

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Філософський факультет
Кафедра етики, естетики та культурології

Гедонізм у ціннісних установках суспільства споживання

Кваліфікаційна робота зі спеціальності 033 «Філософія»
на здобуття освітнього ступеню бакалавра філософії

Студент-виконавець:

Мякенька Олександра Максимівна

IV курс, I група, філософія

Науковий керівник:

Рогожа Марія Михайлівна

Допущено до захисту:

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Київ - 2021

ЗМІСТ

Вступ	3
РОЗДІЛ I. Античні витоки теорії гедонізму	5
1.1. Гедонізм школи киренаїків	6
1.2. Гедоністичні мотиви в епікуреїзмі	14
Висновки до першого розділу	22
РОЗДІЛ II. Концептуалізація гедонізму в модерних та сучасних етичних теоріях	25
2.1. Гедонізм у класичному утилітаризмі	25
2.2. Концептуалізації гедонізму в сучасній етичній англomовній традиції	28
Висновок до другого розділу:	30
РОЗДІЛ III. Гедоністичні установки в суспільстві споживання	33
3.1. «Суспільство марного класу» як прототип «суспільства споживання»	33
3.2. Гедоністичні елементи у структурі механізмів суспільства споживання	39
Висновки до третього розділу:	51
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

Вступ

Актуальність теми дослідження.

Суспільство споживання – дійсність, від якої не сховатись. Роль споживання як соціальної дії значно збільшилась з індустріалізацією, глобалізацією, переходом до економіки знань. Якщо на ранніх етапах епохи модерну споживання мало більше прикладний матеріальний характер, то сьогодні воно схиляється до задоволення специфічних нематеріальних потреб. При цьому ґрунтовно розібратись в ієрархіях потреб стає все важче. Ринкова економіка та масова культура взаємодіють між собою, ускладнюючи автономний вибір особистості. Також втрата домодерних етичних орієнтацій, плюральність світоглядних установок несуть за собою трансформації людських цінносетей. Наприклад, секулярні цінності, такі як задоволення, стають все більш важливими для сучасної людини.

Хоч саме поняття задоволення є спільним для багатьох епох і світоглядів, його сенси змінювались протягом історії. А тому гедонізм як етика задоволень, що зародилась в античності, у видозміненому вигляді є актуальною для нас сьогодні. Сучасники часто пов'язують задоволення з ліберальними цінностями: індивідуалізмом, свободою самовизначення та совісті. Проте інтерес до часу зародження сучасного гедонізму притуплюється. Ця робота є спробою розібратись в переплетінні історичного та сучасного гедонізмів. А зрозуміти витoki гедоністичних запитів сьогодення означає відкрити новий погляд на практичні проблеми сучасності.

Об'єктом дослідження є гедонізм як філософський, культурний, соціальний феномен

Предмет дослідження – окреслення специфіки ціннісних установок гедонізму в контексті сучасного суспільства споживання

Мета дослідження полягає у з'ясуванні сутності гедонізму як етичного вчення та ціннісної установки, пошуку імовірних точок дотику і міри впливу гедонізму на суспільство споживання.

Завдання дослідження:

- розглянути гедонізм як ціннісну установку в Античності та сучасності;
- знайти дотичні етико-філософські теорії, що використовують гедоністичні наративи;
- дослідити модерні та сучасні концептуальні трансформації дискусії про задоволення
- простежити генеалогію гедоністичних мотивів до суспільства споживання;
- дати характеристику трансформації поняття задоволення у суспільстві споживання;

Методологічна основа. У ході дослідження було застосовано наступні методи: аналіз, синтез, узагальнення, порівняння, історико-філософський метод.

РОЗДІЛ I. Античні витоки теорії гедонізму

Термін «гедонізм» походить від давньогрецького «hedone» (задоволення, насолода) [36]. Проте значення слова вийшло далеко за межі його походження. У зв'язку з багатоманітністю гедоністичних теорій доцільним буде окреслити термінологічну базу для подальшої роботи. Дослідник Дж. Тіллей розрізняє такі види гедонізму [37, 566]:

- *Античний гедонізм* (ancient hedonism) – «термін для позначення нормативних поглядів представників киренайської та епікурейської шкіл філософії», зокрема Аристіпа й Епікура;

- *Аксіологічний гедонізм* (інколи «ціннісний гедонізм») – «теорія внутрішніх цінностей з двома головними компонентами: по-перше, всі задоволення природньо хороші; по-друге, ніщо, крім задоволень не є природньо хорошим»;

- *Етичний гедонізм* – «положення, що моральна правота походить з задоволення, породжуваного дією. Існує у двох версіях: гедоністичний етичний егоїзм та гедоністичний діяльнісний утилітаризм»;

- *Психологічний егоїзм* – «точка зору, де кожен людський вчинок бере початок винятково з її власного інтересу. щоразу, коли людина діє, її головною ціллю є власне виживання, задоволення тощо»;

- *Якісний гедонізм* – «форма аксіологічного гедонізму, відповідно до якої внутрішня цінність задоволення зростає по мірі якості та кількості задоволень, не лише за рахунок самої кількості»;

- *Кількісний гедонізм* – «форма аксіологічного гедонізму, згідно з якою внутрішня цінність задоволення залежить напряду й лише від кількості задоволень»;

У першому розділі ми зосередимось на античному гедонімі для того, щоб у подальших підрозділах прослідкувати античні засади інших видів гедонізму та їх впливу на сучасне суспільне життя.

1.1. Гедонізм школи киренаїків

Аристип з Кирени – засновник школи киренаїків був учнем Сократа (зі слів Феній з Ересу, перший з його учнів, що почав брати плату зі слухачів), мав напружені стосунки з сучасниками, зокрема Аристотель зараховував його до софістів [12, II 507], несхвально до нього ставились Ксенофонт, Феодор та Платон [12, II 66].

Життя Аристіпа, зафіксоване Діогеном, наочно ілюструє його погляди. Так, за спогадами сучасників, Аристип демонстрував у побуті практичність та гнучкість щодо обставин (про що свідчить його служба при дворі сиракузького тирана Діонісія), зніженість, недбале ставлення до грошей [12, II 66]. Він легко приймав в дар та нехтував майном, розраховував потенційну вигоду [12, II 67], був прихильником стилю життя, що його знайомі вважали розгульним [12, II 68].

Вважав важливою освіту в цілому та філософське знання зокрема (її комунікативний аспект, запит на філософію в суспільстві), стверджував перевагу філософів щодо нефілософів у суспільстві [12, II 68-70], хоча й наголошував, що надлишок освіти шкідливий (вбачав читання без користі обтяжливим) [12, II 71], сповідував цінність освіти як засобу здобуття свободи (в тому числі й від страждань) [12, II 72]. Сповідував принцип влади над задоволеннями, а не влади задоволень [12, II 70, 75], а кінцевим благом він оголосив «плавний рух, сприймане відчуття» [12, II 85].

Учні Аристіпа отримали назву «киренаїки» за назвою міста зародження, хоча деякі називали себе послідовниками Гегесія, Аннікеріда чи Феодора (як зазначає Діоген Лаертський, учні Федона звали себе еретиками) [12, II 85].

Діоген Лаертський узагальнює погляди школи наступним чином [12, II 86-92]. Так Аристіп та ранні киренаїки:

1. Вважали головними два стани душі: біль (різкий рух), та насолода (плавний);
2. Між двома насолодами немає принципової різниці;
3. Насолода і біль однаково (відповідно) привабливі та непривабливі;
4. Тілесна насолода (а не спокій та безтурботність як це буде висвітлено в працях Епікура) – кінцеве благо, що цінне саме по собі, щастя ж суть сукупність окремих насолод (минулих та майбутніх), до якого слід прагнути задля окремих насолод;
5. Насолоду слід вважати благом, навіть якщо бере початок з імморальних вчинків (дана теза належить Феодорові-Безбожнику, одному з послідовників Аристіпа);
6. Відсутність болю насолодою не є (як в Епікура), як і відсутність насолоди болем, (обоє нагадують рух, в той час як відсутність болю чи насолоди нагадують стан сну);
7. Душевні насолода та біль не завжди беруть початок з тілесного (за приклад Діоген наводить радість за процвітання батьківщини);
8. Пам'ять про чи очікування блага не є насолодою (як у Епікура, бо «рух душі гасне з плином часу»);
9. Тілесні насолоди і страждання стоять вище душевних (хоча деякі з них можна охрестити як «інтелектуальні», зі слів Діогена «задоволення беруть початок не лише з зору та слуху», з театром за приклад);
10. Деякі насолоди обтяжливі, тому киренаїки не з'єднують всі насолоди, що складають щастя (зумовлено визнанням за благо саме окремої насолоди разом з необхідністю самоконтролю задля максимуму);

11. Розум, дружба, багатство, атлетичність тощо, цінні не самі по собі, а завдяки можливості примножувати задоволення/насолоду (ще одна з тез Феодора, який, на відміну від Аристіпа (потреба бути поруч друга, навіть якщо він не приносить задоволення чи користі)) дружби поза вигодою не визнавав);

12. Логіка корисніша від фізики (на відміну від їх причин), проте також зустрічається думка про некорисність всіх наук, вистачає зрозуміти суть добра й зла для свободи (говорити добре, від забобон та від страху смерті);

13. Об'єктивна справедливість – це установка або звичай (хоча Аристіпові приписують подібні погляди, більше це відобразилось у Феодора (див 5), що визнавав можливість чинити всупереч звичаєві задля власного задоволення).

Як зазначає А. Гусейнов, принцип насолоди киренаїків є суперечливим з двох причин. По-перше, деякі задоволення за своєю природою пов'язані зі стражданнями; інші ж через звичай пов'язані з поганою славою та покараннями, на які не можна не зважати.

Відтак філософське знання (як і знання з інших наук, що їх Аристіп вважав корисними) є необхідним для орієнтації у різноманітті задовольень. І хоча визнання ролі знань міцно пов'язує киренаїків з Сократом (у контексті традиції філософування та «розумного» підходу), Гусейнов робить акцент на початковій внутрішній суперечливості задоволення, опосередкованого розумом, що призводить до неможливості послідовного етичного гедонізму [10, 24.798].

