, что многие из нас не дирижируют симфоническими оркестрами, не совершают научных открытий, не пилотируют космические корабли только потому, что просто ни разу не представилось такого случая, ибо чуть ли не в каждом спрятаны подобные таланты. Но вот наблюдение, которое не дает повода для улыбок. С помощью специального прибора ученые Йельского университета (США) установили, что в течение дня головной мозг людей «загружен» интенсивной умственной работой в среднем менее пяти минут. Наивно было бы полагать, что, открыв для себя подобную новость, каждый человек ощутит потребность немедленно выйти за рамки этого оскорбительного для homo sapiens пятиминутного лимита. Но, думается, перед многими по-новому встанет проблема познания собственных возможностей и абсолютного выявления творческих дарований человека.

В частности, естественно задаться вопросом о том, что же препятствует раскрепощению духовного потенциала людей? Самые глубокие причины сокрыты вовсе не в человеческой природе, на которую упирают буржуазные авторы, а в социальном устройстве общества.

Задача максимального раскрытия и реализации задатков, способностей большинства людей принципиально неразрешима при капитализме, где ценность и достоинство личности поставлены в зависимость от принадлежности ей собственности, где подавляющая масса населения лишена возможности заниматься творческим, интеллектуальным трудом, отторгнута от культуры.

Иное дело при социализме. Здесь нет социальных классов или групп людей, которые были бы экономически и политически заинтересованы в ограничении интеллектуального развития, приобщения ко всем богатствам культуры других классов и групп. Чем полнее проявляет каждый человек свои задатки и способности, тем в большем выигрыше оказывается все общество. Умножаются возможности расцвета науки и техники, роста экономики, материальной обеспеченности населения. Более мощное и совершенное производство, предъявляя повышенные требования к уровню знаний и квалификации работников, делает настоящим дальнейший духовный прогресс и создает для него благоприятные материальные предпосылки. Один из основополагающих принципов коммунизма — свободное развитие каждого является условием свободного развития всех — как раз и отражает то значение, какое новое общество придает раскрытию внутреннего богатства человека.

Однако и при социализме этот процесс совершается не вдруг, не по мановению волшебной палочки, не обходится без противоречий. Тут нам пора обратиться ко второму факту, о котором было упомянуто выше.

Суть его, напомним, в том, что любой человек, удовлетворяя свои социальные, интеллектуальные да и многие материальные потребности, которые выходят за

пределы обеспечения физического существования и свойственны только людям, тем самым самоутверждается, реализует свою личность. В способах такого самоутверждения взаимопереплетаются две тенденции.

Ведь человек по природе своей существо индивидуально-социальное. Он и не похожий ни на кого другого индивид с присущими только ему мыслями, чувствами, желаниями, и неотъемлемая часть мира людей, вне которого невозможно его человеческое существование. Поэтому, с одной стороны, он стремится к личной автономии, к выделению себя, своего «я», а с другой — ищет единства с окружающими — с друзьями, коллегами, с социальными группами, к которым относит себя или хотел бы принадлежать, с обществом в целом. Это противоречие утрачивает при социализме антагонистический, непримиримый характер. Но оно не исчезает. И в нашем обществе одной из непростых проблем в духовном становлении личности является согласование индивидуальных и общественных интересов.

Важная черта социалистического образа жизни — коллективизм. Чем бы ни занимался у нас человек, он только тогда богат духовно, когда сердцем и мыслями находится с другими, активно участвует в делах общества, не остается равнодушным к тому, чем живет народ. «Только в коллективе, — отмечали основоположники научного коммунизма, — индивид получает средства, дающие ему возможность всестороннего развития всех своих задатков...»<sup>1</sup>. Поэтому в универсальном богатстве общественных связей и отношений заключается и универсальность развития отдельной личности.

Даже там, где раньше решающее слово принадлежало одиночкам, скажем в научной деятельности, коллектив создает наиболее благоприятные условия для развертывания творческих способностей людей. Так, талант и рядового и выдающегося ученого может проявиться

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 3, с. 75.



сегодня только через коллектив соратников, помощников, последователей. Современная наука идет к открытию все более глубоких закономерностей развития природы и общества. А для этого нужны столь обширные и разнообразные знания, что одному человеку не под силу овладеть ими.

Однако отмеченная тенденция имеет и обратную сторону. Как указывают некоторые исследователи, в общем количестве ученых сокращается доля творчески одаренных научных работников, ярких индивидуальностей, зато растет число тех, кто, не претендуя на роль «первой скрипки», растворяется в массе исполнителей. Одна из причин — происходящее порой обезличивание результатов научного исследования. Но это также и проявление противоречия, вообще присущего научно-технической революции с ее требованиями больших коллективов, широкой стандартизации, конвейерного производства.

Получается, что работа в коллективе, создавая лучшие условия для духовного развития личности, вместе с тем может и усложнить для того или иного человека задачу самоутверждения. Причем возникающие тут препятствия связаны не только с содержанием выполняемой работы, но и с психологическим состоянием человека. Часть людей, например, видит в необходимости подчиняться дисциплине, без которой невозможен совместный труд, покушение на свои индивидуальные особенности, на личную свободу, отождествляет самостоятельность с противопоставлением себя коллективу.

В подобных ситуациях очень важно помочь человеку найти такой способ включения в общественно полезную деятельность, который обеспечивал бы ему сохранение индивидуальности, давал ощущение самостоятельности, автономной деятельности в обществе, открывал в работе не только ту сторону, которая уподобляет его другим, но и ту, которая выделяет его как личность.

Если этого не удастся достичь, резко возрастает

опасность переключения стремления к самоутверждению из сферы труда в сферу потребления. Ведь суть потребительского самоутверждения состоит в том, чтобы противопоставить себя другим, выделиться из общей массы. А сделать это куда проще и быстрее, чем, скажем, настойчиво учиться, что-то открывать, изобретать, искать оригинальное решение научной или производственной задачи, изо дня в день добросовестно и хорошо делать порой не очень заметную работу. Купил, например, «диск», которого нет у приятеля, и хотя бы на короткое время почувствовал себя «фигурой». А стало иссякать ощущение своей значительности, неординарности, как бы само собой приходит желание восполнить его с помощью очередной покупки.

Человек не может жить, не ища постоянно способов и возможностей проявить свое «я». Чтобы этот процесс приобрел полностью отвечающий человеческой природе характер, необходимо до минимума сократить «зазор» между духовным потенциалом каждого человека и его практическим осуществлением. Однако и в социалистическом обществе, кровно заинтересованном в этом, пока не все люди по разным причинам находят максимальный выход своим творческим силам, способностям, дарованиям. Немаловажное значение для выбора того или иного пути самоутверждения человека имеют не только субъективные, зависящие лишь от него самого обстоятельства, но и некоторые объективные условия.

У нас, к примеру, не преодолены еще существенные различия между умственным и физическим трудом, значительная часть людей вынуждена выполнять малопривлекательную, неквалифицированную работу. Устранение этого препятствия для всестороннего и гармоничного развития личности входит в число важнейших социальных задач социалистического общества.

Чтобы материальные блага, материальные ценности утратили свойство престижности, они должны распределяться по потребности. Но социалистическое общество

еще не имеет необходимой для этого материально-технической базы. Да и сознание людей не достигло пока ступени, когда бы каждый трудился по способности и видел в труде на благо общества первую жизненную потребность. Поэтому главным критерием распределения при социализме является труд — его количество и качество. Следовательно, неизбежна разница в материальном вознаграждении, обуславливающая и неравенство в потреблении. Может ли это как-то влиять на поддержание у части людей желания искать самоутверждение в потребительстве?

Видимо, может, чему есть и психологическое объяснение. Труд — не только главный у нас критерий распределения, но и высшее мерило общественного признания, общественной ценности личности. А поскольку хороший труд предполагает и хорошее вознаграждение, постольку заработок тоже становится в определенной степени показателем социального престижа. В сознании кое-кого эта связь порой трансформируется таким образом, что свидетельство достоинства личности усматривается уже не в ее способности трудиться, а в ее возможности покупать то, что не в состоянии себе позволить люди с меньшей зарплатой. Тут уже отчетливо просматривается ориентация на утверждение себя с помощью вещей.

Или взять, скажем, существование в нашем обществе товарно-денежных отношений. Конечно, эти отношения кардинально отличаются от капиталистических, наполнились новым содержанием, перестали быть инструментом эксплуатации. Но все же они пришли к нам из вчерашнего дня и исчезнут только на высшей ступени коммунистического общества. Порожденные чуждой общественной системой, они сохраняют некоторые негативные черты, даже будучи перенесенными на принципиально иную социальную почву.

При капитализме у вещи, превратившейся в товар, ее полезность, ее потребительная стоимость отступают на задний план. Зато нередко главенствующее значение

приобретает стоимость, способность быть эквивалентом другой вещи и даже самого человека, деньгами, золотом, капиталом. Именно эти свойства вещи, которые она получила в условиях товарного производства, сделали ее объектом фетишистского поклонения, потребительского культа.

В новом обществе вещи уже не являются господствующей силой. Главным в них становятся реальные свойства и достоинства, а не иллюзорная, фантастическая «ценность», определяемая исключительно количеством денежных знаков и способность делать своего владельца «значительнее» в глазах других людей. Но до тех пор пока вещь остается товаром, существует опасность, что для кого-то денежное выражение вещи заслонит ее прямое назначение. То есть на первый план выступит не конкретное содержание предмета, а его абстракция — «очищенная» от индивидуальных свойств способность быть показателем престижа, которая побуждает человека поклоняться вещам.

Было бы, однако, глубоко ошибочным полагать, что поскольку в социалистическом обществе еще сохраняются объективные факторы, способствующие различным проявлениям потребительства, то и сами эти проявления чуть ли не обязательны. Неверны также представления, будто бы по мере строительства коммунизма потребительские взгляды и поведение угаснут автоматически, без каких-либо серьезных усилий со стороны общества.

Конечно, социальная среда в первую очередь формирует личность. История убедительно доказала утопичность воззрений, согласно которым общество можно изменить с помощью одного лишь воспитания, подменяя им реальный процесс изменения материальных отношений. Но, как подчеркивал Маркс, «обстоятельства изменяются именно людьми»<sup>1</sup>. Не только общество формирует личность, но и личность, в свою очередь, формирует общество.

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 3, с. 2.

Активность всех граждан необходима для устранения экономических и социальных причин, поощряющих культ вещей, потребительскую психологию. Наша партия, например, решительно требует справедливой и объективной оценки трудового вклада каждого, постоянно заботится о том, чтобы открытый Марксом принцип социалистического распределения неукоснительно проводился в жизнь. Если он нарушается, приходится иметь дело с предосудительными или незаконными способами обеспечения достатка, с нетрудовыми доходами. Действующая еще порой уравниловка в оплате создаёт предпосылки для скрытого тунеядства, когда человек лишь «отбывает» рабочее время. Она порождает лодырей, бракоделов и других нахлебников общества, которые живут за счет добросовестных работников.

Вот почему такое большое внимание в нашей стране уделяется повышению действенности государственного и общественного контроля за мерой труда и потребления. Именно участие массы трудящихся в учете и контроле за жуликами и тунеядцами, подчеркивал В. И. Ленин, «может победить... эту заразу, чуму, язву, оставленную социализму по наследству от капитализма»<sup>1</sup>. Борьба с рецидивами мелкобуржуазной психологии означает перекрытие всех каналов паразитического потребления, использование всей силы закона против крайних и наглых форм потребительства — хищений, взяточничества, спекуляции.

Но далеко не все те, кого в той или иной степени затронула «вещная болезнь», вступают в конфликт с советскими законами, с нашим Уголовным кодексом. Мещанин, человек с куцыми потребительскими устремлениями, необязательно жулик, хотя ущерб, который он причиняет собственному духовному и нравственному здоровью, общественным интересам, — велик. Ведь сколь ни малочисленно при социализме племя потребителей,

---

<sup>1</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 35, с. 200.

оно, будучи само частью социальной среды, оказывает определенное негативное влияние на общество, в меру своих сил «формирует» его, воспроизводит себе подобных.

Вообще, 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, созидającego всесторонне развитую, высоконравственную и высокоинтеллектуальную 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, питающих материальный и духовный «вещизм». Чтобы предостеречь и уберечь от него людей, чтобы вытащить из мещанского болота тех, кто по какой-либо причине туда угодил, необходимо формировать интересы и потребности личности. Со всей определенностью это было подчеркнуто на XXVI съезде КПСС, на июньском (1983 г.) Пленуме ЦК партии. Совершенствование социального бытия и совершенствование сознания — это диалектическое единство взаимозависимостей. Точно так

же, как социализм целенаправленно поднимается его строителями к новым высотам зрелости, должен целенаправленно и активно изменяться сам человек.

Советский, социалистический образ жизни — синтез нового общественного бытия и нового общественного сознания — является главной преградой превращению роста потребления в самоцель, в потребительство. Он возвращает потреблению материальных и духовных благ его естественные функции, делает мерилом ценности человека не вещи, а личные достоинства, личный труд. Во все большей степени сами люди становятся носителями престижа, высшим воплощением общественного богатства.

