

Газнюк Л.М.

lidiagazn@gmail.com

доктор філософських наук, професор,
завідувач кафедри гуманітарних наук
Харківської державної академії фізичної культури
м. Харків, Україна

ПОСТМАТЕРІАЛЬНІ ЦІННОСТІ В ІНДИВІДУАЛЬНОМУ САМОВИРАЖЕННІ ЛЮДИНИ

Зміни у соціокультурному житті у більшості західноєвропейських країн з другої половини ХХ ст. були позначені переходом від «матеріальних» цінностей, з акцентом на економічній та фізичній безпеці, до цінностей «постматеріальних», з наголосом на проблемах індивідуального самовираження та якості життя. Такі перетворення були комплексною складовою процесу модернізації, суть якої полягає у збільшенні економічних важелів завдяки індустріалізації та політичних важелів, які обумовлюють бюрократизацію суспільства. Свобода індивідуального вибору набула вирішального значення для ствердження екзистенційних виявів людини. Психоаналіз і філософія постмодернізму окреслили основні проблеми, властиві суспільству, де споживання пронизує всі сфери життя: самотність, нудьга, інфантилізація, керованість індивідом ззовні. Е. Фромм, В. Райх, Ж. Бодрійяр, Ж. Делез, Ф. Гватгарі та ін. у своїх роботах намагалися не тільки переосмислити те, що відбувається з людиною в суспільстві споживання, а й попередити про можливі наслідки розвитку таких товариств, в яких особисті інтереси формуються державою чи великими корпораціями, а міжособистісні стосунки стають порожніми та поверховими. В якості інструмента та способу звільнення соціальної сфери з-під влади матеріальних цінностей Е. Фромм пропонує гуманістичний психоаналіз, який допоможе змінити соціальний характер, в результаті чого людина прийде до чіткого розуміння своєї власної постматеріальної природи. Для цього пануюча орієнтація на *володіння* повинна бути замінена орієнтацією на *буття*, на суто гуманні відносини між людьми, що призведе до реалізації життєстверджуючого сценарію буття людства [2]. Основним соціальним та культурним завданням

суспільства повинен стати радикальний перегляд своїх ціннісно-культурних основ та переорієнтація суспільної свідомості на суто гуманістичні цінності, зміна установок ринкового характеру і перехід до якісно нової концепції буття людства, яке живе в мирі та злагоді, будучи вільним від економічної детермінації. Перед суспільством постає складне завдання формування здорової економіки для здорових людей, яка б відповідала не потребам, які базуються на бажанні сучасного «*homo consumens*» (людина, що споживає), а здоровим потребам людини [1].

Якщо в попередні століття «споживання» було переважно економічною категорією, об'єктом дослідження вчених-економістів, то сьогодні це актуальна тема для соціологічних, психологічних та філософських робіт, присвячених споживанню. Поява концепту «суспільство споживання» слугувала такому визначенню суспільства, у якому споживання відіграє вирішальну роль, і не просто служить мірилом для поділу суспільства на класи і страти, а є визначальним для його існування; у такому суспільстві саме споживання пронизує як реальність людини, роблячи цю реальність зручнішою, спрощуючи її, створюючи, у вигляді медіа-повідомлень, безпечний віртуальний простір для індивіда. Сучасне споживання пронизане духом гедонізму, нерозривно пов'язане із прагненням до спрощення процесу отримання задоволення, його максимізації та тотальності.

На початку минулого століття завдяки ідеям утилітаризму та прагматизму стала можливою спроба поєднати особисте щастя індивіда з громадським щастям — через споживання. Саме суспільство загального благоденства уявлялося можливим побудувати лише через велике споживання всіляких благ, що стали доступними завдяки масовому виробництву та існуванню кредитної системи. Згодом акцент досліджень змістився у бік досліджень психологічної та культурної сторін споживання. Це було пов'язано з тим, що жорстка конкуренція на ринку змусила боротися за споживача: вже мало було привернути його увагу, «трюки» з низькою ціною перестали діяти, а у кожної унікальної торгової пропозиції народжувалися аналоги, і тому виникла потреба впливати на поведінку індивіда, який купує. З'явилися роботи, що вивчають психічні процеси, пов'язані з виробництвом та споживанням товаром та послуг (Ж.-

Г. Тард, Дж. Катон, Л. Гараї і т.д.). Така тенденція свідчить про переосмислення гуманістичних ідеалів нового світопорядку, коли людина є зосередженням і уособленням потенцій, спрямованих на реалізацію себе в світі на противагу використанню світу, як засобу задоволення власних фізіологічних потреб. У той же час спостерігається інша тенденція, що притаманна сучасному суспільству: людина стає володарем світу, який підкорив собі природу та розірвав зв'язок з оточуючим середовищем. З одного боку, людина сприймається як частина природи і є підвладною її біологічним законам; з іншого, завдячуючи власному розуму, людина підноситься над нею, протидіє їй як самостійний суб'єкт.

Особисте споживання, відокремлене від громадського споживання, стає предметом ретельного вивчення соціологів, які відзначають серйозні зміни у психології жителів розвинених країн, особливо в тих поколінь, які народилися та вирости після війни. Вони відчують себе в більшій безпеці, менше залежать від колективної думки і роблять вчинки більш обачно, і в цілому їх поведінка в процесі споживання, їх споживчі цінності відрізняються від тих, хто проживає в країнах, що розвиваються, втягнутих у військові конфлікти і не мають такого рівня безпеки.

Використана література:

1. Газнюк Л.М, Бейлін М.В. Трансформація бажання в суспільстві «постспоживання» // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії». 2020. №63, С.59–70. <https://doi.org/10.26565/2226-0994-2020-63-7>.
2. Fromm E. Marx's Concept of Man. New York: Publisher: Frederick Ungar Publishing: New York., 1961. Pp. 1–85. URL: <https://www.marxists.org/archive/fromm/works/1961/man/index.htm>