Ранній гедонізм не обмежується лише Аристіпом, ідея задоволення як головного блага була продовжена його учнями. Так звані *гегесіанці* (учні та послідовники Гегесія, одного з учнів Аристіпа) також розрізняли насолоду й біль, однак, як пише Діоген, вони не визнавали ні благородності, ні журби, ні

благодіяння, оскільки тих слід прагнути задля вигод, що випливають з них, а не задля них самих. Що стосується щастя, то «Щастя абсолютно неможливе: тіло наше переповнено багатьма стражданнями, а душа розділяє страждання тіла й від того хвилюється, випадок же часто не дає здійснитись надіям — тому-то щастя і нездійсненне» [12, II 93-94]. Між життям та смертю вони не вбачали особливої різниці, а суб'єктивна установка з оригінального вчення Аристіпа зумовила їхню невизначеність щодо природи та характеру насолоди («Від природи, вважають вони, ніщо не буває ні солодким, ні несолодким... Бідність і багатство до насолоди не мають жодного відношення... [12, II 94]). Гегесіанці надавали перевагу розумові над відчуттями, оскільки відчуття не спрямовують до точного знання, вбачали істинну мудрість в уникненні болю (замість пошуку блага-задоволення, як Аристіп). Їхня філософія в цілому просякнута песимістичними нотами, а сам Гегесій зажив слави «проповідника смерті» серед сучасників, оскільки вміло підштовхував людей до думки про беззмістовність життя, а за найдієвіший засіб пропонував самогубство.

За Гусейновим, для вчення Гегесія характерний акцент на анархічних та песимістичних акцентах гедонізму [10, 24.799].

Анікерідівці, за словами Діогена, багато в чому були схожі на гегесіанців за винятком вчення про смерть як звільнення, а особливо відзначались серед усіх киренаїків тим, що визнавали в житті дружбу, вдячність, повагу до батьків і служіння батьківщині. Відчувається відхід від ортодоксальних постулатів киренаїків також в погляді на мудреця, який «навіть терплячи наругу, тим не менш буде щасливим і за небагаточисленних насолод». Дружбу Анікерід вбачав самоцінною: «До щастя друга слід прагнути не задля самого цього щастя, бо для ближнього воно невідчутне» [12, II 96-98].

Феодорівці отримали своє ім'я від Феодора, одного з найвідоміших учнів Аристіпа, чия книга «Про богів», за словами Діогена, вплинула на ранні праці Епікура. Діогенове бачення природи задоволення значно відрізняється від бачення свого вчителя: кінцевими цілями той вважав радість та горе - основна дихотомія. Вони досягались шляхом розуміння та нерозуміння відповідно; «благами називав розуміння і справедливість, злом — їх протилежність, а серединою — насолоду й біль» [12, II 97]. Погляд на дружбу й вірність його подібні до поглядів Аристіпа та Гегесія, оскільки нерозумні дружать задля подолання особистої нужди, допоки не подолають її, тоді як мудрі це розуміють оскільки «мудрець тяжіє в себе й не має потребує друзів» [12, II 97].

На його негативну репутацію найбільше вплинули його погляди на допустимість задоволень з неблагородних вчинків: «Крадіжка, блуд, святотатство — все це за випадку допустимо, бо за природі в цьому нічого мерзенного немає, потрібно лиш не рахуватись зі звичною думкою про ці вчинки, котре встановлене лише задля приборкання нерозумних» [12, II 99]. Як зазначає А. Гусейнов, у системі Феодора відбувається відступ від послідовного гедонізму в силу того, що насолода та біль можуть бути використані як на благо, так і на зло, для пояснення чого й були введені радість та горе як кінцеві стани, що призводяться розумінням (яке відносив до благ) та нерозумінням, між якими й знаходиться задоволення [10, 24.799-24.800].

Ряд роз'яснень та зауважень до вчення школи киренаїків робить А. Лосев. Зокрема вказує, що оскільки киренаїки належать до сократиків, першоосновою їхньої філософії є «прагнення створити для людини свободу духу», та на протиположності кінчному акценту на розум, виділяли чуттєвість, де задоволення підкорювало благо, а у вирі відчуттів насолода була несхитною реакцією на життєвий хаос [24, 126-127].

Свобода духа полягає у свободі прийняття чи неприйняття життєвих факторів та переживанням задоволення. Ця внутрішня налаштованість на задоволення самодостатня, і хоча покладається на зовнішнє, не залежить від цього, адже внутрішня залежність протилежна внутрішній свободі: «...не розум лишався самим собою в усій своїй непохитності перед лицем безмежної тьми людських інстинктів, а саме насолода лишалась собою, насолода була непохитною і єдиною і єдиною реакцією на життєвий хаос» [24, 128-129].

Для поняття задоволення в киренаїків характерна естетична предметність: з їхньої позиції можна вважати, що негативний контекст об'єкта задоволення викривлює його естетичний статус. Проте їм не чужа тілесна краса - представлена тілесними чуттєвими задоволеннями. Тож естетика їх не повністю чуттєва. В основі їхнього естетичного принципу лежить власне задоволення (*hedone*) як «легкий рух», яке протиставлялося «важкому зусиллю» (*ponos*). В основі цього легкого руху лежить одне приємне почуття - *вільне від крайнощів благо* (як окреме задоволення), що відкриває шлях *свободи*. [24, 130].

В той час як задоволення має бути ізольованим від потенційно негативного контексту, воно саме стає контекстом світу людини, спрямоване на неї через почування, що втілюється у корисності краси. Відтак певні позитивні якості, на думку того ж Феодора повинні слугувати задоволенню, що Лосєв вважає вираженням сократичного корисного [24, 130-131].

У філософії киренаїків дані почуття за критерієм задоволення чи незадоволення, проте не об'єктивні предмети: «Ми маємо відчуття білого кольору або солодкого смаку, але нам зовсім невідомі ті речі, завдяки яким виникають ці наші відчуття, оскільки те, що одному здається білим, інший відчуває як чорне і для одного солодке є тим, що для іншого гірке. Так само легко викликати різні ілюзії зору; і це не означає, що речі самі викривлені

так, якими здаються нашим відчуттям [24, 131], що на думку Лосєва чітко характеризує вчення киренаїків як суб'єктивний ідеалізм та агностицизм. За Діогеном Лаертським у киренаїків «чуттєві сприйняття не завжди істинні», а уявлення про якості (речей в природі) конвенційні; «природничі науки науки допомагають розрізняти задоволення й страждання», а «мислення є благом не саме по собі, а за рахунок з того, що з нього випливає». Лосєв висновок про відсутність у киренаїків почуття об'єктивної реальності та наголошує на суб'єктивності поняття насолоди.» [24, 132].

Окремої уваги заслуговує критична оцінка Лосєва вчення киренаїків. Той зауважує *неможливість послідовного дотримання* принципів, що походили з таких односторонніх передумов. Ізольована насолода моментами апелювала до помірності, освіченості та певного роду філософії, тобто до вільного вибору задоволення, а не насолоди самої по собі, а межі між благом, користю й задоволенням на певному етапі розмиваються [24, 131-132].

За ближчого огляду *неізолюваність насолоди* гедонізму киренаїків помітна, якщо поглянути на ставлення Аристіпа до освіти та філософії, що у свою чергу закономірно пояснює трансформацію гедонізму у викладі його учнів. Як наголошує Лосєв, задоволення в Аристіпа апелювало до певної міри розміреності, життєвої мудрості та освіченості, а тому задоволення відходить на другий план, оскільки опосередковане вмінням розгледіти «легкий рух» і відрізнити його від «важкого», а саме задоволення, переживаючись, втілюється у свободі духу. Влада над задоволенням без цієї спрямованої свободи перетворюється на підвладність задоволенням (від якої застерігав сам Аристіп, вказуючи на обтяжливість «збирання» задовольень та переживання їх надміру), що не надто узгоджується всередині вчення.

Спробами вирішення суперечностей вчення займались його учні. *Аннікерід* за Діогеном Лаертським хоча й сповідував верховенство принципу задоволення, вважав за необхідність любити друга навіть за неприємних

почуттів, з чого можна зробити висновок, що він розрізняв насолоди душевні та тілесні. *Феодор та Гегесій* же на противагу йому принципово не розрізняли задоволення за походженням чи типами, про ціннісну ієрархію в їхніх варіаціях теж не йшлося. У процесі розвитку концепції *Федон* також відійшов від Аристіпа, оскільки не вважав задоволення і страждання відповідно добром і злом: в той час як мислення є благом, а глупота протилежністю, середнім є станом є «важке зусилля» і задоволення. Це дозволяло виправдовувати Феодорові задоволення з допомогою правопорушень клятвopорушництво, оскільки заборони є насиллям над людською природою, якій мораль від народження не властива [24, 132]. Саме з міркувань *примусово насадженої моралі* Феодорові була властива непослідовність щодо питання про богів (за що й отримав прізвисько «безбожник»), що вважалося у тогочасному суспільстві моветоном, однак практикувалося і іншими мислителями. За свідченнями же інших авторів визнавав [існування] лише тих, котрих вважав істинними [24, 133].

Виходячи з цього, самоцінність естетичного принципу в киренаїків переставала бути самодостатньою і ставала натомість беззмістовністю, незалежною від самого життя. Так принцип максималізації задоволення у ситуації неможливості його одержувати заохочував до самогубства для позбавлення від страждань, про що згадував сам Аристіп, однак найліпше це проілюстрував Гегесій. За специфіку свої промов він прізвисько «смертепроповідник», і хоча Гегесій вслід за Аристіпом визнав насолоду сенсом життя, проте також вважав, що щастя неможливе, а мудрість полягає в позбавленні від страждань, відносно яких причини задоволення неважливі. Лосев зазначає, суб'єктивний ідеалізм все ще притаманний Гегесію, але *на тлі втрати ціннісних орієнтацій задоволення втрачає початкову самоцінність*, поступаючись байдужості щодо проявів життя (адіафорії), що

нагадує мотиви Феодора. З позиції сучасності Феодора можна було б охрестити моральним нігілістом, тоді як Гегесія декадентом [24, 134-135].

Відтак повна неможливість отримання одні задоволення у Гегесія також підводить до самогубства як позбавлення страждань; як зауважує Лосєв: «І в цьому немає нічого дивного, позаяк ідея самогубства є геть послідовною і цілком логічним висновком з принципу абсолютизованого задоволення» [24, 135].