Однако на пути завоевания полной и окончательной власти человека над вещами нас ожидает сложная и ответственная работа. Предстоит, например, преодолеть еще бытующее у некоторых людей неверное понимание главной цели всех наших планов — повышения благосостояния советского народа. Нередко благосостояние трактуется как исключительно или преимущественно материальное благополучие, а не весь спектр условий, обеспечивающих полную и полноценную человеческую жизнь.

Такой однобокий подход порождает у части населения завышенные материальные ожидания и претензии, которые не всегда подкрепляются соответствующим трудовым вкладом, ростом производительности труда, а с другой стороны, в определенной мере размывает, стирает принципиальную разницу между буржуазной и социалистической моделями потребления. В результате при сравнении двух образов жизни, по крайней мере на уровне обывающего сознания, за скобки порой оказываются вынесенными наши бесспорные социальные, духовные достижения и преимущества, а самодовлеющее значение для отдельных лиц приобретает, скажем, возможность купить автомобиль или другие престижные вещи.

Но для нас принципиально неприемлемо состязание

с «обществом потребления» по предложенным им параметрам «вещизма», роскоши, расточительного потребления, эгоистического мещанского довольства. Советскому обществу свойственны новые, не ведомые ни одному эксплуататорскому строю отношения между людьми. Мы пригляделись, привыкли к ним, считаем иногда само собой разумеющимися, чуть ли не от века данными. А ведь на непредвзятого человека из капиталистического мира, склонного кичиться «высокоразвитостью западной цивилизации», они производят порой ошеломляющее впечатление. Эти отношения, чуждые уродливому прагматизму и дедачеству, жестокости к конкуренту и сопернику в борьбе за материальные символы преуспевания, убедительно показывают превосходство обеспечиваемого социализмом качества жизни, являются выдающимся нашим завоеванием.

Процесс воспитания в антипотребительском духе совершается у нас в социальных условиях, которые в отличие от капиталистических объективно способствуют развитию человеческой личности, а не разрушению ее. При всей реальности зла потребительства и недопустимости его недооценки в социалистическом обществе важно вместе с тем видеть огромную разницу и в масштабах, и в характере, и в будущем этого явления в рамках двух противоположных социально-экономических формаций.

В капиталистическом мире потребительство — неизлечимый недуг, глубоко поразивший всю частнособственническую систему, свидетельство ее враждебности духовной культуре, ее шейлоковской готовности принести на алтарь наживы трепещущее сердце, мозг, живую душу человека. Для социалистических стран — это проявление недостаточной зрелости первой фазы коммунистического общества, когда наряду с проблемами, неизбежными для нынешнего этапа, сохраняются еще и проблемы, оставшиеся нам от вчерашнего дня. Они пре-



одолеваются на пути совершенствования новых общественных отношений, восходящего движения по ступеням духовной и нравственной культуры.

Рост материального достатка в условиях господства общественной собственности на средства производства, развитие социалистической демократии, расширение возможностей для всестороннего самоутверждения каждого человека в труде ликвидируют объективные причины потребительства, вещного фетишизма. Глубокое усвоение людьми марксистско-ленинской идеологии, коммунистической морали, мировой духовной культуры, активное включение их в социальное творчество и подчинение универсального развития своей индивидуальности общественному благу устраняют яд потребительства из сферы субъективного — сознания, нравов, поведения людей.

В этом процессе воспитания 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 вред им. Неотъемлемой и актуальной прежде всего для молодежи частью широкой задачи воспитания разумных потребностей, борьбы с проявлениями «вещизма», потребительства вообще предстает формирование разумного отношения к моде.

## Глава VIII

### НА ВОЛНАХ МОДЫ

#### ГАНГСТЕРЫ И «ФИРМОМАНЫ»

В начале 60-х годов американское издательство «Сильвер Бурдет компани» выпустило книгу «Что представляет собой коммунизм?», которая была рекомендована в качестве учебного пособия школьникам и студентам штата Нью-Йорк. Авторам очень хотелось убедить себя, а пуще всего читателей в том, что «конец коммунизма» не за горами. Во всяком случае, они усмотрели «добровольный отход от марксизма в России», подтверждением чему служат... джинсы. Мода на прошитые тexasские брюки, перешагнувшая границы Северо-Американского континента и распространившаяся по всему миру, рассматривалась в этой книге как свидетельство притягательности для молодых поколений социалистических стран «западной культуры», «западного образа жизни».

Минуло более двух десятилетий. Джинсы прочно заняли место в нашем гардеробе среди практичных и удобных вещей, ничуть не поколебав при этом наших нравственных и политических устоев. Не лишне вспомнить тут, что подобное же победное шествие по планете русских сапожек не произвело переворота в сознании тех, кто их с удовольствием носит, в том числе жен и дочерей тexasских миллионеров.

И можно, конечно, посмеяться над утратившими чувство реальности буржуазными идеологами, узревшими в популярности ковбойского одeaния предзнаменование господства звездно-полосатого флага, превосходство «всего американского», сиречь капиталистического. Однако несбыточность надежд с помощью джинсов повернуть вспять человеческую историю вовсе не делает безобидными попытки политических гангстеров использовать потребительские товары как средство экспорта чуждого

нам отношения к жизни. Об этом шла речь выше. Все те, кто лелеет подобную мысль, уповают на способность вещей выполнять в определенных обстоятельствах функции, далеко выходящие за пределы их прямого назначения. Особую, иногда чрезвычайно важную роль в этих превращениях играет мода, о которой мы и поговорим.

Что же стоит за модой, столь обычной и вместе с тем таинственной, которая при самом разном к себе отношении — серьезном и ироническом, раболепном и презрительном, импульсивном и спокойном, восторженном и безразличном — так или иначе затрагивает каждого из нас, побуждает даже самых консервативных вносить изменения в свою одежду, в свою жизнь вообще в соответствии с господствующими веяниями, вкусами, капризами?

Психологи и социологи утверждают, что мода как фактор перемены новизны служит защитным механизмом от монотонности существования, повторяемости впечатлений, предоставляет людям возможность удовлетворить потребность в психической разрядке и тем самым избежать стресса. В то же время, и в этом заключается один из парадоксов моды, она защищает человека и от «избытка» впечатлений, их калейдоскопической и хаотической разноголосицы, «упорядочивает новизну», сводя меняющиеся вкусы и увлечения в одежде, предметах быта, в стиле поведения и т. д. к более или менее массовому стереотипу. Следуя очередному модному стандарту, мы стабилизируем свой образ жизни в бурном потоке изменений, экономим время и энергию на более важные занятия, нежели размышления по поводу того, что из новинок купить, что надеть, чему отдать предпочтение.

Таким образом, мода помогает людям и служит им. Но она же включает в себе и немалый риск для некоторых из нас. Сопряжен он с тем, что, в известной мере лишая человека части самобытности, обезличивая, уподобляя его всем, кто принял диктуемые ею образцы по-

ведения, мода предоставляет возможность (вот еще один ее парадокс!) подчеркнуть свое отличие от других, обратить на себя внимание. Иными словами, в ней может найти отдушину стремление индивида утвердить себя, повысить свой престиж.

Притягательность такого чисто внешнего способа самоутверждения объясняется его доступностью. От человека в этом случае не требуется больших творческих усилий, труда «души», заботы о своем интеллектуальном и нравственном росте. Чтобы выделиться, ему достаточно надеть на себя модную вещь. Понятно, что это примитивный, суррогатный способ проявления и утверждения своего «я». Не случайно люди, живущие насыщенной духовной жизнью, отличающиеся богатыми интересами и потребностями, во все времена были более чем равнодушны к причудам моды. Создатель теории относительности Альберт Эйнштейн опередил свою эпоху не только в физике, но и в повседневном костюме. В годы, когда в одежде «культурного человека» доминировали фрак, смокинг, сюртук, великий ученый отдавал предпочтение скромной шерстяной кофте.

Свитер, универсальные по своему назначению и изобавляющие от многих забот джинсы — это прежде всего удобно. А если к тому же вещи добротны и красивы, то можно только порадоваться, что они еще и модны. При этом место их изготовления может иметь лишь один рациональный смысл — косвенно указывать на качество, степень добротности. Глупо осуждать человека за то, например, что он носит джинсы модной фирмы, отдав им предпочтение перед другими, у которых, скажем, и фактура ткани хуже, и покрой менее удачен, и отсутствуют прочие утилитарные и эстетические достоинства. Но всегда ли, для всех ли иностранная этикетка на той или иной вещи всего лишь гарантия ее высокого качества и ничто больше?

Кому не известны «модные» мальчики и девочки, а также вполне взрослые дяди и тети, для которых самое

важное и заветное в вещи, делающее ее объектом сладостных мечтаний и азартной охоты, — именно импортный ярлык. Бывает, «фирмоманы» несут материальный ущерб, когда ловкие проходимцы всучают им по фантастическим ценам черного рынка отечественную продукцию, снабдив ее этикетками иностранных фирм. Однако куда серьезнее сопряженные с погоней за импортными тряпками потери нравственные и духовные. Ведь тот, кто готов бездумно носить на своей одежде любую нашивку, любую этикетку или надпись, лишь бы они были на чужом языке, не только роняет собственное достоинство, но и оскорбляет достоинство страны, в которой живет.

В наших газетах появляются порой заметки о юных «оригиналах», которые разгуливают по улицам советских городов то в форме американского морского пехотинца, то летчика ВВС США с нашивками за участие в военных действиях. Самодовольным от сознания собственной исключительности недорослям и в голову не приходит, что, может быть, в этой самой форме бомбили мирные города, жгли напалмом детей. Антикоммунистов, мечтающих о том, чтобы протащить в нашу страну вместе с «фирменным» товаром и определенную систему взглядов, могут порадовать и те, пусть весьма немногие парни и девушки, которые не нашли лучшего способа быть «красивыми» и «непохожими», чем рекламировать на своих майках, рубашках, куртках, вязаных шапочках изображение флага государства, чьи руководители не скрывают сегодня своих милитаристских устремлений, проводят откровенно антисоветскую политику, враждебную миру, прогрессу, надеждам человечества на будущее без ядерной катастрофы.

Речь, разумеется, не идет о том, чтобы бросаться в крайности, игнорировать факт интернациональности современной моды, во что бы то ни стало демонстрировать в стиле и выборе одежды «квасной» патриотизм. В то же время понимание того, что мода отнюдь не

всегда политически нейтральна и способна быть идеологическим оружием, элементом «социологической пропаганды» классового противника, требует соответствующего к ней отношения.

Стремление одеться красиво и хорошо естественно. Никакая вещь не повредит человеку, если это только вещь, а не средство продемонстрировать окружающим свое «я». Ибо «я», отождествляемое с «фирменной» наклейкой, может в конце концов слиться и с более широким спектром ценностей, которые такая наклейка символизирует. Наши недруги, хватающиеся за джинсы в отчаянной и безнадежной попытке «потеснить» марксизм, рассчитывают на изъяны в политической и нравственной культуре советской молодежи. Нравственная глухота — питательная почва для некритического восприятия моды. А последняя может стимулировать одностороннее, ущербное удовлетворение потребностей, которое принимает иногда антиобщественные формы.

У дурной моды те же корни, что и у потребительства. В обоих случаях вещи подчиняют себе человека, а не являются его добрыми друзьями и слугами. На первый план в них выступают не полезные свойства, а, например, высокая цена, способность вызывать зависть, придавать их обладателю признаваемый в определенном кругу людей престиж. Этими качествами отличается, разумеется, не только «фирменная» одежда.

Сегодня, например, иными людьми признается хорошим тоном надевать на себя побольше украшений из золота. Даже те, у кого отнюдь нет избытка денег, подчас стремятся непременно приобрести золотую вещьцу, хотя для этого и приходится отказаться от покупки более необходимой вещи. Может быть, самое тревожное в этом «позолоченном» престиже то, что он показался заманчивым и для части молодежи, подростков. Приходится порой слышать, как старшеклассницы завистливо ахают вслед своей подружке, которая «ходит вся в золоте». Не устояли и представители «сильного пола». Золо-

тая печатка, смотришь, украшает далеко не всегда блестящий чистотой перст какого-нибудь юнца, а шею другого обвивает золотая цепочка.

Золотой блеск, как и фирменный «знак отличия», манит прежде всего тех, для кого обладание «престижными» предметами представляется возможностью выглядеть значительнее в глазах окружающих, продемонстрировать свою незаурядность, «умение жить», компенсировать отсутствие действительно заслуживающих уважения качеств. Вовсе не красота привлекает многих сегодняшних любителей «золотишка». Тут они явно лукавят. В самом деле, какое отношение к красоте и совершенству имеют массивные купеческие кольца и перстни, лишенные изящества и отличающиеся лишь размерами цепочки и браслеты, которые к тому же надеваются нередко все сразу, как игрушки на елку?

Нельзя, конечно, исключить и ту причину, что для части людей золотые вещи — это выгодный способ вложения накоплений; поскольку «благородные» металлы имеют тенденцию к удорожанию. Но все-таки в социалистическом обществе не эта причина в большинстве случаев побуждает видеть в золоте нечто большее, нежели просто ювелирное украшение. Для охваченного потребительским ажиотажем человека самодовлеющее значение приобретает желание получить хотя бы временно недоступное другим. В силу своей дорогой цены или дефицитности «фирменные» вещи, некоторые другие товары и оказались объектами поддерживаемой потребительскими страстями моды.