Лосєв проводить паралелі між кінечною та киренайською естетиками, концептуалізуючи етапи їх розвитку [24, 135-138]:

1. Відбувається вибір певного постулату за основоположний; у киренаїків ним є суб'єктивне задоволення;
2. Абсолютизація змісту життєвого процесу призводила до позбавлення змісту розуму, що встановлювало заборону на узагальнення. Наприклад, як от розірвання істини й хибі;
3. Відсутність ідеального чи ідейного призводить до втрати сенсу як життя, так і задоволень;
4. Здійснюється перехід до певних внутрішніх чи зовнішніх (Лосєв також називає їх «фіктивними») виходів. «Якщо є зовнішнє життя, то ще можна піти в свої суб'єктивні переживання чи в яку-небудь фантастику життя. Але якщо немає навіть і такого збідненого і беззмістовного життя, а є лиш суб'єктивні переживання, при тому незрозуміло чого (так як все об'єктивне об'явлене тут непізнаваним), то що ж лишається інше у випадку зникнення самого джерела задоволення, окрім як смерть» [24, 137]).

1.2. Гедоністичні мотиви в епікуреїзмі

Перш ніж переходити далі, слід зауважити, що серед фахівців не існує одностайної думки з приводу того, чи є епікуреїзм формою гедонізму, чи все ж він віддалився від оригінального гедонізму киренаїків настільки, щоб виділяти та протиставляти його останньому. Тут і далі філософія Епікура

буде позиціонуватись як форма гедонізму, хоча й радикально відмінна від вчення Аристіпа, проте така, що оперує поняттями задоволення та болю (hedone та ponos) та вбачає тісний зв'язок між задоволенням та щастям.

Філософія Епікура – наступний етап розвитку гедонізму – проіснувала як цілісне вчення значно довше, ніж вчення киренаїків, завоювала значну популярність серед сучасників та знайшла відгук серед у роботах філософів наступних поколінь. Як фіксує Діоген Лаертський, Епікур мав як послідовників, так і недругів, проте не зважаючи на зусилля останніх, не зажив лихої слави [12, X 3-11].

Як вказує Діоген, філософія Епікура поділяється на три частини: каноніку, фізику та етику [12, X 30], проте з огляду на тему дослідження, доцільно буде вислітлити лише етичний бік його вчення та дотичні питання. Так до критеріїв істини Епікур відносив [12, X 30-31]:

- відчуття (aistheseis);
- передчуття (prolepseis);
- відчування (pathe);

Його послідовники додавали образний кидок думки (phantasticai epibolai tes dianoiias), як коментує Гусейнов, перші два належать до знань, конкретних загальних речей, тоді як останнє – речі, яким надається перевага чи які уникаються, моральні оцінки, якими є насолода та біль, з розуміння яких безпосередньо випливає Епікурова етика [10, 24.960].

«Всяке *відчуття*, каже він, позарозумне й незалежне від пам'яті: ні саме по собі, ні від стороннього поштовху воно не може собі нічого ні додати, ні відняти», – пише Діоген про послання Епікура Геродоту про природу відчуттів, наголошуючи на нездатності розуму спростувати почуття як те, на що опирається, – Саме існування сприйнятів слугує підтвердженням істинності почуттів» [12, X 31-33]. *Передчуття* у Епікура відповідає механізму пам'яті-переживання приємних моментів, проте у

викладі акцент робиться на передчутті як очікуванні, уявленні про предмети чи явища, що зумовлюють теоретично-концептуальне розуміння: «Адже ми не могли б навіть назвати предмет, якби в силу передчуття не пізнали завчасно його відтиск. Стало бути, передчуття мають силу очевидності» [12, X 30-31].

Хоча головним джерелом його етики Діоген фіксує лист Менекею, його життєві рішення й переконання також можуть слугувати унаочненням етичної доктрини. Зокрема так Діоген передає візію Епікура та його учнів щодо ідеалу мудреця [12, X 118-120b]. Загальна характеристика:

- мудрець вищий за взаємні образи, що беруться з ненависті, заздрості чи презирства;
- досягши мудрості, він не впаде в протилежний стан, навіть удавано, «і навіть уві сні лишиться собою»;
- мудрець більше інших доступний пристрастям (більш тонко розрізняє відтінки почуттів [12, 552]), проте вони не заважають мудрості, сам триматиметься догм, а не сумнівів;
- буде щасливим навіть під тортурами, хоча й буде стогнати (йдеться про духовний спокій, який можливий паралельно тілесному/чуттєвому неспокоєві), (навіть осліпнувши) не позбавить себе життя.
- У стосунках з ближніми:
 - мудрець не каратиме рабів, а жалітиме й прощатиме старанних;

– допускає близькість з такими жінками, «з якими це допускає закон», проте без кохання, красивих промов, тілесного зв'язку, шлюбу чи дітей;

– мудрець здатний до активної вдячності як наживо, так і заочно, «не казатиме друниць навіть п'яним», ніколи не покине друга, у випадку помре за нього.

● З приводу ставлення до влади та влади:

– не займатиметься державними справами, не стане тираном,;

– буде виступати в суді, допомагати правителю за потреби;

– буде перейматись своєю репутацією достатньою мірою, щоб уникнути презирства, не буде кініком чи волоцюгою;

– за потреби зароблятиме, проте лише своєю мудрістю;

– «заведе школу, проте не так, щоб водити за собою натовп».

Окремо відзначає Діоген у поглядах киренаїків, що «гріх гріхові не рівний», здоров'я є суб'єктивним благом, мужність береться зі зваження користі, як і дружба. Тут слід наголосити, що «потрібно... щоб їй щось поклато початок... але потім вона вже тримається на тому, що вся повнота насолод у друзів – спільна» [12, X 120b].

В самому листі Менекею йдеться про наступне:

● у філософії Епікур вбачав заняття для «душевне здоров'я», що однаково підходить для будь-якого віку: «Хто говорить, що займатись

філософією ще рано чи вже пізно, подібний до того, хто говорить, наче бути щасливим зарано чи запізно» [12, X 122].

- бог існує, це блаженна безсмертна істота (якій не слід приписувати нічого, що б не стосувалось безсмертя чи блаженства); боги існують, проте це не боги натовпу, нечестивий (не той, хто відкидає богів натовпу), той, хто приймає думку натовпу про богів, бо це суть хибні домисли (зокрема про божественний задум і правосуддя) [12, X 124].

- смерть нічого не вартує, правильні думки про смерть підважують жагу безсмертя, страх смерті безглуздий: «коли ми є, то смерті ще немає, а коли смерть наступає, то нас вже немає. Таким чином смерть не існує ні для живих, ні для мертвих, так як для одних вона сама ще не існує, а інші для неї самі не існують» [12, X 125], відтак ставлення до життя та смерті має спільну природу.

- бажання бувають марні та природні, де серед останніх є просто природні та необхідні, що в свою чергу поділяються на необхідні для щастя, для спокою тіла та просто для життя; правильне (надавання переваги й уникання) визначення та розуміння власних бажань веде «до тілесного здоров'я та душевної безтурботності», що є кінцевою метою блаженного життя [12, X 128].

- всі насолоди є благом, проте насолоди різняться між собою, деякі з них призводять до більших неприємностей, тому не в останню чергу благом є й самовладання.

- насолода як кінцева мета – свобода від пристрастей тіла та сум'яття душі (на відміну від «насолоди розпусти чи чуттєвості»: «Бо не нескінченні пиятики й свята, не насолодження хлопчиками і жінками чи рибним столом та іншими радощами розкішного бенкету роблять наше життя солодким, а лиш тверезе розмірковування, що досліджує причини

всяких наших преференцій і уникнень і женучої думки, що поселяє велику тривогу в душі» [12, X 132]).

- начало всього й найбільше благо – розуміння (як загалом, так і того, що «не можна жити солодко, не живучи розумно, добре й праведно»)
- не слід покладатись на долю та випадок (що також стосується волі богів), позаяк частиною свободи є влада над своїм життям: «інше випадкове, а інше залежить від нас, — бо ясно, що неминучість безвідповідальна, випадок невірний, а залежне від нас нічому іншому не підвладне і тому підлягає як осуду, так і похвалі» [12, X 133-135].

Відразу помітний контраст філософії Епікура та Аристіпа й решти киренаїків, зокрема у *розрізненні та ієрархічності задоволень*, важливість *самовладання як ключа до свободи від пристастей*. Це виглядає більш переконливо, ніж «влада над задоволеннями» Аристіпа, яку також можна тлумачити як «свободу до пристрастей». *Насолода* Епікура хоча і є кінцевою метою, *не є самодостатньою* та покладається на розуміння природи власних пристрастей та доступних задоволень. Додатковою важливою відмінністю є тлумачення відсутності страждань як блага, що не призводить до жадання насолод, а тому є насолодою самою по собі.

Діоген також *розрізняє* вчення *киренаїків* та *епікурейців* за засадничими постулатами:

1. перші не визнають насолоди у спокої, а лише у «плавному/легкому русі», в той час як Епікур визнає і те, і інше: «Насолода у спокої — це безтурботність і безболісність, насолода у русі — це радість і задоволення» [12, X 136].

2. киренаїки вважають тілесний біль сильнішим за душевний (що однаково стосується й насолоди), тоді як Епікур вважав важчим біль душевний, оскільки душа мучиться бурями «і минулого, і прийдешнього, і майбутнього» [12, X 137].

3. киренаїки визнавали чесноти лише задля насолоди ними, тоді як Епікур вважав, що чесноти невіддільні від насолоди, на відміну від решти [12, X 138].

З «Головних думок» Епікура засадничими для розуміння епікурейської етики є наступні:

III. Величина спожитих насолод обмежується усуненням болю [12, X 138].

V. Солодке життя невід'ємне від розумного, хорошого й правденого, кому бракує останніх, той не знатиме першого [12, X 140].

VIII. Самостійно насолоди не є злом, але досягнення окремих насолод більш обтяжливе [12, X 141].

IX. Насолода тіла має межу, в той час як насолода думки меж не має [12, X 144].

X. Те, що не є уникненням болю, не є необхідним, такі бажання легко розвіюються [12, X 148].

XI. Бажання бувають природні й необхідні, природні й не необхідні, та не природні й не необхідні, останні породжені марними думками (природне й необхідне те, що позбавляє від страждань, на кшталт води для спраглого; природне, але не необхідне те, що урізноманітнює насолоду, але не позбавляє від страждань, за приклад Діоген наводить розкішний стіл; не природне й не необхідне штибу вінків і почесних статуй) [12, X 149].

XII. «Природні бажання, невтамування яких не веде до болю, проте де є напружене прагнення, походять з марних думок; і якщо вони розсіюються з зусиллями, то не через природність, а з людського марнодумства» [12, X 149].

Гусейнов розглядає етичне вчення Епікура через специфіку поняття «евдемонія», оскільки Епікур вважав, що «вирішення етичної проблеми полягає в правильному тлумаченні щастя, подолання його суперечливості».