Подобный потребительский крен таит в себе немалую опасность для нравственного и духовного здоровья любого человека. Но наиболее пагубно сказывается он на юных. Блага, которые так трудно порой доставались старшим поколениям, иные избалованные папами и мамами чада склонны воспринимать как должное. «Иметь все», не считаясь с материальным достатком семьи, становится в ряде случаев не только их ведущим желанием,

но и требованием, удовлетворить которое, по их мнению, родители просто обязаны.

По данным социологических исследований, сегодня рост затрат на детей в значительном числе семей почти в два раза превышает рост доходов. Это означает, что взрослые экономят на себе, считая нужным во что бы то ни стало удовлетворить любые запросы сына или дочери. Оправданием чаще всего служит формула ложно понятого престижа: «У других детей есть, а наш ребенок не хуже».

Не нужно обладать большой прозорливостью, чтобы увидеть всю порочность этой формулы. Согласно ей человек меряется набором принадлежащих ему благ, а не тем, что, собственно, составляет его личность. По существу, отрицается наличие у него качеств, которыми он ценен сам по себе, независимо от того, есть у него те или иные вещи. Не здесь ли источник убеждения части молодых людей, что без импортных джинсов, батников, блейзеров и прочего, без так называемого джентльменского набора они *хуже* тех, у кого все это есть? И не из упомянутого ли источника рождается их нелепая и позорная уверенность в своем «превосходстве» над сверстниками и друзьями только потому, что семейный достаток позволяет делать неординарные покупки?

Проникшись сознанием, что никак нельзя быть «хуже других», заявляется в школу девчушка в золотых серьгах. А кто-то из ребят, глядишь, щеголяет в дорогом кожаном пальто. Выделившись таким образом, они начинают связывать внимание к своей персоне со стороны окружающих, самоуважение исключительно с внешними атрибутами. Черты собственного внутреннего мира становятся для них чем-то второстепенным. Неудивительно, что со временем для таких молодых людей увеличивается притягательность приобретения и накопления вещей, бездумной погони за модой, поощряющей потребительские страсти. Неудивительно и то, что в семьях с ориентацией на престижное потребление дети нередко рас-



тут эгоистами с гипертрофированными потребностями, чаще встают на безнравственную стезю ради достижения превратно понимаемого «богатства».

Воспитание в семье — исключительно важная, но, разумеется, не единственная сфера, где закладывается и формируется разумное или, напротив, неразумное отношение к моде. То, чем станет она для человека, во многом зависит от него самого. Истинно человеческий подход к ней — это и результат самовоспитания, которое продолжается у каждого из нас в течение всей жизни.

Разговор о потребительской моде будет неполным, если не упомянуть о таком на первый взгляд противостоящем ей явлении, как «антимода». Выражается она в подчеркнутом пренебрежении к своему внешнему виду. Тому, что признается большинством общества нормой в одежде, противопоставляется шокирующий стиль: нарочито обшарпанные и застиранные джинсы, грубо залатанные свитеры, замызганные балахоны, «жеванные» шляпы, сумки из дерюги... Будь перед нами действительно борцы с «вещизмом», они, несмотря на их экстравагантную экипировку, могли бы даже вызвать симпатию. Но дело в том, что никакой борьбой с потребительством тут и не пахнет.

В моде на обноски нет ничего радикально отличного от моды на «шикарные» вещи. Только потребительские принципы торжествуют в ней в более извращенной, антиэстетической форме. Лохмотья становятся изысканным дефицитом, символом престижа, акцент с личности перемещается на вещи. А такое отношение к ним и есть потребительское — независимо от того, что является объектом вожделения: добротное изделие из прекрасной ткани или рубище, место которому на свалке.

Красивых, полезных, совершенных, помогающих развитию личности вещей становится в нашем быту все больше. И, право же, хорошо, когда золотое украшение перестает быть для представительниц прекрасного пола

чем-то из ряда вон выходящим, когда сегодняшний подросток видит в магнитофоне или стереопроекторе обычные и прочно вошедшие в наш обиход предметы. Неразумно и смешно выступать против каких угодно вещей только потому, что они могут стать объектами аномальной моды, уродливого потребления. Аскетическое пренебрежение к материальным благам чуждо нашему социалистическому обществу не меньше, чем самодельный культ материального преуспевания.

В конечном счете проблема состоит не в том, сколько у человека вещей и какова их цена. Вопрос в том, чем они для людей являются, какими способами приобретаются, какую социальную функцию выполняют. Ясно, что если покупка делается с целью «произвести впечатление», вызвать чью-то зависть, если она становится средством самоутверждения, демонстрации материальных возможностей, «превосходства» над теми, у кого таких возможностей нет, то ничего, кроме вреда моральному здоровью, от такого приобретения не будет.

Нередко, когда речь заходит о вызывающей нездоровый ажиотаж моде, имеются в виду только противоречивые формы отношения к материальным благам. Между тем при этом остаются в стороне скрытые, утонченные, изощренные формы «вещизма». Опасность, зло потребительства многократно возрастают, когда в поле его разрушительного влияния оказываются вовлеченными продукты интеллектуального труда, знания, наука и искусство, чувства дружбы, любви, другие человеческие отношения.

Выяснение истоков интеллектуальной моды, которая зачастую является выражением «духовного вещизма», позволяет не только составить более полное и верное представление о сущности потребительства, но и шире взглянуть на проблему престижа. Ведь стремление выглядеть значительнее в глазах окружающих может оказывать на личность и в высшей степени положительное воздействие, стимулировать ее эстетические, нравствен-

ные, интеллектуальные искания, развитие творческих интересов и потребностей. Все дело в том, с чем именно связывает человек самоуважение и желание добиться признания.

## ДУХОВНОСТЬ ПРОТИВ ПСЕВДОДУХОВНОСТИ

В разных социальных системах потребительство имеет общие черты. И у петрониевского Трималхиона есть наследники не только в «обществе потребления». В разбогатевшем выскочке времени императора Нерона легко рассмотреть и черты, свойственные некоторым людям в социалистическом обществе, для которых объекты духовного потребления превращаются в модные вещи, призванные засвидетельствовать принадлежность к интеллектуальной среде, к кругу избранных.

Известно, как авторитетны и уважаемы в нашей стране культура, образование, творческий труд. И вот потребитель со своей узкой вещной меркой вторгается в обитель человеческого духа. Движимый стремлением казаться, а не быть, озабоченный не совершенствованием своей личности, а созданием личины эрудита, знатока литературы, ценителя прекрасного, он рьяно скупает книги, хотя ценит в них не содержание, а рыночную стоимость и сложность «доставания». Он рвется на концерты, спектакли, художественные выставки, но только такие, на которых «престижно» побывать, которые являются объектом моды. Не имея ни склонности, ни таланта к научной работе, он всеми правдами и неправдами добивается научных степеней, дабы возвыситься над другими, урвать для себя частицу того уважения и достатка, которыми заслуженно пользуются в нашей стране ученые.

Даже высшая из всех ценностей — человек — рассматривается потребителем как разновидность ширпотреба. Ведь есть, к сожалению, и такие, что знакомятся и водят дружбу не с людьми, а, если можно так выра-

зиться, с должностями, званиями, окладами. Для них авторитетна не личность с ее чувствами и мыслями, неповторимостью внутреннего мира. Их привлекают в людях 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.

Как и мода на вещи, погоня за символами престижа в духовной сфере не имеет постоянного «предмета любви», привязанности. В ней нет того живого, трепетного чувства, которое делает пристрастие к искусству, культуре, знанию глубоким, стойким, не зависящим от случайного каприза, от конъюнктуры, все равно сугубо денежной или прикрытой «идейным» флером.

В последние годы все мы были очевидцами неоднократных смен интеллектуальной моды, когда повальное увлечение одним именем в литературе уступало место шумному восхищению другим, а то вдруг резко возросло число почитателей русской старины... Одни утверждали таким образом свою «интеллигентность», создавали для себя «интерьер духовности», другие, пряча за эстетическим шиком корысть, бойко торговали «непреходящими ценностями», третьи сочетали обе названные цели. И в этом сочетании нет ничего неожиданного.

Мода на «духовность» мало затрагивает, к примеру, тех, кто ценит в любых книгах их содержание, или тех, кто, собирая произведения живописи, глубоко знает и понимает искусство и не извлекает из своего занятия никакой материальной выгоды (многие настоящие коллекционеры — бесребреники, как правило, передающие и завещающие свои бесценные собрания в общенародное пользование). Вообще, превращение интеллектуального багажа в подобие чемодана с модным платьем редко когда служит действительному внутреннему богатству, зато часто смыкается с торгашеским отношением к созданиям человеческого духа, выступает формой потребительства. Ведь для потребительского сознания, и

духовность не более чем вещь, а вещь — цель и смысл бытия, идол, сжигающий в своей бездуховной плоти живую человеческую душу.

У поклонника интеллектуальной моды много любимых коньков, на которых он гарцует, чтобы выигрышно подать себя. В литературе, музыке, живописи, театре, кино, философии — решительно во всем для него нет «белых пятен», всюду он демонстрирует свою осведомленность, блещет «эрудицией», сыплет именами и «умными мыслями». Однако тщетно было бы искать за фейерверком его «модного треп» что-либо, кроме желания поразить. Нет за ним ни истинного знания, ни истинной культуры — прошедших через сердце, перевернувших душу, побудивших быть честнее, добрее, лучше, полнее жить, ощутить кровную сопричастность эпохе. Будучи вынужденным прибегать к сравнительно трудоемким и требующим хотя бы поверхностных знаний способам утверждения своей неординарности, принадлежности к «духовным личностям», пытающийся не отстать от времени мещанин выработал и способы более «экономные». Порой, чтобы прослыть человеком утонченным, книжником, ему бывает достаточно где-то вскользь заметить, что у него есть «весь Монтень».

Может быть, именно аномальное отношение части людей к книге, столь ценимой и почитаемой в нашем обществе, наиболее явно обнаруживает сегодня как пороки духовного «потребительства», так и сложность, неоднозначность проблемы борьбы с ним. Дело в том, что вспышка «вещизма» в сфере, которая, казалось бы, всем своим существом отрицает его, произошла на фоне воистину небывалого, жгучего, повсеместного интереса к художественному слову, к театру, музеям и выставкам, в обстановке бурного увеличения числа людей, действительно стремящихся к вершинам духовной культуры.

Известно, тех, кто приезжает в Советский Союз, всегда поражает большое количество читающих людей. Человек с открытой книгой в руках в вагонах метро, на

скамейках бульваров — обычное явление для нашей страны. При самых больших в мире тиражах книг многие издания расходятся у нас почти мгновенно, большой удачей считается подписаться на собрание сочинений классика отечественной или зарубежной литературы.

В то время как в капиталистических странах все больше падает спрос на художественную литературу, за исключением разве бестселлеров, у нас при постоянном росте выпуска книг не уменьшается острота их дефицита. Редко в какой советской семье не увидишь сегодня полок с книгами. Противоположная картина в «обществе потребления». Например, в домах американцев, даже считающих себя интеллигентами, практически отсутствуют библиотеки, нет потребности общения с книгой. Здесь серьезную литературу, по свидетельству западной прессы, читает не более двух процентов населения.

Мы по справедливости гордимся бесспорными доказательствами благородной духовной жажды советских людей, постоянным расширением многомиллионной читательской аудитории. В то же время нельзя не видеть, что сформировался и довольно-таки причудливый тип нечитающего фанатика книги. Он с упоением украшает жилище «настенными коврами» из цветных корешков, облагораживает свое реноме «умным дефицитом». Это ему принадлежат встречающиеся в картотеках отделов обмена при книжных магазинах записи типа: «Книга требуется только в зеленой обложке». Для некоторых нынешних собирателей домашних библиотек стоящая книга не та, которую стоит прочесть, а та, которая больше стоит.

Само по себе обладание книгой, как и любой другой вещью, предназначенной для удовлетворения культурных потребностей, не прибавляет ее владельцу ни грана духовности. Одно из стойких заблуждений гонящегося за модной «духовностью» мещанина состоит в том, что можно, как он полагает, сначала создать определенные

материальные предпосылки для внутренне богатой, творчески наполненной жизни, скажем, скопить денег, купить кооперативную квартиру, дачу, обзавестись библиотекой, стереосистемой, развесить в доме картины, а уж тогда духовно развиваться, полной мерой вкушать эстетические, интеллектуальные и вообще возвышенные удовольствия.

Тот, кто считает главным в жизни умение брать и в то же время полагает, что это умение может в конце концов послужить его духовному развитию, попадает в трагическое, разрушительное для личности противоречие. Ибо многократно подтвержденная жизнью истина состоит в том, что эгоизм и духовность — «две вещи несовместные». Корысть никогда не обладала возвышающей силой, даже если паразитировала на живом древе искусства. Книги и картины в доме себялюбца мертвы, потому что художественные откровения не дойдут до сердца, убаюканного сознанием эгоистического довольства, равнодушного к заботам, радостям и горестям других людей.

Богатство внутреннего мира — это не то, что можно приобрести за деньги, позаимствовать, присвоить в готовом виде, чему легко научиться. Это тем более не то, что может взрасти на ниве благополучия, достигнутого ценой сделок с совестью, отступлений от нравственности.