На думку вченого, Епікур пішов далі Аристотеля в тлумаченні поняття та вбачав *щастя як таке, що знаходиться у владі індивіда*, оскільки це його самодостатність, для досягнення якої людина повинна «жити непомітно, згорнути своє буття до безмежного спокою» (ataraxia, тобто безтурботності) [10, 24.954-24.955].

Перші два критерії істини за Епікуром належать до знань, конкретних загальних речей, тоді як останнє – речі, яким надається перевага чи які уникаються, моральні оцінки, якими є насолода та біль [10, 24.960].

Гусейнов вбачає ідеал Епікура в незалежності індивіда від світу у формі безтурботності як свободи від страждань та сум'яття (aronia і ataraxia відповідно). «Звідси — його прагнення удосконалювати себе і умови свого життя. Якщо помислити цей людський рух угору завершеним, то ми отримуємо епікурівського самтяжіючого, самодостатнього, тотожного самому собі індивіда, котрий скинув з себе обруч зовнішньої детермінації, вирвався з ланцюга причинно-наслідкових зв'язків» [10, 24.963-24.964]. Свобода тут – прогалина «у наскрізній причинності світу» між причинно-наслідковістю та випадком.

В цілому Гусейнов виокремлює три свободи у філософії Епікура:

- 1) *свобода від страждань*, що досягається Епікуром не стільки через активне задоволення, як через пасивну безтурботність з відсутності страждань. Гусейнов зауважує як взаємосуперечливість принципів задоволення та безтурботності, проте сам же зазначає, що Епікур «старається зняти це притиріччя зведенням задовольень до легкодосяжного мінімуму й їх тлумаченням як пасивних станів». Прагнення індивіда щодо світу є утвердженням його відокремленості від світу, частина його автономії [10, 24.967-24.971].
- 2) *свобода від страхів*, зокрема страх перед богами (радше атеїстичний пафос, де боги існують, проте як ідеал блаженства, а не суб'єкта

провидіння чи промислу), страху перед необхідністю та перед смертю [10, 24.974-24.976]

- 3) *свобода від соціуму*, що виражається в оминанні умисних небажаних дій інших індивідів та досягається нейтралізацією взаємної ворожнечі та укладення соціального договору. Гусейнов наголошує, що для епікурейців важливо як притримуватись суспільних законів, так і триматись від них на дистанції, щоб не потрапити в залежність від соціальних норм; «їх необхідно притримуватись не задля них самих... а тільки через неприємні наслідки, з якими пов'язане їх порушення, в тому числі й таємне». Якщо межа свободи в суспільстві загалом проходить по постулатах «не ненавидіти, не заздрити, не зневажати», то дружба – суспільні відносини, що лишаються невідчуженими. Такі відносини суть добровільно обрані, причинні засновки яких губляться в самому індивіді [10, 24.983-24.988].

Наостанок Гусейнов узагальнює ідеал щастя в етиці Епікура як двоступеневий, який потребує не лише досягнення, а й постійної підтримки, «є своєрідною формою обґрунтування нескінченності морального самовдосконалення особистості» [10, 24.989].

Висновки до першого розділу

Вищенаведені матеріали демонструють історичні течії гедонізму, представлені Аристіпом та Епікуром. Школа киренаїків постала перед сучасниками як суперечлива. Їх погляди сьогодні можна тлумачити як радикально егоїстичні, де суб'єктивність відчуттів в купі з *абсолютністю задоволення не витримували критики*, а несистемний розвиток течій киренаїків (зокрема, гегесіанські та феодорівські школи) з утратою реальності та зовнішніх орієнтирів протиставляли себе суспільству, не гребували засобами для досягнення задоволення, демонстрували нігілістичні тенденції, брали початок з невміння розпорядитись внутрішньою свободою.

Примітна особливість гедонізму Аристіпа та його послідовників (важлива для подальшого дослідження) – перевага тілесних відчуттів над духовними, тяга до максимального задоволення і виру позитивних емоцій (де відсутність страждань – не задоволення).

На противагу цьому епікурейські засади можна тлумачити в душі *помірного егоцентризму*, що має трансформаційний потенціал у *помірний альтруїзм*. Оскільки основна відмінність – визнання відсутності страждань як своєрідного задоволення, у соціальному процесі гедонізм Епікура характеризується виваженістю, орієнтацією на суспільні та державні інститути (з егоїстичних/егоцентричних причин, задля підтримки максимальної безтурботності), а зменшення кількості «активних» пристрастей і визнання переваги духовної складової почування задоволень над тілесними позитивно позначалась як на репутації Епікура серед сучасників, так і на моральній складовій його вчення.

Вчення киренаїків та епікурейців *однаково* визнають задоволення найвищою цінністю (внутрішньою цінністю) що робить їх *етичними гедоністами* в однаковій мірі, проте риси *аксіологічного гедонізму* (за визначенням Тіллея) притаманні саме киренаїкам. Психологічність також притаманна обом школам, проте з огляду на якісний підхід у епікурейців (киренаїки не розрізняли задоволення за якістю та не порівнювали їх) дозволяє окреслити певні насолоди як обтяжливі, що також слугує стримуючим фактором щодо проактивного задоволення, яке за Епікуром не веде до істинного щастя. Слід також зазначити, ідеал свободи (влади над насолодами (а не навпаки) у киренаїків та свобода від страждань у епікурейців) у обох шкіл різняться, зокрема це впливає у ставленні до насолод. Оскільки Аристіп не визнавав відсутність страждання за задоволення, задоволення, що їх він прагнув, мали двоїсту природу (складались з зовнішнього процесу-дії та внутрішнього сприйняття) і

полягали більше у світі зовнішньому, ніж із внутрішньої вираженості. Епікур же, визнаючи безтурботність за задоволення, менше залежав від зовнішніх чинників, відтак його версія гедонізму була більш автономною, а відтак менш піддається внутрішнім сумнівам.

З наведених матеріалів також впливає зв'язок утилітаризму та гедонізму, зокрема у спробі обґрунтувати утилітаристське благо через задоволення окремими авторами.

РОЗДІЛ II. Концептуалізація гедонізму в модерних та сучасних етичних теоріях

Як зазначалось у першому розділі, ідеї гедонізму після певних трансформацій та доповнень були успадковані утилітаризмом, огляд специфіки якого необхідний для розуміння сучасних теорій задоволення.

2.1. Гедонізм у класичному утилітаризмі

Б. Еггстон визначає утилітаризм як «етичну теорію, згідно з якою правильність і неправильність дій залежить лише від факту щодо максимізації загального благополуччя»; утилітаристські мотиви він вбачає у роботах Платона та Аристотеля, проте лише з XVIII ст. утилітаризм окреслився як самостійна теорія, зокрема у роботах Девіда Г'юма, Джеремі Бентама, Джона Мілля та Генрі Сіджвіка [34, с. 452].

Вчений визначає п'ять таких головних характеристик утилітаризму [34, 452-453]:

- *консеквенціалізм* – точка зору, за якої правильність та неправильність дій залежить винятково від фактів про наслідки дій. Так твердження, що дія правильна лише тоді, коли наслідки щонайменш настільки ж позитивні, як ті, яких можна було домогтись іншими засобами, є консеквенціалістським. Прикладом неконсеквенціалістської тези є визнання залежності правильності вчинку від багатьох факторів як частини цілісної системи, визначеної мораллю відносно вчинку;
- *велфаризм* (welfarism) – позитивність чи негативність наслідків чи стану справ залежить винятково від фактів про добробут або щастя у загальному сенсі. Тобто йдеться про можливість порівняння одного стану справ з іншим та вибору того, де вищий добробут;

- *індивідуалізм* – позиція, згідно з якою джерела цінностей лежать в індивідах (тобто індивід – об’єкт морального відношення, а не колектив), протилежна ж думка свідчить, що колективи також можуть бути джерелами цінностей більших, ніж цінності, що можуть бути асоційовані з індивідом; аналогічно джерела моралі можна шукати в екологічній ситуації, одиничному живому організмові тощо. З усіма переліченими позиціями, крім першої, утилітаризм несумісний;
- *накопичення (aggregation)* – концепція сумарного накопичення стану справ чи цінностей окремого індивіда;
- *максималізація (maximalization)* – цінностям та станові справ належить бути настільки хорошими, наскільки це можливо.

Утилітаризм як явище XVII століття пов'язаний з новими суспільно-політичними реаліями в Європі. Реформи соціальних структур та демократичні рухи потребували нових етико-нормативних програм. Таких, що орієнтуються на спільне благо раціональних індивідів і забезпечують «найбільше щастя найбільшій кількості людей» [25, с. 116]. У якомусь сенсі така програма реалізована у суспільстві споживання: базові матеріальні блага доступні більшій кількості людей. Проте чи можна назвати це запорукою спільного блага – велике питання.

Принцип велфаризму, а саме акцент на категорії корисності є найбільш цікавою зв'язкою з гедонізмом. Зокрема, Бентам розумів корисність саме як найбільше задоволення. І хоча точного визначення поняття «задоволення» в класичних роботах утилітаристів знайти важко, І.І. Маслікова стверджує, що при уважному прочитанні робіт Бентама та Мілля промальовується їх розуміння задоволення як «приємного відчуття, особистого досвіду, що має

різноманітні варіації – захопленість, вподоба, прихильність, радість, ейфорія, пристрасть, задоволеність тощо» [25, с. 118].

Найбільш явно гедонізм вступає у зв'язок з утилітаризмом на етапі трактування поняття добробуту. Більшість форм утилітаризму виходить з [34, с. 454]:

- *гедоністичної теорії*, що визначає добробут, наскільки задовільним (pleasurable or enjoyable) є життя індивіда
- *теорії задоволення бажань*, яка не заперечує можливість задоволень бути бажаннями, проте узагальнює, стверджуючи умовою добробуту здійснення бажань індивіда (також може бути зведена до гедонізму)
- *теорії об'єктивного списку*, котра, на відміну від попередніх просуб'єктивних теорій постулює залежність добробуту від певних зовнішніх об'єктивних понять, а не внутрішніх станів.

Вже згадані Тіллеем розрізнення на кількісний та якісний гедонізм виокремили саме утилітиристи, хоча й не подолали проблему вимірювання та порівняння видів задоволень. Бантам, наприклад, вважав, що задоволення залежить від кількісних характеристик: інтенсивності, тривалості, віддаленості, частоти тощо [25, с. 18].

Г. Єрмоленко підкреслює зв'язок теоретично осмисленої мови споживацької культури з утилітаризмом [13, 14-17], та відзначає гедоністичний аспект «моральної арифметики» Бентама. Спроби отримати окреслене, в якомусь сенсі вимірюване задоволення – базове прагнення споживача. А. Деменєв взагалі відзначає вплив утилітарних тез на сучасну економіку («економіку щастя» зокрема), прослідковує зв'язок утилітаризму з егоїстичними та та егоцентричними моделями поведінки [11, 74-78].

Зі свого боку, Мілль розумів сладкість кількісного гедонізму і натомість ввів якісну ієрархію задоволень: «нижчі» та «вищі» [25, с. 118].

Він, так само як і деякі філософи античності, протиставляв чуттєві насолоди моральним та інтелектуальним. Проте так само не вирішує питання розмитості критеріїв порівняння індивідуальних досвідів.

Так дослідники С. Бойко та А. Магомедова роблять висновок, що різні морально-етичні теорії в окремі історичні періоди були програмними – до таких вчені відносять і утилітаризм з гедонізмом, пов'язуючи концепт утилітарності з можливістю користуватись ним, тобто споживати –, конструюючи духовні цінності сучасників, і навіть втративши актуальність з ходом розвитку цивілізації, лишаються парадигмальними [4, 1274-1276].

2.2. Концептуалізації гедонізму в сучасній етичній англомовній традиції

В попередньому підрозділі було прослідковано як дискусія щодо гедонізму отримала новий подих в XVII-XVIII ст. на фоні посилення уваги до індивідуального досвіду людини. Значний внесок до розвитку етики додали Девід Г'юм, Джон Мілль, Фрідріх Ніцше. Модерні теорії, в свою чергу, реактуалізувались у XIX-XX столітті з формуванням нових філософських дисциплін, таких як соціальна філософія та епістемологія. Філософів Джордж Мур, Девід Росс, Чарлі Брод, Гілберт Райл та Родрік Чізолм можна назвати сучасними теоретиками гедонізму [36].

Один з родоначальників аналітичної традиції філософії Джордж Мур зазначає, що твердження Бентама про те, що біль та насолода визначають людську діяльність, робить його психологічним гедоністом, а точніше гедоністичним детерміністом. Його форма психологічного гедонізму більш «вільна» й дозволяє окремим гедоністичним мотиваціям не детермінувати нашу поведінку, в той час як деякі гедоністично детерміновані дії не приносять задоволення. Слабкість засобів спричиняє нездатність мотивації породжувати наші дії, а дотичний парадокс гедонізму полягає в тому, що

гедоністично вмотивовані чи детерміновані дії забезпечують менше задоволення порівняно з тими, що були отримані іншим чином [36].

Згадаємо, що за Тіллем психологічний гедонізм (мотиваційний) утверджує задоволення чи біль як головну людську мотивацію. Етичний (оціночний, інколи зустрічається як аксіологічний) постулює задоволення як цінність та біль як його протиполог [37].

Аргументи за психологічний гедонізм виводяться з мотиваційно-егоїстичного твердження, що кожен з нас мотивований примножити власну користь та твердження, що власна користь є максимальним чи достатнім балансом між задоволеннями та болем, хоча ця теза доволі суперечлива.

Мур надає критичні зауваження, які можуть бути узагальнені наступним чином [36]:

- інколи ми вмотивовані речами, які не дають ні насолоди, ні найвигіднішого балансу задоволення-болю;
- ідея максимального задоволення чи найліпшого співвідношення між задоволенням та болем не може бути об'єктивно виміряна;
- не всі задоволення в перспективі мотивують.

Мотиваційний гедонізм серйозно підривається будь-яким випадком, де індивід мотивований будь-чим поза задоволенням та болем. Наприклад, батьківство, дії з нудьги, героїчна самопожертва.

У відповідь гедоністи розділяють базові (*basic*) не базові (*non-basic*) прагнення. Базові ті, що незалежні від думок про наслідки. Небазові ті, що опираються на певні зовнішні фактори. Мотиваційні гедоністи можуть стверджувати, що кожне базове прагнення має певне задоволення як об'єкт, а кожне небазове прагнення залежить від думки індивіда, як певна дія може принести йому насолоду. Таким кожне небазове прагнення спричинене думкою індивіда про предмет прагнення, що той принесе задоволення; тобто

це працює як з голодом чи спрагою, прагненням слави/сили/помсти та прагненням блага ближніх [36].

Це надає гедонізму виправдання, що базові прагнення спрямовані на *задоволення безпосередньо*, в той час як небазові прагнення спрямовані на *задоволення опосередковано* через думку, що дана дія принесе йому задоволення.

Сьогодні психологічний гедонізм доцільніше досліджувати з залученням міждисциплінарних методів. Нові відкриття у психології, соціології, нейронауках виводять дискусію на новий рівень.

Філософська робота все ще буде необхідною для узгодженні емпіричних наслідків з тезами мотиваційного гедонізму та дослідження наслідків впровадження таких теорій у суспільні практики.

Розглянемо ще один важливий вид гедонізму – *аксіологічний гедонізм*. Його основні компоненти [36]:

- 1) Кожне задоволення є внутрішньою цінністю;
- 2) Ніщо, крім задовольень, не має внутрішньої цінності;
- 3) Внутрішня цінність задоволення залежить лише й напряду від кількості задовольень.

Тіллей акцентує увагу на внутрішній цінності задовольень у цій теорії, та констатує байдужість аксіологічного гедонізму до природи походження задоволення, навіть якщо воно досягається асоціальними засобами.

Аргументи на користь аксіологічного гедонізму Тіллей узагальнює з постулатів утилітаристів [37, 568-569]:

1. Синонімічний характер слів «хороший» і «приємний» та дозволяє утвердити задоволення як внутрішнє благо;

2. Аргумент Дж. Мура: якщо «щастя є самоцінним», а «Х є внутрішньо цінним лише тоді, коли його бажають задля самого Х». Через ототожнення щастя та задоволення впливає допустимість твердження

«Задоволення є внутрішньо цінним», проте самоцінність щастя і ототожнення щастя й насолоди є спірними пунктами;

Проте існують також проблеми, які стоять перед аксіологічним гедонізмом [37, 569-570]:

- встановлення реальності внутрішніх цінностей та опонування їх до зовнішніх: чимало філософів стверджують, що всі цінності є зовнішніми і ніщо не має внутрішньої цінності в абстрагуванні від всього решти.
- кількісні задоволення: суперечки з приводу того, чи можна вимірювати величину задовольень і, якщо так, то як, точаться навіть серед самих кількісних гедоністів.
- що таке «задоволення»? специфіка питання полягає як у використанні терміну самими гедоністами, так і зафіксовано в мові, а еквіваленція задоволення до відсутності болю робить аксіоматичний гедонізм радше плюральною, ніж моністичною системою цінностей, що в свою чергу суперечить аксіологічному гедонізмові, який вважає монічність ключовим пунктом своєї теорії та найбільшою перевагою.

Висновок до другого розділу:

З XVII століття дослідження поняття «задоволення» вийшли на новий рівень завдяки філософам-утилітаристам. Спільне благо як головний принцип суспільного життя створило потребу у визначенні та проведенні зв'язків між такими поняттями як «користь» і «задоволення». Незважаючи на нові споби вимірювання цих параметрів, утилітаристам так і не вдалось їх належним чином конкретизувати. Проте цей крок став поштовхом для все більш професійного вивчення гедонізму, а також для безпосередніх суспільних практик, що на нього спираються.

В свою чергу, американська аналітична традиція допомогла нам розібратись у концептуальних засадах та проблемах визначення гедонізму як теорії задовольень, які постали під філософами раннього Модерну. Було

розглянуто детально два види гедонізму, які досліджують сучасні автори: аксіологічний та психологічний. Обидва передбачають свої погляди на природу дій людини. Психологічний гедонізм розглядає людину як таку, що прагне до задоволень відповідно природі її психіки. Аксіологічний гедонізм апелює до раціонального усвідомлення внутрішньої цінності гедонізму. Зазначені теорії можуть між собою поєднуватись. Зокрема, у поясненні практичних ситуацій та суспільних рухів. Дослідити елементи різних гедоністичних теорій у визначенні та формуванні сучасних явищ, таких як споживання, спробуємо в наступному розділі.

РОЗДІЛ III. Гедоністичні установки в суспільстві споживання

3.1. «Суспільство марного класу» як прототип «суспільства споживання»

Як зазначає А. Ланцев у своєму дослідженні суспільства споживання як соціально-філософського концепту, «сучасне споживання пронизане духом гедонізму, нерозривно пов'язане з прагненням до спрощення процесу отримання задоволення, його максимізації та тотальності». [22, 4]

Ланцев відносить модель Торстейна Веблена до групи теорій, що розглядають споживання як індикатор соціальної стратифікації, оскільки, на думку Веблена, «індивідами постійно рухає суперництво, вони знаходяться в стані постійного порівняння свого стилю споживання зі стилем споживання інших індивідів», за рахунок чого вибудовують модель соціальної стратифікації. Примітно, що введене Вебленом «демонстративне споживання» є таким лише за умови, коли спожиті товари та послуги можна виставити на показ [22, 12].

На противагу теорії марного класу Веблена, Бодрійяр зазначає, що «в суспільстві споживання індивіди вже більше не змагаються одне з одним у володінні благами, вони самореалізуються в своєму споживанні, кожен сам по собі» [22, 19], однак до цього обов'язково потрібно додати, що така симулякризація соціальних зносин відбувається внаслідок кризи ідентичності, самовираження як самореалізація через складну систему опосередкованих знаків тут виходить на іншу проблематику, що випадає з предметного поля дослідження.

Щодо питання античного гедонізму Ланцев відзначає, що [22, 20]:

- головна заслуга Аристіпа – реабілітація прагнення до задоволення, яке до цього вважалось ірраціональним;

- його вчення сфокусувало увагу на природі задоволення, давши можливість опанувати свої бажання;
- Епікур вибудував своє вчення як психологічний гедонізм з елементами етичного;
- гедонізм Епікура покладається на почуття, обране розумом, які мають в рівній мірі бути в основі будь-якого вибору.

Як зазначає А. Ланцев, «суспільство споживання являє собою концепт, тобто взаємопов'язані ідеї та установки, що мають внутрішню об'єктивну логіку та саморозвиваються в історії західної філософії, починаючи з античності. Даний концепт тісно пов'язаний з вирішенням таких вічних філософських питань, котрі хвилювали мислителів різних історичних періодів – пошук щастя; пошук місця людини у світі, в суспільстві; пошук сенсу людського існування і призначення людини». Прослідковуючи складові споживання, він робить висновок про еволюційний характер суспільства споживання як суспільного порядку, простежувані тенденції тягнуться ще від Античності [22, 34-35].