Человек, откладывающий «на потом» жизнь немелочную, духовно богатую ради того, чтобы добиться прежде положения, встать на ноги, делает первое попросту невозможным. Логика потребительства такова, что она не только постоянно отодвигает в будущее возделенную обеспеченность, но и привносит в способы ее достижения растущую нахрапистость и аморальность, безжалостно растаптывает все лучшее в человеке.

Ни на одном из своих этапов отпущенная нам жизнь, в том числе и пора молодости, не может быть «черновым вариантом», замусоренной и избыточной недодел-

ками стартовой площадкой для последующего блистательного взлета. «Временные» нравственные компромиссы имеют свойство обращаться в постоянные, все подчиняющий денежный расчет втискивает необозримое богатство мира в размер замусоленной рублевки, а духовные потери уподобляют душу человека нищенской суме, с которой он выклянчивает подаяние у обывательской моды и «престижных» вещей.

## СВЕТ СОЛНЦА И МЕРЦАНИЕ СВЕТЛЯЧКА

В чем же суть верного отношения к моде и к престижу? Что нужно для того, чтобы они не превращались в синоним культа вещей, не становились возбудителями разрушительной душевной проказы?

Мода и престиж займут надлежащее им место в шкале человеческих ценностей, если в шкале человеческих желаний стремление давать будет стоять выше желания получать. Такова, думается, краткая формула гармонии моды, престижа, личности. Конечно, здесь имеют немалое значение и вкус, и общая культура, и сила характера, стойкого или податливого перед напором массового стандарта, повального увлечения. Однако потребительство, бездуховность — главные виновники смещения самого представления о том, что подвластно моде, а что составляет вечную, непреходящую ценность, не зависящую ни от каких модных веяний.

Как-то в одной из молодежных газет мне попались на глаза такие строки: «Я — студент, 21 год, жена тоже студентка. Скоро нас будет трое. Сначала я свою семью поставлю на ноги и буду иметь все — пусть даже на это уйдет вся моя жизнь. Потом уж буду думать о других. А бескорыстие уже не в моде...»

В этом категоричном заявлении не все, наверное, надо принимать всерьез. Тон его скорее всего драматизирован обстоятельствами временными: в молодой семье



ождается пополнение, неизбежны новые заботы, в том числе и материальные. На этом фоне острее представляются и сложности продолжения учебы, и необходимость в чем-то себе отказывать, и бытовая неустроенность, и понятный у студентов недостаток денег... Тут недолго в жестком, эгоистичном, «трезвом» практицизме увидеть спасительное решение всех ставших вдруг обнаженно реальными жизненных проблем. И задиристая непреклонность — способ оправдаться перед собой, защитить уязвимую в моральном отношении точку зрения. А в запальчивости чего не скажешь. Ведь если всю жизнь заниматься собой и лишь потом думать о других, то последнее окажется возможным только при условии существования загробной жизни.

Но вот слова о том, что бескорыстие, дескать, теперь не в моде, — это уже серьезно, в каком бы дурном настроении они ни были произнесены. Это допущение моды на человеческое «я». Выходит, один день можно быть добродетельным, а на другой посчитать это «несовременным»; сегодня исповедовать одни нравственные, политические и идейные принципы, а завтра объявить их не соответствующими моде и поменять на противоположные. По существу, речь идет об оправдании цинизма, безыдейности, хамелеонства.

Доброта, благородство, ум, честность, порядочность — все качества, которые определяют человеческое в человеке, могут быть «немодными» лишь в обществе, в котором «немоден» сам человек. Так оно и есть в капиталистическом мире, в котором господство денег и вещей перевернуло всю систему ценностей с ног на голову. В «Немецкой идеологии» К. Маркс и Ф. Энгельс отмечали, что «как эгоизм, так и самоотверженность есть при определенных обстоятельствах необходимая форма самоутверждения индивидов»<sup>1</sup>. Необходимой формой самоутверждения в условиях капиталистической

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 3, с. 236.

конкуренции является индивидуализм, который эгоистичен по своей сути. Какой бы внешне различный вид он ни принимал, его мотивы, движущие силы, направленность имеют один нравственный смысл: добиться удовлетворения, наслаждения, успеха, счастья только для себя. Другие люди лишь средство для достижения этой цели, на пути к которой позволительно делать их несчастными, обездоливать, уничтожать.

В условиях социализма самоотверженность, а не эгоизм превращается в необходимую форму самоутверждения индивидов. Показателем ценности человека выступает не принадлежащая ему собственность, не возможность покупать и потреблять, не материальный достаток, а полнота, с какой аккумулированные им знания, мысли, чувства, социальный опыт служат общему благу. И если говорить о коммунистическом бескорыстии, причины, его порождающие, неизмеримо основательнее любого модного поветрия.

Новое отношение к людям родилось в нашей жизни вместе с новым строем и составляет его неотъемлемую черту, его великое преимущество перед миром корысти и власти денежного мешка.

Бесчисленные проявления не претендующего на вознаграждение добра одухотворяют жизнь тысяч и тысяч советских людей. Мы привыкли к высоконравственному поведению и воспринимаем его как норму. Когда для спасения человека требуется перелить ему кровь, никого не удивляет, что всегда находятся добровольцы отдать пострадавшему свою. Бескорыстие не редкость и в ситуациях вовсе не чрезвычайных, будничных: молодые строители Саяно-Шушенской ГЭС каждый месяц посылают часть заработка в Фонд мира. Таганрогские студенты на деньги, заработанные во время летнего трудового семестра, купили автобус для ребят из детского дома...

В этих примерах зримое отражение того поведения, того душевного отклика на нужды других людей, того

уровня сознания, которые определяют нравственное развитие нашего общества. Именно в заботе каждого не только о том, что достанется ему лично и его «ближним», а «дальним», обществу в целом, видел В. И. Ленин реальное утверждение коммунизма. Обывателю с его идеалом личного довольства мудрено понять «чудаков», не взявших причитающегося им «по закону». У него вызывает неприязнь любой, кто, отмечая соображения узкой материальной выгоды, готов потратить свои трудовые рубли на общественные нужды. Ему удобно лучшие человеческие чувства и поступки объявить модой, которую хочешь — принимай, а не хочешь — отвергай.

Однако мода, самой своей природой олицетворяющая непостоянство, способность легко отрекаться от вчерашних кумиров и выбирать себе новых, допустима лишь в отношении преимущественно внешних сторон существования человека. Ее объектом могут быть вещи, вкусы, увлечения, но никак не нравственные принципы и убеждения. Полагать, что последние можно менять с той же легкостью, что и одежду, — значит не иметь ни прочных моральных устоев, ни заслуживающей уважения жизненной позиции.

Значение моды как средства формирования личности чрезвычайно ограничено. Ее стихийность, поверхностность, апелляция не к сознанию, а к эмоциям создают возможность для закрепления вкусов и потребностей, которые могут ориентировать человека на ложные ценности. Наибольшую опасность таит в себе то обстоятельство, что в принятии моды действует механизм внушения и подражания, а не убеждения. Это обуславливает некритическое восприятие модных веяний, идей, преувеличение и даже абсолютизацию их роли как в жизни отдельного человека, так и в жизни общества.

И мода на вещи, и мода на «духовность» первостепенное значение придает внешней стороне, тому, что лежит на поверхности, бросается в глаза. Если такой под-

ход торжествует в выборе платья, то большой беды нет, хотя и тут желательно приспособливать не себя к моде, а моду к себе. Именно в этом, кстати, заключается умение одеваться одновременно модно и красиво. Иное дело мода на «духовность». Положительный смысл ее может состоять только в одном: стать побудительным толчком, стимулом к переходу от внешних аксессуаров, от видимости интеллектуально богатой, духовно наполненной жизни к действительно всестороннему и гармоничному развитию своей личности.

А такое развитие означает прежде всего выход за пределы узколичного, замкнутого существования в мир общественных интересов. Обретение духовности не сумма тех или иных признаваемых «интеллигентными» поступков, форм поведения, манеры говорить и т. п. Это не прекращающаяся до последнего удара сердца работа души, продолжающееся всю жизнь трудное познание истины. Это отраженная в человеке вся сложность бытия, потребность думать, сострадать, защищать правду. Избравшему такую дорогу не надо вечно догонять кого-то, больше преуспевшего в бездумном потребительстве, не надо под кого-то подстраиваться, с кем-то состязаться, стремиться пустить пыль в глаза. Ему достаточно быть самим собой. Тогда мода и престиж становятся свободным и осмысленным выбором, а не диктаторами, навязывающими свою волю. Они принимаются постольку, поскольку выражают Личность, но ни в коем случае не заменяют ее.

Внутренне богатая жизнь — обязательно жизнь трудовая, в которой мысль деятельна, а действие освящено любовью к людям. В конце концов призвание всякого человека в том и состоит, чтобы жить для других, а тем самым и для себя. Это призвание, развитое и осуществленное, и есть духовность.

Антитезой ей является всепоглощающая забота о куце «потребительском рае». Она лишает человека иммунитета перед накатывающимися одна за другой эпи-

демиями мод, бросает в погоню за нелепыми призраками покупного престижа, создает ирреальный, выморочный мир, в котором алчность и практицизм выдаются за черты «современника», где приемлемыми становятся любые нравственные компромиссы, а чистое и возвышенное в людях подвергается осмеянию или поруганию.

Наша страна располагает постоянно растущими материальными и духовными возможностями для все более полного развития личности. И важно уметь разумно ими пользоваться. А это в конечном счете зависит от того, каковы интересы, потребности личности. Путь к торжеству разумных потребностей над неразумными совпадает с воспитанием гармоничных, творческих, социально активных людей. Это движение к вершинам интеллектуальной и нравственной культуры.

Духовно насыщенная, общественно полезная жизнь служит прочным фундаментом того уважения и признания людей, которое нельзя имитировать престижным потреблением и мимолетными символами моды. Не охотнику за «фирменной» нашлепкой и блеском золота, не салонному «интеллектуалу» и самодовольному соискателю лавров Трималхиона, а человеку с трудолюбивыми руками и трудолюбивой душой дано испытать большое человеческое счастье, которое так же отличается от иллюзорных потребительских радостей, как живительный свет солнца от холодного мерцания светлячка.

## Глава IX

### НА ПУТИ К ГАРМОНИИ

#### ДЕФИЦИТ В ДВУХ ИЗМЕРЕНИЯХ

Выяснение истоков и характера потребительских проявлений в социалистическом обществе вплотную подвело нас к ответу на вопрос: как лечить недуг? Хотя тема эта частично и затрагивалась, настала пора поговорить о ней подробнее. Относительно того, как лучше избавиться от бацилл потребительства, существуют два суждения, которые, будучи наиболее распространенными, являются в то же время и взаимоисключающими.

Первое — это, по сути, отзвук аскетического призыва к воздержанности в потреблении и ограниченности в потребностях. Сторонники данной точки зрения винят во всем «излишний» материальный достаток, «чрезмерно высокие» доходы у части населения. Они, дескать, и есть тот змей-искуситель, который ввергает неустойчивые души в грех «вещизма».

В предыдущих главах было показано, что неверно наделять благоустроенную квартиру, машину, дачу, добротную и модную одежду некой демонической силой, которая будто бы непременно «портит» человека, причиняет ущерб его нравственному здоровью. Социалистические представления о благосостоянии включают в себя и материальную обеспеченность. Важно лишь, чтобы стремление к ней не превращалось в смысл жизни, чтобы вещи не становились мерилем ценности человека, не подменяли собой его индивидуальность. Утверждать же, что обладание теми или иными вещами способно само по себе сформировать стяжателя, ненасытного в погоне за материальными благами, — значит признавать за вещами власть, которая им в действительности не принадлежит и не может принадлежать в обществе, строящем коммунизм.

Согласно второму суждению потребительские стра-

сти вызываются недостаточным обеспечением людей, оставанием материальных возможностей, производства, торговли от потребностей. Короче, виноват дефицит. При этом приводятся кажущиеся бесспорными аргументы. В самом деле, потребительский ажиотаж вызывают преимущественно вещи, которые пока еще не всегда есть в продаже. Товарами же, выбор которых велик, никто не спекулирует, не запасает их сверх необходимого, да и престижных функций эти вещи практически лишены. Отсюда делается вывод, что достаточно избавиться от дефицита, как исчезнет почва, питающая «вещизм», проблема формирования непотребительского, истинно человеческого отношения к материальным и духовным благам будет решена.

Возразить сторонникам этой точки зрения можно очень просто. Ведь тот, кого гонит в магазин дух потребительского соперничества, часто сам, если можно так выразиться, изобретает дефицит. Общедоступное не интересует его. Предложи ему сегодня какой угодно широкий выбор благ, он обязательно отыщет нечто такое, что пока является редкостью, превратит это редкое, дефицитное благо в показатель «ценности» того, кто им обладает, в необходимый атрибут «уважаемого человека», в объект своего вожделения. Даже тогда, когда реальный дефицит отсутствует, престижное потребление искусственно воспроизводит его как стремление обладать тем, чего нет у других, что может быть объектом чьей-то зависти.

Но дефицит имеет и иное, отнюдь не престижное значение. И тогда он затрагивает насущные интересы очень многих людей, о которых никак не скажешь, что они одержимы потребительством. Если любого из этих людей спросить, каково их отношение к существованию реального дефицита, ограниченной возможности купить ту или иную вещь, воспользоваться тем или иным благом, то можно не сомневаться, что оценка подобных фактов будет самой нелестной.