Торстей Веблен зробив вагомий внесок у дослідження суспільства споживання, ввівши в широкий обіг «показне споживання» (*conspicuous consumption*), «показне дозвілля» (*conspicuous leisure*) у праці «Теорія мароного класу», виданій у 1899 році [30, 1-5].

Як відзначає дослідниця С. Сорокіна, на ранніх етапах розвитку капіталізму обсяги виробництва та додана вартість були порівняно невисокими, що змушувало підприємців до обмеження споживання, що в купі з квакерством (релігійною течією, що в основу покладала ощадливість та скромність життя) сприяло як накопиченню капіталу, так і підтримці соціокультурного тла, далекого від цінностей суспільства споживання. Однак по мірі монополізації галузей окремими власниками, концентрації виробництва та фракціювання капіталу почали складатись умови для високої

норми виробничого накопичення водночас з можливістю марнотратного споживання. Так надмірне споживання стає загальноприйнятим для фінансової еліти, оскільки перетворюється на статусний доказ платоспроможності [30, 11].

З огляду на переважно історичну методологію концепція Веблена має більше історико-економічний характер, ніж соціально-філософський, тому необхідно розглянути класифікацію історичних періодів, щоб ліпше зрозуміти соціальні моделі, що стоять за ними. Періоди за Вебленом [30, 15]:

- «рання і пізня дикість»
- «войовниче» і «напівмирне» варварство
- «цивілізація»

Варварство тут ставиться в протилежність ранній дикості та ґрунтується на поділі доданої вартості між військовою та жрецькою кастою, та нижчими шарами населення, що його створюють. Саме тоді й зароджується протомодель нинішньої поведінки «марного класу», протомоделлю протилежності якого є «продуктивна» модель поведінки, в основі якої лежать «соціальні звички, типові для періоду ранньої дикості» [30, 15]. Як коментує Сорокіна, «Ідея визначальної долі звичаїв, звичок проходить через всю «Теорію марного класу», виступаючи основою історико-економічної концепції Веблена. У свою чергу ця історико-економічна концепція важлива для оцінки тої критики, в якій Веблен піддав сучасне йому капіталістичне суспільство» [30, 15]. Цими протилежними типами є «мирний» та «хижацький», які є типами економічної діяльності та звичаю мислення.

За Вебленом, існування марного класу як інституту бере початок з розмежування діяльності на престижну та непрестижну.

Дозвільний клас, на думку Веблена, виник не відразу, а поступово. В «мирний» період конкуренція у прагненні до корисності суспільству й має

радне мотивуючий характер, ніж символічно-насилницький: «Яку б форму не набирало економічне суперництво між членами такої групи, воно буде стосуватись головним чином корисності членів общини в трудовій діяльності. В той же час спонукання до суперництва не велике, а сфера його прояву обмежена» [7, 68]. З переходом же до «хижацької» фази умови конкуренції змінюються, утворюється атмосфера конкуренції, яка поступово виходить з «традиційного» поля діяльності (мисливство, війна тощо) у вимір символічного (так трофеї та доблесті стають атрибутом існування), виникає заздрість з боку набутого працею до набутого насиллям [7, 69].

Веблен зауважує, що різниця між цими фазами культури лежить не в механічному розрізненні, а в розрізненні свідомому, оскільки процес переходу від одного до другого дуже поступовий, обмежений «знизу» виробництвом: «Життя тої чи іншої групи буде характеризуватись як миролюбне до тих пір, доки звичай звертатись до битви не висуває боротьбу на перший план у повсякденній свідомості людей, поки вони не стають чільною ознакою суспільного життя людини» [7, 71].

Суперництво такого характеру, пише Веблен, є мотивом, що лежить в основі власності; це стає зрозумілим, коли термін «матеріальне споживання» взятий у далекому від свого наївного смислу значенні, можна сказати, що матеріальне споживання дає силу стимулові, від якого незмінним чином походить накопичення" [7, 75], «По мірі того, як хижацька діяльність витісняється продуктивною діяльністю в повсякденному житті общини, а також в образі мислення людей, трофеї хижацьких набігів як загальноприйнятий показник успіху й переваги в силі поступово, проте все більше замінюються накопиченою власністю» [7, 77].

З появою олігархічної еліти (яку Веблен називає «грошовим класом») виникає й потреба цієї еліти у підтримці власного статусу: «Для того чтобы заслужить и сохранить уважение людей, недостаточно лишь обладать

богатством и властью. Богатство или власть нужно сделать очевидными, ибо уважение оказывается только по представлении доказательств» [7, 84]. Таким чином окреслюється дозвільність як стиль життя, дистанціювання від символічних атрибутів бідності стає умовою та запорукою підтримки нинішнього статусу.

Не слід розуміти дозвілля тут (в російському перекладі «праздность») як пасивне, йдеться про «непродуктивне споживання часу» [7, 89]. Дихтомія «час-гроші» міцно зв'язує продуктивний час з роботою, що ліпше виражає «мирний» час, ніж «хижий», адже продукт праці – продукт плідно витраченого часу. Дозвільне життя теж свого роду зайнятість, проте продукт марності за даних соціальних умов – престиж, нематеріальна цінність. До таких цінностей Веблен відносить «квазінаукову чи квазіхудожню освіченість, а також обізнаність про процеси й події, що не мають безпосереднього просування вперед людського суспільство» [7, 90]. На час написання роботи (кінець XIX ст.) такими з позиції автора були мертві мови, окультизм, самодіяльність, стиль, інтер'єр, домашні тварини тощо. Веблен коментує це так: «якби ця освіченість не виправдовувалась в якості міцного свідчення непродуктивних затрат часу, вона не змогла б існувати, зберігаючи за собою положення традиційної освіченості марного класу» [7, 91].

Характер спожитого, на думку Веблена, також підкорюється конкурентній парадигмі: «Непродуктивне споживання матеріальних цінностей почесне, по-перше, як знак доблесті і необхідна умова збереження людської гідності, по-друге, воно саме по собі стає реально почесним, особливе споживання того, що найкраще» [7, 109]. З огляду на це визначається табу на матеріальні втілення престижу серед крайніх та вразливих верств населення (окремо слід зазначити, що це розповсюджується на жінок, дітей та рабів у ранніх суспільних устроях (109). Для жінки, як пише Веблен про ранні устрої, носіння прикрас є

виправданим лише тоді, коли вона представляє частину матеріальних благ свого чоловіка, до яких належить і сама [7, 110-111]), а лише тоді, коли вона представляє частину матеріальних благ свого чоловіка, до яких належить і сама), з переходом же до квазімиролюбства їм відводиться «нормами суспільства» лише найнеобхідніше для підтримки життя (особливо помітно в гастрономічній розкоші) [7, 109].

Споживчі тенденції Веблен вважає динамічними, рух здійснюється за соціальною горизонталлю вниз, поступово розповсюджуючи марне споживання на решту суспільства, завдяки чому споживання усталюється, завдяки чому стає соціальною нормою, щоб у подальшому стати культурним кодом: «В современном цивилизованном обществе пограничная линия между его слоями становится размытой и подвижной, и в любом обществе, где имеет место такая картина, норма почтенности, устанавливаемая высшими классами, распространяет свое влияние сверху вниз на всю структуру общества до самых низких слоев. В результате в качестве своего идеала благопристойности представители каждого слоя общества принимают образ жизни, вошедший в моду в следующем соседнем, вышестоящем слое, и устремляют свои усилия на то, чтобы не отстать от этого идеала. Боясь в случае неудачи поплатиться своим добрым именем, а также потерять уважение к себе, они вынуждены подчиняться общепринятому закону благопристойности, по крайней мере внешне» [7, 120].

Веблен нехай умовно, проте розрізняє марність/дозвільність та споживання, де перше позначає непричетність чи дистанціювання від важкої праці, а друге є ознакою значної кількості капіталу відносно решти (зокрема середньостатистичного представника) населення. За умов тісності й малочисельності спільноти основним засобом вираження статусу є дозвільність, тоді як по мірі зростання чисельності та диференціації

населення відбувається перехід до споживання: «Це особливо справедливо під час пізньої, миролюбної економічної стадії. Засоби комунікації і рухомість населення представляють індивіда на огляд багатьох людей, що не мають жодної інакшої можливості судити про його поважність, окрім як матеріальних цінностей (та, імовірно, виховання), котрі він, знаходячись під безпосередніми наглядом, здатний виставити напоказ» [7, 121-122].

Модель Веблена активно конституює споживання головний спосіб одержання задоволення, проте відбувається відчутне зрушення у бік задоволення як атрибуту, а не оригінальної самоцінної даності. Марний стиль життя сам по собі також не є остаточною цінністю, він тісно пов'язаний з багатством через статусність: марний стиль життя утверджує в анонімному місті достаток носія, тоді як достаток передбачає марне дозвілля як спосіб проактивного постійного підтвердження власного матеріального становища.

3.2. Гедоністичні елементи у структурі механізмів суспільства споживання

Дослідники Н.А. Аранович та Г.С. Пак виокремлюють три дискурси споживання в суспільстві постмодерну [1, 20]:

- марксистський дискурс, що зосереджений на дихотомії виробництва й споживання;
- вебленівський дискурс «демонстративного споживання»;
- постмодерністський дискурс знаково-символічних форм Ж. Бодрійяра.

Коли йдеться про концепт споживання, йдеться про бінарну опозицію модерністської та постмодерністської версій споживання [1, 20]

Споживання з позиції модерну постає скоріше в соціально-економічному аспекті, це частина виробничих відносин, умова виживання (для архаїчних форм устрою зокрема), проте по мірі розвитку

суспільства, поділу праці та появи приватної власності система ускладнюється, а «надлишкова продукція парадоксальним чином призводить не до процвітання суспільства, а до його поляризації» [1, 20]. Автори згадують класифікацію задоволень Епікура і згодні з тим, що така модель розумного споживання могла б розв'язати проблему, проте зауважують, що розвиток цивілізації пішов не заданим Епікуром напрямом.