Такая негативная реакция понятна и справедлива. Развитая социалистическая экономика должна все более полно удовлетворять насущные потребности людей в продуктах питания, одежде, жилье, предметах обихода. Для этого у нас есть многое: мощная индустрия, передовая научно-техническая база, высококвалифицированные работники. За последние годы значительно повысилась степень технической оснащенности и комфортности нашего быта. И все-таки еще приходится сталкиваться с ограниченностью выбора товаров народного потребления, низким их качеством.

Наша партия принимает строгие меры к устранению этих недостатков, требует находить и наказывать виновников каждого дефицита, порожденного халатностью, безответственностью, головотяпством, стремлением припрятать товар, чтобы затем втридорога продать его с «черного хода». Намечены конкретные шаги по решительному пресечению махинаций с дефицитными товарами, по активизации борьбы органов милиции со всеми формами злоупотребления в этой сфере, по усилению рабочего контроля.

Однако всякий ли дефицит можно устранить раз и навсегда? Представим себе, что все предприятия, выпускающие, скажем, обувь, делают ее превосходно, на любой вкус и в достаточном количестве. Но вот появляется модель, которая становится наиболее популярной. Сразу изготовить новых изделий столько, чтобы хватило всем желающим, невозможно. Кто-то купит их первым, а кто-то должен будет подождать. При большом выборе вещей и при отменном их качестве дефицит тем не менее налицо. Здесь мы сталкиваемся с существующим объективно, независимо от воли и желаний отдельных людей, противоречием между производством и потреблением.

Многие века человек не мог даже и подумать о таких, например, вещах, как фотоаппарат или магнитофон. Понадобился колоссальный технический и экономический



мический взлет, чтобы возникла потребность в сотнях окружающих нас ныне предметов. Потребность в этом смысле следует за производством. В то же время само производство является следствием той или иной потребности, производит то, что людям хотелось бы иметь. Получается, что оно и создает потребности и создается, стимулируется ими, выступает одновременно и причиной и следствием.

Это диалектическое противоречие возникает потому, что в процессе удовлетворения рожденной производством потребности у людей возникают новые запросы, которые не только расширяются, умножаются количественно, но преобразуются качественно. В новом своем качестве они ставят иные задачи перед производством. И нет предела, где бы человек мог остановиться и сказать себе: «Довольно, все мои желания удовлетворены сполна». Постоянное возобновление такой неудовлетворенности направляет человечество вперед, сообщает бесконечность общественному прогрессу. Если бы этого не было, то современный человек недалеко ушел бы от своего первобытного предка.

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 жа-

ловался. 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 невозобновимых 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 силу их непрерывного качественного преобразования, замещения одних другими они не могут быть удовлетворены одновременно в массовом масштабе. Какой бы ступени развития ни достигло производство, между желаемым и доступным всегда сохранится определенная дистанция, которая, исчезая на одном уровне благосостояния, будет появляться на другом, более высоком. Пружина, «вечный двигатель», не дающие доступному догнать желаемое и полностью совпасть с ним, сокрыты в действии *всеобщего закона возвышения потребностей*, который выступает 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 осуществля-

ют 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, формируют у себя органы для более сложных, богатых, утонченных потребностей. «...Только музыка пробуждает музыкальное чувство человека; для немзыкального уха самая прекрасная музыка не имеет никакого смысла... Для изголодавшегося человека не существует человеческой формы пищи, а существует только ее абстрактное бытие как пищи...»<sup>1</sup>.

Закон возвышения потребностей действует во всей человеческой истории, во всех общественно-экономических формациях, в материальной и духовной сферах. Редкое становится распространенным, экстравагантное — обычным, доступное немногим — общедоступным. В начале нашего века автомобиль был шикарнейшей 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 вечно 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.

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 121—122.

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 фактом своего существования. Но при капитализме процесс возвышения потребностей неравномерен, ограничен, односторонен, он прокладывает себе путь лишь как тенденция среди мощных противодействующих сил, встречных течений.

Всякое развитие трудящихся за порогом узкокорыстных интересов большого бизнеса искусственно сдерживается. Как и прежде, только правящая элита, монополизировавшая сферу интеллектуальной и управленческой деятельности, беспрепятственно может развивать свои способности, удовлетворять любые потребности. Массы людей в «обществе потребления», хотя их запросы расширились, вынуждены довольствоваться несоразмерно 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 возросшими общественными потребностями и насильственно урезанными возможностями их удовлетворения, у большинства

жителей капиталистического Запада, кроме постоянного недопотребления 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 удается 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 — путем приобретения вещей.

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.

В социалистическом обществе 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 обще-

стве 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.

Но и тогда, когда отсутствуют социальные условия и причины, мешающие полному и всестороннему проявлению закона возвышения потребностей, проблема дефицита, как отмечалось, не снимается с повестки дня. Больше того, в известном смысле развитие производительных сил общества, социальный прогресс *обостряют* ее, раздвигают ее рамки. Ведь если потребности в любой исторический момент богаче возможностей их удовлетворения, то, стало быть, наряду с устранимыми нехватками всегда будут и такие, с которыми не под силу совладать никакому сколь угодно высокому уровню производства и обеспеченности благами.

Для тех, кто видит в существовании дефицита чуть ли не главную причину потребительства, этот вывод не сулит ничего утешительного. Ибо, следуя их логике, нужно признать, что потребительство, культ вещей неискоренимы. В действительности же подобная логика является плодом распространенного заблуждения, когда причина принимается за следствие, внешняя сторона явления представляется его сущностью. Как потребительство порой неверно отождествляется со стремлением пользоваться разнообразными материальными благами, иметь в своем распоряжении больше вещей, так и дефицит нередко приравнивается к абсолютной нехватке чего-либо.

Между тем все сказанное о дефиците выше позволяет приоткрыть завесу над его истинной природой. Хотя он имеет несомненную связь с количеством и качеством всего того, что может быть объектом человеческих потребностей, фиксирует отсутствие или недоста-

ток чего-либо, главное в его характеристике другое. Это отраженные в нем общественные предпочтения и приоритеты, касающиеся всевозможных ценностей и потребностей и типичные для определенных социально-исторических условий, а в конечном счете — *отношение* людей к потребляемому и друг к другу.

В той мере, в какой со становлением новых отношений между людьми меняется содержание понятия «богатство», выражением которого становится универсальная развитость человеческих способностей, новым смыслом наполняется и понятие «дефицит». «*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*»<sup>1</sup>. И эта нужда, этот никогда не утоляемый до конца «голод» на полноту саморазвития и самовыражения и 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»<sup>2</sup>.

Прогресс человечества неразрывно сопряжен с возникновением бесконечно и одновременно с самим человеком возвышающихся дефицитов. Чем выше социальная ступень, на которую поднимаются люди в своем историческом творчестве, чем полнее удовлетворяются их потребности в продуктах и услугах, тем больше перемещаются дефициты в сферу интеллектуальных, эстетических, нравственных потребностей личности, тем ограниченнее становится социальная база для аномального, ущербного отношения к потребляемым благам как средству самоутверждения.

Человек высокой культуры, с богатыми, всесторонне развитыми потребностями разумно и спокойно относит-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 42, с. 125.

<sup>2</sup> Там же.

ся к тому факту, что не только в социалистическом, но и в коммунистическом обществе осуществление человеческих желаний никогда не уподобится сказочному «по моему хотению, по моему велению...». Только такой человек в состоянии испытать всю полноту жизни, даваемую непреходящей жаждой познания, общения, добрых дел. Именно он способен так организовать работу, чтобы полностью удовлетворить жизненно важные потребности в продуктах питания, промышленных товарах, жилье, во все большем объеме пользоваться другими создаваемыми трудом богатствами.

Надо со всей определенностью сказать, что не обусловленный никакими объективными причинами дефицит нередко начинается с личного отношения к порученному делу и к делам тех, кто трудится рядом. И как раз забота о духовном является одним из обязательных условий устранения материальных нехваток. Ведь в конце концов именно бездуховность, проявляющаяся в жесткости мышления, бюрократической заскорузлости, ведомственном эгоизме, нехозяйском отношении к народному добру, в недобросовестном выполнении трудовых обязанностей, выступает союзницей нежелательного дефицита и не последней причиной его.

Поэтому наряду с совершенствованием материальных условий жизни другим неперменным требованием подъема народного благосостояния наша партия выдвигает воспитание высокой духовной культуры советских людей, означающей богатство способностей и потребностей, активное неприятие потребительского идеала.

В широкой гамме возникающих при этом задач выделим одну: что может быть мерой разумного отношения к потребляемым благам, если любой уровень изобилия всего лишь исходная позиция для формирования новых потребностей и средств их удовлетворения? Или, иными словами, как разрешается объективное противоречие между безграничностью потребностей и исторической ограниченностью возможностей?



Говоря о всесторонне развитом человеке, Карл Маркс представлял его себе «как человека с возможно более богатыми свойствами и связями, а потому и потребностями» и вместе с тем способного пользоваться множеством вещей, для чего «он должен быть в высокой степени культурным человеком»<sup>1</sup>.

Совмещение максимального богатства потребностей и того, что можно было бы назвать *культурой потребления*, выражающейся в умении употреблять блага на пользу себе и другим, вроде бы не лишено противоречивости. Ведь оно предполагает одновременно безграничное развитие потребностей и заключение их в определенные рамки, известное ограничение их. На самом же деле одно невозможно без другого. Социально и интеллектуально раскрепощенный человек обязательно испытывает стремление к универсальности своего развития, что определяет разнообразие его потребностей, их постоянное расширение и обогащение. Но без культуры потребления сам процесс умножения запросов может принять одностороннюю направленность, привести к потребительским перекосам, нанести ущерб личности.

Культура потребления в качестве неотъемлемого элемента общей культуры человека как раз и позволяет ему согласовать беспредельные в своем восходящем движении потребности с наличными средствами их удовлетворения, которые объективно ограничены в каждый исторический момент. Но само по себе признание этого положения мало что дает для формирования культуры потребления. В конце концов люди, пораженные «вещной болезнью», тоже нередко считают, что их желания непредосудительны и разумны, что каждый человек волен распоряжаться доступными ему материальными и финансовыми возможностями по своему усмотрению,

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 46, ч. I, с. 386.

лишь бы это не противоречило Уголовному кодексу. Поэтому возникает надобность разобраться в том, что же такое разумные потребности и каковы их критерии.

Уже в древности высказывалась мысль, что потребности человека неоднозначны. «Из желаний, — указывал Эпикур, — одни естественны и необходимы, другие — естественны, но не необходимы, третьи же — ни естественны, ни необходимы, но порождены пустым представлением»<sup>1</sup>. 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 извращенные, вредные. Удовлетворение первых служит гармоничному развитию личности, богатству ее человеческих проявлений, движет общество вперед. Удовлетворение вторых уродует человека духовно и физически, ведет к общественной деградации. Именно ложные, неестественные потребности составляют основу культа вещей, потребительской ориентации индивида, всячески поощряется современным буржуазным обществом, находящейся в руках монополий пропагандой.

Среди естественных потребностей различаются *необходимые*, то есть те, с которыми связана жизнедеятельность людей, умножение созданного 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 социалистического строительства в нашей стране выступает не только обеспечение людей продуктами питания, одеждой, жильем, медицинским обслуживанием, предоставление им возможности

---

<sup>1</sup> Цит. по: Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 40, с. 28.

полноценного отдыха и т. д., но и, к примеру, получение молодежью 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»<sup>1</sup>. Необходимые потребности не есть также нечто застывшее. Они имеют общественную и историческую марку, трансформируются в общем потоке социального прогресса. То, что еще вчера не было необходимо для человека, сегодня становится ею.

Но не противоречащие человеческой природе потребности включают в себя и такие, которые на том или ином этапе не являются общественно необходимыми, непосредственно не влияют на темпы социальных преобразований. Их либо еще не сделал насущными достигнутый уровень материальной и духовной культуры, либо они вообще никогда не будут таковыми.

Удовлетворение подобных потребностей обогащает, украшает, облагораживает, облегчает нашу жизнь, но не воспринимается как нужда в масштабах всего общества. Скажем, далеко не все советские люди чувствуют сегодня потребность в классической музыке. Во всяком случае, многие вполне обходятся без симфоний, скрипичных и фортепьянных концертов, оперных арий. Можно, впрочем, предположить, что социальный прогресс достигнет когда-нибудь таких духовных высот, на которых приобщение к сложным формам искусства станет насущной потребностью для все большей части общества. А, к примеру, собирание марок вряд ли и в будущем выйдет за пределы весьма ограниченного круга людей. Вот почему для обозначения всех истинно человеческих потребностей, как необходимых, так и не

---

<sup>1</sup> Шекспир Уильям. Соч., с. 6. М., 1960 с. 489.

являющихся таковыми, применяется более широкое понятие: *разумные потребности*. Их формирование и входит в задачу коммунистического воспитания новой, свободной от власти вещей личности.

Однако 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, нечеловеческим. Скажем, до какого предела количество и разнообразие вещей в личном обиходе можно считать разумным? Является ли факт опережающего развития потребностей оправданием неограниченного потребления?

Тут мы упираемся в проблему выбора объективных критериев разумности тех или иных потребностей. Сложность состоит в том, что, с одной стороны, должны быть как бы приведены к общему знаменателю индивидуальные различия людей, их несхожие вкусы, способности, жизненные обстоятельства. С другой стороны, степень отвлечения от конкретной личности не должна переступать ту грань, за которой индивидуальное своеобразие вовсе не принимается во внимание. Хорошее и разумное для одного человека может быть плохим для другого. Телевизор, например, служит и средством развития личности, обогащения ее духовного мира, полноценного отдыха, повышения социальной активности, и он же в ряде случаев причиняет очевидный вред физическому и духовному здоровью человека, вытесняет и книгу, и театр, и загородную прогулку.

Так что, как ни велик соблазн отыскать точные количественные критерии разумных потребностей, их «магическую формулу», вряд ли это возможно. Спору нет, необходимо связывать запросы людей с тем или иным количеством благ при разработке, например, народнохозяйственных планов. Они служат ориентирами для производства и определяют меру потребления (но не потребностей!), которая соответствует, во-первых, эконо-

мическим возможностям общества, а во-вторых, господствующим в нем представлениям о нужном, полезном и допустимом с точки зрения существующего уровня знаний, общественной морали, традиций, национальных особенностей, географических условий и т. д. Однако жесткие нормы малопригодны для регламентации потребностей, отличающихся «безграничностью» и «способностью к расширению»<sup>1</sup>.

Представляются сомнительными как с точки зрения теории, так и практической значимости попытки заключить разумные потребности в рамки «научных норм», одинаково пригодных для всех людей и на все времена. Не говоря уже о том, что при этом остаются в стороне духовные и значительная часть социальных потребностей, нормативный подход мало помогает и разумному пользованию материальными благами.

Социальное развитие постоянно изменяет качественные и количественные характеристики человеческих нужд и желаний. Как бы ни выравнивались потребности в направлении их возвышения, облагораживания, в них всегда будет наблюдаться большое разнообразие в зависимости от основного занятия человека (а в обозримом будущем и от дохода), склада его характера, физических данных, местожительства и других факторов.

Разумные потребности имеют не сугубо личную и не целиком общественную, а индивидуально-общественную мерку. Индивидуальность их означает, что они во всех случаях не должны препятствовать развитию личности, совершенствованию ее духовных и физических качеств, реализации ее творческих сил и задатков. Общественный же характер их проявляется в том, что они ставят осуществление желаний отдельного человека в зависимость от реальных возможностей общества. Потребности беспредельны в своем *абсолютном* значении, в исторической перспективе, в своем отрицании какой бы то ни было за-

---

<sup>1</sup> Архив Маркса и Энгельса, т. II (VII), с. 235.

костенелости, раз и навсегда достигнутого уровня. Но они имеют объективную границу в каждый исторический момент как *действительные*, реализуемые потребности, которые не могут не соотнобразовываться с достигнутым уровнем производства.

Это значит, что неразумно не только требовать невозможного, но и желать для себя больше, чем может предоставить общество за равноценный труд любому другому своему члену. В самом деле, если каждый получает от общества соразмерно своему трудовому вкладу, то никто не живет за счет другого, сумма всех потребляемых благ не превышает того, чем располагает общество. Однако удовлетворение личных потребностей в зависимости от количества и качества труда еще не может считаться разумным, если при этом не принимаются во внимание другие соображения.

Бывает так, что и общество располагает всем необходимым для удовлетворения определенных запросов, и сами эти запросы оправданны, подчас даже необходимы в структуре потребностей человека, а разумность их тем не менее сомнительна.

Кто, например, возьмется оспаривать достоинства автомобиля — современного, удобного, скоростного средства передвижения? Но уже сегодня крупнейшие города мира столкнулись с проблемами, вызванными чрезмерной автомобилизацией. Среди них непосредственно отражающееся на здоровье людей загрязнение окружающей среды, особенно воздуха (на автомобилях приходится часто более половины всех вредных выбросов в атмосферу), отнимающие уйму времени и нервной энергии пробки на дорогах, «пожираемые» автостоянками все новые площади, которые могли бы стать парками, стадионами и т. п., увеличение числа несчастных случаев.

Вспомним, что адепты «общества потребления» с упованием 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. Но... «Жертвами дорожных происшествий ежегодно становятся здесь более 2 миллионов человек, из них 55 тысяч погибают. Это намного больше, чем потеряла Америка за всю свою историю в войнах. За десятилетие, с 1970 по 1980 год, на дорогах США и стран Западной Европы погибли 1,3 миллиона человек! Такова статистика, наконец-то открытая для публикации службой информации одной из швейцарских страховых организаций»<sup>1</sup>. Американские социологи указывают на многомиллиардные убытки в результате автокатастроф, на колоссальные ресурсы, отвлекаемые на нужды автотранспорта в ущерб первоочередным социальным программам, на обостряющуюся проблему гиподинамии — 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 стимулирует 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 неконтролируемый рост числа автомобилей? Нужно ли стремиться к тому, чтобы каждая советская семья имела свою автомашину? Ведь, с одной стороны, благодаря росту материальных возможностей у нас с каждым годом становится все больше владельцев легковых автомобилей, а с другой

---

<sup>1</sup> См.: Комсомольская правда, 1984, 11 апреля.

стороны, ясно, что неограниченное разбухание личного автопарка, особенно в крупных городах, может превратить бесспорное общественное благо в очевидное зло.

Удовлетворение любой потребности не является разумным, если оно признает только личную пользу, сиюминутные выгоды отдельных людей, но игнорирует долгосрочные интересы коллектива, общества, а в итоге и интересы самих этих людей. Наряду с соответствием запросов и желаний общественным возможностям другим важнейшим критерием их разумности выступает соотносённость с общественной пользой, их объективная общественная направленность. Без таких «ограничителей» немислимо налаживание гармоничного взаимодействия человека с вещной средой, преодоление потребительских пережитков, формирование коммунистического типа личности.

Наконец, необходимым показателем разумности потребностей является соответствие запросов и желаний, а также способов их удовлетворения моральным нормам социалистического образа жизни. Не так уж редко приходится видеть, как некоторые люди, добившись высокой зарплаты, стремятся утвердить с помощью максимально доступных им форм и уровней потребления свое право на большую по сравнению с другими людьми часть общественных благ. В данном случае оставим в стороне тех, кто пользуется благами незаслуженно, залез в карман к государству. Тут все ясно: любая потребность, удовлетворяемая с помощью махинаций, хищений, антиобщественна и не может считаться разумной, каким бы целям она ни служила. Речь, заметьте, идет как раз о людях, которые получают в соответствии с принципом распределения по труду, берут от общества не больше, чем дают ему. Но и честно заработанными деньгами можно распорядиться по-разному.

Можно, например, на зависть всей округе соорудить потрясающий размерами и роскошью особняк — с встроенным гаражом, сауной, подземным баром. Или, ска-



жем, посчитать необходимым иметь в личном гараже два автомобиля.

Если предположить, что в данных случаях ни хозяин особняка, ни владелец нескольких машин не посягали на чужое, что каждая потраченная ими копейка заработана личным высокоэффективным и соответственно оплачиваемым трудом и если при этом руководствоваться в определении разумных потребностей только соответствием их трудовому вкладу, способностям, то потребности обоих следует признать вполне разумными.

Но почему же тогда эти люди не вызывают у нас симпатии? Да потому, что за их «стандартами» потребления стоит самое настоящее чванство. Им недостает душевной чуткости и чувства меры, понимания, что избранные ими формы удовлетворения запросов, будучи индивидуально возможными, не отвечают общественным возможностям, которыми располагает сегодня наша страна, а также требованиям скромности, от которой неотделимо подлинное достоинство.

Не только потребление за счет и в ущерб другим, но и потребление, оскорбляющее достоинство других, демонстрирующее превосходство над менее «преуспевшими», не может считаться разумным. Какими бы рациональными мотивами ни руководствовались те, кто, отрешаясь от всяких моральных соображений, пользуется недоступной большинству нашего общества частью благ, их потребление объективно становится формой эгоистического самоутверждения. Оно выпячивает их «исключительность», показывает пренебрежение к тем, кто не столь «даровит» и «полезен». Само такое потребление неизбежно приобретает оттенок безнравственного. Вот почему истинная культура потребления определяется не только рациональными критериями, но и высокой моральной ответственностью личности.

Любая попытка выяснить, что же представляют собой разумные потребности, не может обойти стороной вопрос о границах таких потребностей. Иные авторы, со-

глашаясь с тем, что забота социалистического общества о росте интеллектуальных и социальных запросов людей не означает отказа от материальных благ и удобств, признают безграничными лишь духовные потребности. А вот умножение массы вещей в человеческом обиходе и вообще 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 оптимального 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 «использовал — выбросил»). Таким путем якобы возможно решить 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 Ил-86, скоростной Ту и тихоход Ан-2. Правда, универсализм не есть и что-то абсолютно полезное. Наши предки обходились одним котлом вместо всего огром-

ного 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 игнорировании всеобщего характера закона возвышения потребностей, в вольной или невольной фетишизации вещей, в приписывании им способности самостоятельно подчинять себе человека. Стоит только признать, что никакой демонической, независимой от отношения 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...»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч. т. 42, с. 121.

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, пространство «культуры выбрасывателей» ничуть не оберегает 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 противопоставление 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 вещами, которые есть почти у каждого человека и для 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, облада-

нию, 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 — имеют постоянную тенденцию не только к возвышению, 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 были ограниченными, что сообщало ограниченность и самой мере разумных потребностей. На заре человеческой истории основными препятствиями являлись примитивность развития общественной материальной базы и самого человека. Пришедшие следом антагонистические формации, придав невиданное ускорение развитию производительных сил и способностей рода «человек», сделали это за счет большинства индивидов и даже целых социальных классов. Многие трудящиеся лишились возможности, а часто и

способности развивать и удовлетворять общественно доступные разумные потребности.

Социалистическое общество уничтожило классовые антагонизмы и впервые соединило в своей практике создание материального изобилия, налаживание подлинно гуманных 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 разумными в масштабе общества. Не все желания и запросы, не противоречащие человеческому естеству, могут быть удовлетворены без ущерба для других людей.

И только с построением коммунистического общества любые действительно человеческие потребности становятся разумными, ибо устраняются все материальные и социальные преграды для их осуществления, кроме одной-единственной — закона возвышения потребностей.

Для этого мало одного только изобилия благ. Нужен и новый человек. Бесспорно, что для самого появления такого человека необходим высокий уровень материального производства и потребления, ибо, если вспомнить уже цитированные слова Маркса, истинное царство свободы, в котором развитие человеческих сил выступает самоцелью, «может расцвести лишь на этом царстве необходимости, как на своем базисе». В то же время только духовно насыщенная, действительно богатая жизнь служит прочной гарантией того, что какой угодно высокий материальный достаток никогда не превратится в нашем обществе в самоцель, никогда не будет обращен во вред человеку, не станет средством разрушения личности.

## Глава X

### ВЕЩИ, ПОДЧИНЕННЫЕ ЛЮДЯМ

ОТ КАЖДОГО — ПО СПОСОБНОСТЯМ

Самые совершенные и полезные вещи значат что-нибудь, лишь служа людям. Рояль, на котором некому играть, мертв. Богатство предметного мира обретает жизнь в богатстве человеческого «я». Благосостояние становится всесторонним постольку, поскольку оно подчиняется развитию личности, способной всесторонне им пользоваться. Полагать, будто в знаменитом принципе коммунизма «от каждого — по способностям, каждому — по потребностям» главное — его вторая часть, — значит превращать строгую формулу в пустую фразу.

Возможность брать по потребности перестанет быть лишь мечтой тогда, когда все члены общества будут трудиться не просто по способностям, а в *полную* меру *универсально* развитых способностей. Такая степень раскрытия дарований людей откроет им путь как к высочайшему расцвету производительных сил и достижению на этой основе изобилия материальных и духовных благ, так и к всестороннему и гармоничному пользованию ими.

Но реально ли, чтобы все общество или хотя бы подавляющее большинство его универсально развило и применило свои способности? Не впадаем ли мы тут в прекраснуюдушную утопию, не переоцениваем ли талантливость рода человеческого? Ведь во всей его долгой истории найдется не так уж много, а точнее сказать, совсем немного тех, кто проявил себя одинаково ярко и широко в различных областях деятельности. Среди них мы видим М. Ломоносова, вклад которого велик и в российскую словесность, и в отечественную науку. Самым же легендарным именем в блестящей плеяде разносторонне одаренных людей и поныне остается Леонардо да Винчи.

Есть от чего прийти в изумление, когда знакомишь-

ся с этой словно объединившей несколько жизней судьбой. Будь Леонардо только художником, и тогда бы его звезда сияла ярче многих других даже на сплошь усеянном светилами первой величины небосклоне итальянского Возрождения. А он еще был теоретиком искусства, поэтом, музыкантом, певцом, танцором. В его грандиозном духовном мире, давшем простор едва ли не всем музам, нашлось достаточно места и научно-техническим интересам. Когда по прошествии трех с лишним столетий после смерти Леонардо стали разбирать его рукописи и бесчисленные рисунки, в них обнаружили за малым исключением все механические открытия XIX века. Чуть ли не в любой из известных при нем областей знания он оставил заметный след. Помимо механики, его влекли математика, астрономия, физиология, анатомия, ботаника, геология, военное дело, философия...