Проте, коли йдеться про потреби, в тому числі й в системі Епікура, можуть виникати додаткові проблеми. Марксистська позиція суспільства споживання вказує, що «розумними чи нерозумними можуть бути лише соціальні потреби індивіда. В той час як біологічні потреби в чистому вигляді не існують» [1, 21]. У марксизмі потреби включені в складну систему відношень з різними класифікаціями, де мають враховуватись галузь діяльності (потреби праці, пізнання, суспільства, рекреації, об'єктні потреби, що виражені матеріальним, духовним, етичним чи естетичним, функціональні ролі, урахування суб'єкта тощо, проте дослідники відзначають складність та парадоксальність такого підходу через внутрішню антонімічність марксизму.

Хоча слід зазначити, що більш лінійно-ієрархічна модель, як от «піраміда потреб» А. Маслоу не враховує конкретно-історичного характеру окремих потреб та їх щільної взаємодії між собою. Системне розуміння людських потреб на всіх зрізах дійсності потребує не ієрархічності, а радше мережовості, оскільки така модель «дозволяє зрозуміти багатоманіття їх [потреб] поєднання та взаємодії» [1, 21-22], а жоден окремий тип потреб Маслоу не може бути задоволеним остаточно без залучення інших.

Як узагальнюють дослідники, «потреби вищого рівня перетворюють потреби нижчого рівня, роблячи їх у відомій мірі такими, що не задовольняються, оскільки спосіб їх задоволення слугує іншій цілі»,

пропонуючи в якості ілюстрації концепцію демонстративного споживання Т. Веблена.

Феномен демонстративного споживання з'явився в кінці ХІХ ст. у США (на хвилі появи нової хвилі багатих промисловців, що намагались наслідувати вищий клас Європи) властивий для тогочасного «дозвільного (марного) класу» (який, як буде показано згодом, не обмежується лише фінансовою верхівкою), про який буде йти мова нижче. Узагальнюючи, демонстративне споживання полягає у використанні споживання для доведення володіння багатством та для підтримання статусу. До такого виду споживання призвела масова урбанізація, де «анонімність міського існування штовхає індивіда потребу в самоствердженні, що перетворює спосіб втамування інших потреб та надає їм ірраціональних рис» [1, 22].

Концепція споживання Ж. Бодрійяра віддаляється від попередніх, оскільки «принципово не пов'язує споживання з людськими потребами... Об'єкти споживання складають систему знаків, що диференціюють населення. В процесі споживання об'єкт перетворюється в символ, а це означає, що вживаючи його, людина не лише, а часто не стільки задовольняє свої базові потреби, скільки сигналізує оточуючим з допомогою набору спожитих товарів, хто вона, чого хоче і т.д.» [1, 23]. За споживанням закріплюється комунікативна функція, об'єкти несуть ідею стосунків між людьми, а самі товари і послуги стають знаками, які індивід переносить на себе, створюючи собі нові ідентичності. Відчуження праці разом з нерівномірним розподілом капіталу нормалізує кредитний інститут, чим відчужується від власних коштів, розпоряджаюсь чужими, а тому відчужується й від спожитого: «...сучасний споживач мимохіть інтеріоризує і приймає як даність те нескінченний приму, котрому він піддається — обов'язок купувати, щоб суспільство продовжувало виробляти, а сам він міг працювати далі, аби було чим заплатити за вже куплене» [1, 23].

Виникають подібні стосунки з кількох причин [1, 23]:

- неусвідомленість механізму відчуження між покупцем та платником
- саморепрезентація в умовах анонімності міста
- творення віртуального образу власного «я»
- спроба жити відповідно до засобів призводить до зниження рівня життя

Як зазначає дослідник А. Ільїн, людство протягом своєї історії споживало, окремі індивіди прагнули до розкоші, а багатство було престижним, проте попередні епохи не пов'язані зі споживанням такою мірою, щоб асоціювати їх з акцентом на цьому понятті. На основі концептуальних напрацювань щодо споживання даний феномен можна розглядати як 1) тип культуротворчих зносин, що обертаються навколо накопичення благ як втілення статусу та 2) рух на розширення прав споживачів для «забезпечення якості споживчих товарів і послуг та легітимація лише чесної реклами», проте остання специфікація зашироко трактує споживання й споживача, втрачаючи цінність з позиції культурного аналізу. Не підходить і визначення споживання як «цілеспрямованої практичної діяльності задля задоволення потреб у товарі чи послугі з моменту виникнення потреби й закінчуючи поведінкою споживача після покупки товару чи послуги» в силу своєї вузькості та нездатності окреслити сутність культури споживання [16, 23].

Посилаючись на Ж. Бодрійяра, Ільїн вбачає у споживанні знакову субстанцію, суть якої полягає в символічності матеріальних об'єктів та перенесенні статусу зі спожитих товарів на себе: «Споживання знімає опозицію між реальністю та знаками. Воно є практикою підтримки ієрархізованої знаковості шляхом відправлення соціально стратифікуючих жестів, котрі наближають актора (що їх реалізує) до елітарності і,

відповідно, віддаляють його від суспільної маргінальності» [16, 23-24]. Автор застерігає від ототожнення суспільства споживання та суспільства з високим рівнем споживання, оскільки «соціум іменується споживацьким не тому, що в ньому простежується високий рівень життя і, відповідно, наявно більше людей, наділених можливістю реалізувати споживчі практики, а тому, що в ньому панує система зносин, зумовлених властивими споживацькій культурі цінностями, нормами та психологічними установками» [16, 24].

Споживання як соціокультурна система існує поза трудовою діяльністю, «насамперед у розвагах і перш за все в демонстративних, показних розвагах» [16, 25], споживання стає новим знаменником товарно-грошових зносин, модусом етичної, соціальної та трудової діяльності. У символізмі товарів та послуг полягає «постматеріальний характер споживчої цінності й феномен символічної соціальної мобільності» [16, 27]. Постматеріальність цього символізму виражається у верховенстві символічної складової над існуючим артефактом.

Суб'єктивна установка також присутня в суспільстві споживання, як наголошує Ільїн, позаяк «споживання незнищенне і безмежне, позаяк засноване на дефіциті реальності» [16, 27], і якби воно базувалось лише на поглиненні благ, то угасло за рахунок перенасичення.

Використовуючи модель «суспільства спектаклю» (де мова спектаклю визначається знаками домінуючого самозамкнутого виробництва) Гі Дебора, Ільїн конституює суспільство споживання як «суспільство всезагальної іміджезації, де комунікація між людьми здійснюється переважно актуалізацією себе напоказ, актуалізацією потреби задовольняти свої потреби в демонстративній витратній формі» [16, 28]; як і у Веблена, Ільїн вважає основною функцією споживання саморепрезентацію, щоправда розглядає кожен одиничний акт споживання як такий, що формує ідентичність через спектр спекталізованих та симулякризованих знаків:

покупка відображає нову ідентичність, заміщуючи (деконструюючи) собою ідентичності попередні, а споживче життя заміщує собою життя справжнє.

З приводу поглинання матеріального Ільїн приходиться до тих же висновків, що й Веблен: «Суспільство споживання поглинає матеріальні ресурси, однак перенасичення не викликає, оскільки потреби не лише задовольняються, а й створюються фіктивні потреби, котрі в свою чергу також потребують задоволення; одночасно виробляються блага й потреби» [16, 25].

Ільїн так само, як і Веблен, концептуалізує користь статусних атрибутів не з їх безпосередньої функції, а їх символічності, позаяк «розкішне, тобто те, що виходить за рамки функціональності, споживання вважається ексклюзивним і достойним поваги». Ця символічна користь (відповідно до передумов, заданих Бодрійяром у дослідженні Ільїна) апелює до симулякривної природи конкуренції та похідних форм ідентичності, відтак і символічність користі викривлена; зі слів автора «А псевдокористь — результат, що слугує задоволенню фіктивної потреби. Прагнення підкреслити свій статус... є фіктивною потребою, що знаходиться в одному смислового полі з регресією, з симулякром могутності володіння» [16, 32-33].

Престиж товару (за Вебленом, або ж його символічна значущість, якщо виходити з концепції Бодрійяра) – обов'язкова характеристика, яка залучає покупця в цикл споживання, а таку модель поведінки можна простежити уздовж всієї класової вертикалі: «Масовість даної тенденції полягає в тому, що в гонитві за володіння статусними моделями беруть участь навіть ті (переважно молоді) люди, соціально-економічному положенню котрих дані моделі не відповідають в силу їх дорожнечі» [16, 33]. Ільїн виходить з інтерпретації покупки як символічно сакралізованого психологічного прихистку покупця перед внутрішньою порожнечею, спричиненою

самовідчуженням, проте тенденція «конкуренції» між акторами простежується, адже, як зазначає Ільїн, споживання престижного товару чи послуги дозволяє індивідові прирівнювати себе до економічної еліти через спільний для всього суспільства (бачений як престижний/статусний/історичний тощо) товар.

«Так виробники експлуатують почуття ідентичності споживача, грають на ньому, пропонуючи товари, які наче б то є запорукою щастя й успіху їх власника, не дивлячись на те, що ототожнення товару з образом переможця є нічим іншим, як черговим міфом», – пише Ільїн. – «І покупець купує не товар, а одухотворюючу його легенду. Для задоволення нематеріальної потреби йому пропонується придбати цілком матеріальний предмет, котрий не дає однозначної гарантії задоволення потреб» [16, 33].

Про гедонізм як вектор сучасної культури пише дослідниця Тамара Гусакова [8, 60]

- постмодерна культура характеризується чуттєвим
- епоха масового споживання породила нові способи соціалізації й індивідуалізації, а також новий тип людини, що зосереджує увагу на власному благополуччі й тілі
- нарцис (іменна характеристика Жиля Липовецькі нового типу людини) виник внаслідок гедоністичної персоналізації (що «пов'язана з нейтралізацією соціального простору й оживленням сфери приватного життя, з руйнуванням монолітного модернізму, гігантизму, центризму, жорстких ідеологій, авангарду»)
- гедоністичні цінності прийшли на зміну тоталітарній парадигмі ХХ ст. індивідуальний розвиток підтримується багатим вибором (як ринкової пропозиції, так і ліберальним підходом до спектру благ, що надаються)

Авторка констатує актуальність гедонізму як стратегії буття саме в контексті постмодерну, що «виступає проти тиску єдиного типу дискурсу, а

значить і проти єдиної нормативної основи етики». З утратою нормативно-дисциплінарних засад модерну та приходом етики постмодерну зусилля перестають бути модними: примус та дисципліна поступаються культу бажань і миттєвих задоволень [8, 61].