Этот многогранный гений вложил искрометную талантливость не только в свои произведения, но, быть может, не меньше и в свою жизнь, и в свой облик, в котором богатство духа соединялось с совершенством физическим. Современник Леонардо, Джорджо Вазари, так писал о нем: «Его физическая красота превосходила всякую похвалу, во всех его жестах была более чем бесконечная грация, он обладал талантом столь полным и сильным, что все трудности, встававшие перед его умом, разрешались с легкостью. Его громадная сила сочеталась с ловкостью, его сердце и чувства отличались всегда царственным благородством»<sup>1</sup>.

Что и говорить, заманчивый образец для подражания. Однако при всей притягательности леонардовского типа универсализма нельзя не отдавать себе отчета в его уникальности. Более того, в качестве всеобщего эталона он вряд ли вообще пригоден. Если представить, что все люди решили бы и смогли стать такими же мно-

---

<sup>1</sup> Цит. по: Chastel Andre. Léonard de Vinci par lui-même., Paris, 1952, p. 21.



гогранными, как Леонардо, то еще неизвестно, послужило бы это благу человечества. Такое утверждение покажется, видимо, неожиданным. И тем не менее для него, как увидит читатель, есть серьезные основания.

Совершенно справедливо восхищение, которым всегда был окружен Леонардо да Винчи. Но именно оно мешало порой разглядеть, что на всей его титанической деятельности лежит отчетливая печать разбросанности, фрагментарности, незавершенности. Это касается и художественного творчества, но особенно дает о себе знать в научной и изобретательской работе. Он не оставил ни одной продуманной и законченной научной теории, а его прозорливые догадки и намеки на последующие открытия свидетельствуют скорее об исключительной научной интуиции, нежели об углубленном исследовании заинтересовавших его явлений и проблем. Вот примечательный штрих, который приводит такой авторитетный знаток творчества Леонардо да Винчи, как А. Шастель: «Всю свою жизнь Леонардо... непрерывно обещает и не сдерживает обещаний. Он бросает начатые заказы, он с величайшей охотой отказывается от исполнения проектов, которыми он развлекал своих патронов...»<sup>1</sup>

Стоит непредвзято оценить эти факты, как привычно связываемый с леонардовским универсализмом триумф личности уже не кажется полным и бесспорным.

Что же, выходит плох леонардовский универсализм? Отнюдь нет. Подобные яркие вспышки индивидуальной одаренности необходимы роду людскому. Они — зримые доказательства неисчерпаемой мощи разума, побуждающие его стремиться к совершенству, маяки, ориентирующие в плавании по неведомым морям знания. Они — горные пики, с вершин которых взору открываются дали, невидимые снизу.

---

<sup>1</sup> Ibid., p. 10.

Однако будь духовное освоение мира только взглядом с высоты, преимущественно расширением горизонта познания, мы недосчитались бы сегодня многих великих открытий и достижений. Чтобы они стали возможны, надо было спуститься с заоблачных высот на землю, проникнуть в глубины рудоносного пласта, обнаруженного сверху. Классическим универсальным гениям заниматься этим было недосуг да и неинтересно. Их стихия — вдохновенное самоутверждение и жизнеутверждение, не признающее берегов буйство раскрепощенного духа, радостное ощущение своих способностей, среди которых ни одна не в состоянии командовать другими.

Подобное отношение к миру могло родиться лишь в определенные, переломные и одновременно синтетические эпохи, которые в зачаточном и нерасчлененном виде сконцентрировали в себе целые направления грядущего культурного развития, выдвинули идеи, развернутые впоследствии в политические доктрины, научные теории, технические проекты, эстетические системы. Именно в такое время жил Леонардо да Винчи. Люди Ренессанса в своем стихийном историко-культурном размахе, в бурном стремлении утвердить, воспеть, возвеличить земное бытие и отдельную личность словно торопились сразу, единым махом выплеснуть дремавшую в них талантливость, открыть все клапаны для рвущихся на волю творческих сил и возможностей, мало заботясь о том, чтобы эти силы и возможности обрели полноту и законченность. «Это был, — по словам Ф. Энгельса, — величайший прогрессивный переворот из всех пережитых до того времени человечеством, эпоха, которая нуждалась в титанах и которая породила титанов по силе мысли, страсти и характеру, по многосторонности и учености»<sup>1</sup>.

Конечно, нелепо полагать, что периоды, когда от человека требовалось максимальное выявление его духов-

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 20, с. 346.

ных возможностей, позади. Напротив, действительно всеобъемлющее, распространяющееся не только на гениальных одиночек развитие сущностных сил людей впереди. Оно связано с победой коммунистического строя. Однако нереально ожидать нового пришествия людей леонардовского размаха. Они свое дело сделали, и срок их, увы, безвозвратно миновал. Уровень социального, научно-технического, эстетического развития поднялся на такую высоту, что реализовать отдельному человеку свой духовный потенциал сразу в нескольких и притом несхожих областях деятельности становится все сложнее, а зачастую попросту невозможно. Если традиционно понимаемый универсализм заключал в себе почти неизбежный риск дилетантизма несколько столетий назад, то очевидно, сколь ничтожны шансы избежать его при нынешней дифференциации, детализации, специализации знания и сфер его применения.

О каком же тогда универсализме можно говорить? Ведь и в прошлом, и сегодня «узкий специалист» — главная фигура, которой мы обязаны достижениями на производстве, в науке и технике, в искусстве. И нет оснований полагать, что эта тенденция изменится в предвидимом будущем. Противоречие между упрощенно, формально понимаемым идеалом всесторонней личности и реально складывающейся картиной может и впрямь показаться неразрешимым. Но никакой тупиковой ситуации тут нет. Все дело в том, что и в «старом» универсализме самое ценное заключалось вовсе не там, где его обычно усматривают.

Можно, конечно, судить о многогранности, объемности человеческого развития по числу сфер, в которых нашло применение индивидуальное дарование. Но способность проявить себя в разнородных делах — отнюдь не самое существенное в таком развитии. Непреходящее значение «универсальных» людей для потомков, их неуывающая привлекательность заключены не только в том, что они делали и в чем преуспели, но и в том,

как жили. Нельзя не преклоняться перед активностью их духа. Они поражали своей огромной жизненной энергией, творческим энтузиазмом, напряженностью интеллектуальных исканий. Они сильны своей пламенной страстью, вечной неудовлетворенностью, жаждой постичь все тайны бытия. Они прекрасны свежестью чувств, неиссякаемой способностью восхищаться разнообразием и щедростью жизни, по-детски удивляться новому, неизведанному.

Универсализм личности — характеристика *глубоко внутренней*. Истинно универсален не тот, кто пытается с большим или меньшим успехом браться за многое, мечется от одного увлечения к другому, разрывается между взаимоисключающими желаниями, а тот, чей внутренний мир, даже при поглощенности одним-единственным занятием, сравним по богатству отразившихся в нем мыслей и чувств с окружающим миром, с жизнью человечества.

С точки зрения разнообразия занятий Толстой и Бетховен, например, были «узкими специалистами». Оба посвятили себя одному главному призванию и в своем выборе хранили постоянство. Но кто отважится усмотреть «узость» в их духовном мире, вся громадность и бездонность которого обрела бессмертие в их произведениях, столь же неисчерпаемых, как и сама жизнь!

Универсализм отличал величайших борцов за счастье людей — Маркса, Энгельса, Ленина. Основоположники научного коммунизма посвятили всю свою жизнь одному делу — освобождению человечества от капиталистической эксплуатации. Но эта «ограниченная» задача решалась ими на фундаменте грандиозных познаний, глубоко осмысленного социального, интеллектуального, нравственного опыта многих поколений людей.

Именно в *богатстве связей с миром*, в распаханности каждой отдельной жизни для общественных интересов открываются возможности *универсального* развития, которое не имеет границ ни в человеческой личности, ни

в человеческой истории. Этот вид универсализма для всех и на все времена.

Юный Маркс в гимназическом сочинении написал:

«Если человек трудится только для себя, он может, пожалуй, стать знаменитым ученым, великим мудрецом, превосходным поэтом, но никогда не сможет стать истинно совершенным и великим человеком.

История признает тех людей великими, которые, трудясь для общей цели, сами становились благороднее; опыт превозносит, как самого счастливого, того, кто принес счастье наибольшему количеству людей...»<sup>1</sup>

Жизнь автора этих слов, его дела — лучшее свидетельство того, что достижение личного совершенства неотделимо от понимания общественного назначения способностей. Чем раньше сумеет осознать это каждый человек, тем больше будет у него времени и возможностей для выявления своих дарований, тем вероятнее, что его судьба окажется счастливой судьбой свершившейся личности.

Впрочем, кому-то из читателей эти рассуждения могут показаться чересчур абстрактными, недостаточно убедительными. Существует ведь и точка зрения, согласно которой главным, а иногда и единственным показателем успеха, свершившихся надежд являются материальные приобретения, возможность сорить деньгами, ни в чем себе не отказывать. Примеры в оправдание такой позиции у всех перед глазами: кто-то, помышляя только о собственном благополучии и высокой зарплате, успешно поднимается по служебным ступеням; другой мастерски устраивает свои дела, ухитряется из-под земли достать любой дефицит; третий живет припеваючи на деньги родителей... И все они с самодовольным чувством превосходства посмеиваются над теми, кто не умеет «делать» карьеру и деньги, ловчить, быть захребетником.

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 40, с. 7.

Но вот примеры другие. Они из жизни великих. И потому именно великих, что была у них совсем иная мера и успеха, и счастья, и своего назначения на земле. Всего три имени, хотя можно назвать и больше. Данте, Моцарт, Лобачевский — гений поэзии, гений музыки и гений математики. Что объединяет их? Каждый из них познал настоящую удачу — удачу воплощенного замысла, свершений, реализованного «я». Каждый оставил в наследство потомкам плоды своего труда, свет своей личности, сделал человечество богаче духом, человечнее. Каждый обрел истинное бессмертие.

Сегодня никому не приходит в голову считать их неудачно, плохо прожившими свою жизнь на том основании, что труды их не были должным образом вознаграждены современниками, что материальное богатство или обошло их стороной, или оказалось непрочным. Творец волшебной музыки по бедности своей похоронен был в общей могиле с бродягами и нищими без роду и племени. Нужда неотступно преследовала создателя неевклидовой геометрии. Автор «Божественной комедии» достиг обеспеченности и высокого общественного положения, но лишился на закате дней того и другого, испытал горькую участь изгнанника.

Почему же мы тем не менее считаем их судьбы завидными? Потому что никакие материальные утраты и неудачи не могли отнять у них богатства, которое они *несли в себе*, не могли обесценить того, что они сумели *дать людям*. Личность тем отличается от неличности, что она имеет самостоятельную ценность, не зависящую от ценности принадлежащих ей вещей и занимаемого ею «места под солнцем».

Далеко не всякому человеку, раскрывшему и применившему на благо людям свои способности, суждено прочертить яркий след в развитии цивилизации. Не всегда жизни одухотворенной и достойной сопутствуют выдающиеся успехи, заслуживающие быть вписанными в скрижали истории. Но и в самой будничной работе,

в самой обыкновенной судьбе открывается широкий простор для того, чтобы наполнить возвышенным смыслом жизнь, обрести счастье. Путь к этому известен: своими делами умножать ценность окружающего мира, делать богаче другие жизни, излучать собственный свет, а не обманывать взор отраженным блеском престижных символов.

И напротив, существование, направленное на эгоистическое потребление, одностороннее присвоение благ, — всегда ущербно, частично, неуниверсально. Стоит карьеристу остаться без «руководящего кресла», приобретателю лишиться возможности утверждать себя с помощью покупок, как тотчас обнаруживаются полная их никчемность и несостоятельность, зияющая пустота бездарно, зря прожитых ими лет.

Социалистическое общество впервые в истории не только провозглашает гуманные цели, но и осуществляет их. Уже сегодня для многих советских людей открываются невиданные ни в какой буржуазной стране возможности, для гармоничного и всестороннего развития своих дарований. Устранены такие присущие капитализму социально-экономические препятствия на пути самореализации личности, как классовое неравенство, антагонизм между умственным и физическим трудом. К плодам культуры получила широкий доступ вся масса населения. Благодаря всеобщему среднему образованию молодежи вступающие в самостоятельную жизнь юноши и девушки имеют возможность проверить и усовершенствовать свои способности в разных областях знания, сделать осознанный выбор главного и любимого дела.

Наконец, коллективистская, чуждая эгоистического индивидуализма ориентация нашего общества возвращает естественность и сообщает громадный стимул потребности жить общественными интересами, видеть высшую радость в принесении пользы как можно большему числу людей. А такая открытость навстречу обще-

ственным нуждам, желание обогатить свой внутренний мир для того, чтобы щедро поделиться этим богатством с другими, и есть необходимое условие и важнейший показатель универсального развития личности.

Итак, осуществление коммунистического принципа «от каждого — по способностям, каждому — по потребностям» немыслимо без многогранного и целостного развития людей, без максимально полного выявления и применения их талантов. Следует ли из этого, что способности имеют неоспоримое первенство перед потребностями? Можно ли утверждать, что коммунизм наступит тем быстрее, чем более развитыми будут наши способности и менее притязательными потребности?

#### КАЖДОМУ — ПО ПОТРЕБНОСТЯМ

В свое время широкое хождение в западной социологии имела «формула счастья», которую изобрел американский экономист Юджин Стейли. Может быть, она и была подхвачена потому, что на самый сложный вопрос бытия давала покоряюще простой и с буржуазной точки зрения вполне убедительный ответ: счастье = имущество.

Правила обычной арифметической дроби

желание диктуют выбор пути к счастью. Кто может, пусть наращивает числитель (имущество). Для того, кому это не по карману, тоже не все потеряно: надо сократить знаменатель (желания). В обоих случаях результат (счастье) может оказаться одинаковым.

Как видим, автор далеко не оригинален, предлагая выбирать между безудержным потребительством и аскетическим отказом от земных благ. Поскольку о ложности этой дилеммы говорилось подробно, обратим внимание на обстоятельство, которого мы еще не касались. В приведенной формуле как в капле воды отразилось присущее всей буржуазной социальной науке метафизическое противопоставление способностей и потребностей,



стремление рассматривать их в качестве враждебных и непримиримых начал в человеческой природе.

Это и понятно. Ведь власть денег, с одной стороны, превращает таланты и дарования человека в нечто совершенно несущественное по сравнению с обладанием вещами, собственностью, признает безусловно нужной, полезной и заслуживающей почтительного отношения лишь способность делать материальные приобретения, пусть даже ценой духовного опустошения личности. С другой же стороны, попытки трудящихся улучшить свое материальное положение, расширение их потребностей трактуется правящим классом и находящимися у них на службе идеологами как проявление агрессивной потребительской природы «примитивной массы», угрожающей привилегиям эксплуататорского меньшинства. И в самом деле, многое говорит сегодня за то, что в капиталистическом «обществе потребления» способности и потребности находятся часто в состоянии расщепления, разлада и взаимоисключения. Но значит ли это, что таково их естественное и навсегда предопределенное соотношение?

Марксистско-ленинская наука рассматривает способности и потребности не как существующие порознь и враждебные друг другу, а как моменты, части единого процесса развития человека. Скажем, для того, чтобы люди могли удовлетворить свои потребности в тех или иных предметах, они должны иметь способности, которые бы позволили им эти предметы изготовить. Потребности выступают здесь как цель производства, а способности — как средство достижения этой цели. Повторяя акт производства, человек развивает свои способности до степени мастерства, получает возможность ставить перед собой и решать более сложные задачи. Тут мы видим, что уже потребности становятся средством, а способности целью. В целом же складывается такая картина: благодаря потребностям порождаются и совершенствуются способности, благодаря развитой способности

рождаются, возвышаются, удовлетворяются потребности. И так повторяется бесконечно.

Разумеется, исходя из высшей цели общественного прогресса, пальму первенства в субординации способностей и потребностей следует отдать способностям. В богатстве человеческого самоосуществления 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»<sup>1</sup>.

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 потребления. 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

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 46, ч. I, с. 476.

всестороннему развитию творческих возможностей личности. В то же время в «обществе потребления» эти условия служат духовному обнищанию, нравственной 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 миром вещей 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).

Именно *взаимодействие* способностей и потребностей предстает как выражение человеческой природы и как источник ее развития. Богатство личности и в конечном счете всего общества определяется не только богатством способностей, но и богатством желаний.

От роста материального благосостояния зависят повышение уровня образования, культуры, квалификации, производственная и политическая активность личности. Чем богаче общество материально, тем больше сил и средств может оно уделить созданию духовных ценностей. В свою очередь, развитая личность предъявляет большие требования к удовлетворению своих материальных запросов, которые, приумножаясь и возвышаясь, становятся базой для новых потребностей. Чтобы у человека развились, например, способности пользоваться благами культуры, заниматься самообразованием, наслаждаться искусством, понимать литературу, со вкусом одеваться, у него должны прежде возникнуть соответствующие потребности, для реализации которых нужны, помимо всего прочего, и вещи: книги, музыкальные инструменты, проигрыватели, красивые ткани, добротная одежда и многое другое.

Потребности являются исходным началом в истори-

ческом развитии человека и общества, по времени предшествуют способностям. Поэтому ограничение той или иной потребности вызывает торможение адекватной ей способности. Речь, таким образом, следует вести не о сдерживании потребностей, а об 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 возможностей к коммунистическому принципу равенства результата.

В социалистических странах, в отличие от капиталистического мира, всем гражданам открыт равный доступ к общественному богатству. Но эта соответствующая первой фазе коммунистического общества степень социального равенства, знаменуя собой крупнейший в истории шаг на пути раскрепощения человеческих сил, все-таки еще не обеспечивает полной справедливости. Почему? Да потому, что, как показал в работе «Государство и революция» В. И. Ленин, мы имеем здесь «применение *одинакового* масштаба к *различным* людям, которые на деле не одинаковы, не равны друг другу...»<sup>1</sup>. И часто именно способности делают разной, зависящей от личного трудового вклада меру участия человека в материальном и духовном потреблении, в управлении производством и обществом. Тот, кто благодаря своим личным качествам больше обществу дает, тот располагает и большими возможностями от него получать.

Осуществление принципа «кто не работает, тот не ест» направлено на устранение главной несправедливо-

---

<sup>1</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 33, с. 93.

сти — возможности вести паразитическую жизнь, присваивать себе плоды чужого труда. Оно, кроме того, причаст людей работать по способностям, пусть даже поначалу не ради наслаждения самим трудом, а ради материального вознаграждения. Заинтересованность в зарботке — этап, который нельзя миновать на пути от восприятия труда как «проклятия рода человеческого» до осознания его в качестве цели, смысла жизни, средства проявления и реализации человеческой сущности.

В то же время уже при социализме наряду с основной формой распределения по количеству и качеству затраченного труда все шире используются элементы коммунистического распределения по потребности. Бесплатность обучения в школе и вузе, профессиональной подготовки и переподготовки, многих видов культурного обслуживания, несравненно меньшая, чем на Западе, стоимость книг, газет и журналов, билетов в театры и кинотеатры, переключение части личных средств на удовлетворение духовных потребностей благодаря, например, одной из самых низких в мире квартирной плате или бесплатности медицинской помощи — все это стимулирует всестороннее и гармоничное развитие людей независимо от их места в производстве, от характера труда и используемых в нем способностей.

Мы привычно говорим: бесплатное образование, бесплатное медицинское обслуживание. Это верно, если иметь в виду расходы граждан. Но и учеба, и лечение, и многое другое, за что мы не платим вовсе или платим весьма умеренно, обходятся государству далеко не бесплатно. Не всякий школьник знает, например, что государство тратит на его учебу около 200 рублей в год. В средних специальных учебных заведениях эта сумма составляет уже более 700 рублей, а в высшем учебном заведении — 1100 рублей. На содержание одного больного в день государство выделяет свыше 10 рублей. Все эти средства черпаются из общественных фондов потре-

ления, которые быстро растут. Если в предвоенном 1940 году выплаты и льготы из общественных фондов в расчете на каждого жителя страны составляли 24 рубля, то в 1984 году — более 500 рублей.

Благодаря удовлетворению растущей доли запросов и нужд советских людей за счет общественных фондов потребления происходит сближение возможностей для интеллектуального, культурного развития независимо от материальной обеспеченности семей, которая еще долго будет различной главным образом потому, что неравноценный по сложности и социальной значимости труд оплачивается неодинаково. Кроме того, обеспечение широкого доступа к благам, в первую очередь влияющим на духовный рост личности, не дает возобладать тенденции, в соответствии с которой у части людей, занятых творческим, управленческим трудом, способности развиваются более быстрыми темпами, чем у тех, кто выполняет преимущественно физическую работу.

По мере создания материально-технической базы коммунизма, обеспечивающей изобилие всевозможных благ, вместе с исчезновением существенных различий между умственным и физическим трудом, всесторонним развитием личности и превращением деятельности на благо общества в первую жизненную потребность будет окончательно преодолен «узкий горизонт буржуазного права» (К. Маркс), и общество сможет перейти к распределению по потребности. Неизмеримо расширится круг разумных потребностей, сдерживаемых сейчас недостаточными общественными возможностями. Но и тогда, при невиданно благоприятных условиях для расцвета творческого потенциала каждого человека, сохранится неравенство способностей людей. Причем не только в степени природной одаренности, 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 и служить их мерой, 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 не зависящим от них причинам и закрепило бы фактическое неравенство на манер «меритократии» (власти наиболее одаренных), которую предлагают некоторые буржуазные авторы.

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 интеллектуальных и физических возможностей, от величины вклада в общественное достояние, который она вносит в соответствии со своими способностями. 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, а единственно *последовательным* и полным осуществлением этого естественного равенства людей.

Что же в таком случае уберезет общество от «вещной болезни», от проявлений потребительского отношения к жизни? Такой гарантией может быть только *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 потребность и способность ограничиваться действительно нужным и полезным станут частью богатых потребностей и расцветших способностей. Здесь нет никакого противоречия. Члены коммунистического общества будут свободно брать по потребности, но это будет исключитель-

но-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 и счастливую.

Антикоммунисты с давних пор любят, как отмечал еще В. И. Ленин, «зубоскалить по поводу того, что социалисты обещают каждому право получить от общества, без всякого контроля за трудом отдельного гражданина, любое количество трюфелей, автомобилей, пианино и т. п. Таким зубоскальством отделяются и поныне большинство буржуазных «ученых», которые обнаруживают этим и свое невежество и свою корыстную защиту капитализма». И далее Ленин разъясняет, что ни одному социалисту в голову не приходило «обещать» наступление высшей фазы развития коммунизма. А «предвидение великих социалистов, что она наступит, предполагает и не теперешнюю производительность труда и не *теперешнего* обывателя, способного «зря» — вроде как бурсаки у Помяловского — портить склады общественного богатства и требовать невозможного»<sup>1</sup>.

Отсутствие потребности в невозможном или большем, нежели допускают возможности и долговременные интересы общества, 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 сохранятся, по-видимому, элементы регулирования в отношении редких, уникальных благ. В силу

---

<sup>1</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 33, с. 97.



действия закона возвышения потребностей запросы по-прежнему будут опережать производственные возможности, хотя время между их возникновением и удовлетворением сократится до минимума.

Однако это объективное противоречие перестанет быть источником каких-либо негативных отклонений, потребительских устремлений, ибо коммунистическое общество уничтожит всякую почву для взрастания вещного фетишизма. Оно установит подлинную 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 экономические, социальные и научно-технические достижения позволяют все полнее и разностороннее удовлетворять растущие материальные и духовные запросы населения. Социалистическое содружество прокладывает остальному человечеству путь к овладению всем богатством человеческого развития. На этом пути предстоит решить еще немало сложных задач. Потребительство не уходит в небытие с рождением отвергающего потребительскую ориентацию 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.

## СО Д Е Р Ж А Н И Е

Введение . . . . .	3
<b>Глава I. РАЗБУЖЕННЫЕ ДЕМОНЫ</b>	
Люди и вещи . . . . .	7
Чужие в своем мире . . . . .	14
С компасом истории в океане вещей . . . . .	29
<b>Глава II. ПОХИЩЕНИЕ ЗОЛОТОЙ ПТИЦЫ</b>	
Потребление ради самоутверждения . . . . .	37
Бегство в досуг . . . . .	59
<b>Глава III. И ГОСПОДИН И РАБ</b>	
Обесцененные ценности . . . . .	73
«Сладкая жизнь»: витрина и задворки . . . . .	84
Утонченность, рождающая дикость . . . . .	97
<b>Глава IV. ДАРЫ ПАНДОРЫ</b>	
Компрачикосы XX века . . . . .	114
Под маской беспристрастности . . . . .	122
Отрава в «социологической» упаковке . . . . .	134
<b>Глава V. БЛУЖДАЮЩИЕ В ЛАБИРИНТЕ</b>	
Стражи потребительства . . . . .	150
Поддерживая либеральные иллюзии . . . . .	155
Одномерная критика одномерного общества . . . . .	170
Тупики аскетизма . . . . .	181
<b>Глава VI. НОВОЕ «КАЧЕСТВО ЖИЗНИ»?</b>	
Экология вместо экономики . . . . .	198
Новая заплатка на старом знамени . . . . .	206
<b>Глава VII. МАТЕРИАЛЬНОЕ И ДУХОВНОЕ</b>	
Враги или союзники? . . . . .	219
От Петрония до наших дней . . . . .	230
Болезнь мнимая и действительная . . . . .	240
<b>Глава VIII. НА ВОЛНАХ МОДЫ</b>	
Гангстеры и «фирмоманы» . . . . .	256
Духовность против псевдодуховности . . . . .	265
Свет солнца и мерцание светлячка . . . . .	270
<b>Глава IX. НА ПУТИ К ГАРМОНИИ</b>	
Дефицит в двух измерениях . . . . .	276
Где граница разумного? . . . . .	287
<b>Глава X. ВЕЩИ, ПОДЧИНЕННЫЕ ЛЮДЯМ</b>	
От каждого — по способностям . . . . .	301
Каждому — по потребностям . . . . .	310



55 коп.

МОЛОДАЯ ГВАРДИЯ