Антисистемність та плюральність (на противагу класичній) нової етико-естетичної парадигми втілена у неогедоністичній доміні, що пов'язана з тілесністю та еротизацією. Так у Дельоза, Гваттарі та Барта місце знаходить бажання, насолода і лібідозні пульсації у Ліотара та Лакана, а спокуса у Бодрієра [8, 61-62]. Задоволення як самостійний елемент, винесений за дужки соціально-економічних практик на кшталт показної марності Веблена, реактуалізується та починає констатувати характер соціальної дії.

На думку дослідниці, сама природа цивілізації (що породжена доданням незадоволених потреб) конституює доступ до благ, які можна розцінювати як задоволення. Гусакова не погоджується з фрейдистською моделлю репресивної цивілізації, позаяк «знаки репресії моментально перетворюються у знаки насолоди (...придушення бажання є способом його підсилення)». Відтак нове соціокультурне середовище конституює нову реальність, до якої пристосовується людина під тиском власних ненаситних потреб, перетворюючись на вищенаведеного нарциса; пуританська стратегія накопичення поступилась установці витратити [8, 62-63].

Підйом західної економіки середини ХХ ст. зумовив також поширення та розвиток масової культури, що стала фреймом для транслявання реактуалізованого задоволення: «Культ гедонізму і чуттєвих насолод – істотна риса масової культури. Індустрія дозвілля, створена масовою культурою, в багатьох відношеннях є еквівалентом» субкультури дитинства», адаптованої під смаки й інтереси дорослого споживача» [8, 65]. Масова культура тут – не стільки джерело, скільки медіатор задоволення щодо

залученого індивіда. Хоча окремі культурні артефакти можуть нести задоволення, причетність до масової культури визначається залученістю, знаходженням у суцільному плинному просторі образів і цінностей, що набувають форми знаків-атрибутів.

«Особлива роль в культивуванні гедоністичних нахилів належить рекламі, оскільки вона безпосередньо обслуговує найважливіше з людських прагнень – прагнення володіння. Реклама гедоністична за своїм пафосом. Рекламні слогани містять заклики спробувати, порівняти, оцінити той чи інший бренд і непримінно отримати задоволення» [8, 65], проте слід відзначити, що окремі товари належать брендам, які транспонують “цінності компанії” чи приписувані користувачами ціннісні атрибути на товари. Реклама залучає глядача не реактивно отримати задоволення від одноразового користування товаром чи послугою, а проактивно прийняти товар у своє життя, зробити предмет реклами особистим (і особистісним) атрибутом.

За спостереженнями Ж. Липовецькі, на зміну класичному гедонізмові приходять так званий гігієнічний гедонізм, або раціональний, де центром все так само є окремий індивід, проте задоволення з радикального («насолота без сорому») стає більш розміреним, з певної точки зору навіть конструктивним (self-care culture в контексті духовного стану та фізичної форми), проте наріжним каменем лишається консюмеризм [8, 66].

Іншим аспектом сучасного гедонізму є так званий етичний соліпсизм, де під соліпсизмом слід мати на увазі не радикальну форму, а радше егоїзм чи егоцентризм у питаннях власних інтересів і почуттів відносно інших [8, 66] Як зазначає Гусакова, Аристіпа можна зарахувати до етичних соліпсистів, оскільки той зі своєї суб'єктивної позиції вбачає лише задоволення власне, не рахуючись з суб'єктивністю інших, що знайшло

особливий відгук у Феодора, а криза насолоди як центрального концепту в купі з суб'єктивністю – у Гегесія.

До рис гедоністичного світогляду Гусакова відносить:

- етичний соліпсизм [8, 66]
- інфантилізм [8, 66]
- ототожнення блага з суб'єктивним задоволенням [8, 67]
- заперечення трансцендентного належного [8, 68]

Гусакова у висновку робить наголос на «іманентності» гедонізму [8, 69], і хоча стаття спрямована на протиставлення гедоністичної етики «високим» ціннісним орієнтаціям, масштабнішим висновком є самодостатня замкнутість, що за звичайних обставин (зокрема етичних настанов епохи модерну) відчужила б індивіда від решти суспільства, проте з переходом до постмодерну за допомогою консюмеризму така модель стає нормою, своєрідною «м'якою силою» де взаємоконтроль ринку товарів і послуг разом з тенденціями підкорює сучасну людину.

Як пише Гусакова: «У сучасному гедоністичному суспільстві відбувається процес деформації особистості, зумовлений звуженням горизону її буття, руйнацією ціннісної вертикалі, пануванням «зовнішньої людини» над «внутрішньою» [9, 223].

Як зазначає дослідник Т. Харугорв, «серед факторів, що визначають сучасні тенденції соціокультурної динаміки, провідна роль належить глобалізації, одним з головних явищ якої є розповсюдження масової культури американського зразка з її поверховістю, орієнтацією на споживання та гедонізм» [32, 81]. В результаті ринкової трансформації під впливом споживчих цінностей транслуються у спрощеному варіанті «нігілістичного гедонізму, що емансипує задоволення від категорій заборони, обмеження та обов'язку» [32, 82].

Як вказує Є. Ковшов, до початку ХХ ст. гедонізм був малопоширеним (за винятком представників заможних верств), навіть на ранніх етапах капіталізму переважно сповідувалась етика «мирського аскетизму» в інтересах господарської діяльності. Проте з початком ХХ ст. та масовою автоматизацією збільшується продуктивність праці, а споживання як соціально-економічний концепт починає домінувати над виробництвом [19, 90-91].

Гедоністичний модус у суспільстві споживання як соціальної системи, як вже зазначалось, має частково ідеологічну складову. У свою чергу «Ідеологія спрямована не на пізнання реальності, а на вироблення у тих, на кого вона спрямована, апріорного і стандартного засобу розуміння оточуючої людини природного і соціального середовища. Задача ідеології не в правильному відображенні дійсності, а у привчанні більшості людей думати, оцінювати й розуміти подібним чином і діяти під впливом цього розуміння» [19, 92]. Ковшов розглядає сучасний гедонізм і суспільство споживання як взаємопов'язані елементи масової культури.

Важливою складовою дослідження є момент, на якому споживання як соціально-економічна дія ототожнювалось з поняттям щастя та задоволення.

Калабекова зазначає, що «сучасна Homo Consumens є одночасно й Homo voluptatum (людина, що насолоджується) і ці поняття стали сприйматись як ідентичні. Споживання є невід'ємною частиною життя цієї людини, що прагне не лише володіти речами, але й володіти тими гедоністичними радощами, котрі з ними пов'язані» [17, 18]. З приводу самого гедонізму, то цінною заувагою є широта його проявів: «від прагнення до задоволення елементарних життєвих потреб до витонченого естетизму й різноманітних форм символічного задоволення штучно культивованих потреб» [17, 18]. І почуття володіння – приклад такої символічної насолоди.

Як вказує Калабекова, саме через перетворення культу щастя на етичний принцип гедонізм починає нести в собі «моральні орієнтири, що формують цілком конкретні життєві коди, що відповідають термінальним потребам споживацтва. Гедонізм все більше перетворюється в спосіб організації життя, в етичну максиму – як можна більше споживати і – відповідно – отримувати максимум задоволень, що є наслідком переходу від однієї культурної парадигми до іншої, а саме – від колективістської до індивідуалістської» [17, 18].

Гедонізм пройшов трансформацію та був укладений в основу ряду соціальних інститутів, в тілі масової культури перетворився на рушійну силу суспільства: «Суспільство споживання, проголошуючи культ нескінченного і надмірного задоволення потреб, перетворює індивіда і соціум в цілому в співтовариство матеріально забезпечених (і в цьому сенсі щасливих), але «втомлених» від погоні за матеріальними благами людей, а значить — нещасних» [17, 19], так спеціалісти, підкреслюючи кричущість та масовість трансльованих цінностей та культовість успіху з марністю, вводять поняття «примусового щастя». Гедонізм як вчення про щастя через насолоду в умовах масової культури стає єдиною парадигмою, тотальною соціальною нормою, відхилення від якої вважається девіацією. Так гедонізм, в основі якого оригінально покладалась влада над собою й задоволення зі свободою від суспільних упереджень, перетворився на ідеологію взаємного контролю, де щастя недосяжне, а погоня за ними – основний механізм поневолення: «Пропонуючи необхідний і постійно мінливий стандарт споживання, соціум орієнтують суспільство на постійне придбання речей, пов'язуючи з цим індивідуальне і колективне щастя, при цьому обмежує свободу індивіда у виборі орієнтирів» [18, 19].

Вищенаведене демонструє, як гедоністичні тенденції за посередництва утилітаризму були покладені в основу суспільства споживання. Засоби для

існування, що їх можна вважати задоволеннями з позиції обох античних течій гедонізму, на хвилі промислової революції, зростаючої конкуренції та масовості, перетворюються на блага, що несуть елементи розкоші та престижу. Так ощадливість (як самостійна риса, протилежність марнотратства) була підмінена накопиченим (у доконаній формі), відтак шлях одержання статків перестав важити.

Соціально-економічні чинники спричинили трансформацію етосу підприємництва, зумовивши перехід від накопичення до споживання, виходячи з велфаричного, індивідуалістичного, накопичувального та максималізаційного компонентів, проте опосередкувавши задоволення капіталом. Капітал і престиж стають взаємодоповнюючими компонентами та поєднуються

Демонстрація престижу та влади через показне споживання починалось для новоствореного марного класу як засіб утвердження авторитету й зміцнення соціального капіталу, пройшло етап задоволення як прямого, так і задоволення від престижу, а з повним утвердженням суспільства споживання постіндустріальної моделі стало засобом самовизначення. Марний клас остаточно інституціалізував практику одержання задоволення через марнотратний спосіб життя. Проте, як і у випадку з киренаївським гедонізмом, непрорефлексовані абсолютні цінності, що все ж покладаються на зовнішнє середовище, викривляють реальність та відчужують індивіда від світу, спричиняючи втрату моральних орієнтирів.

Висновки до третього розділу:

Таким чином гедоністичні мотиви поклався в основу суспільства споживання, задоволення стало статусним атрибутом престижу. Капітал, що нарощувався ощадливістю як самостійною рисою, перестав бути протилежністю марнотратства, став самоцінним і змістив оптику задоволення в бік витратозалежних.

Взаємодоповнення капіталу та статусу підмінило причину й наслідок марного стилю життя, відтак дозвілля з похідної достатку стало його обов'язковим атрибутом, щоб потім стати умовою підтримки багатства в умовах анонімного урбаністичного життя задля демонстрації своєї соціально-економічної спроможності брати участь окремо як соціальному житті (бути членом певного прошарку суспільства), так і економічному (бути спроможним брати участь у збереженні та примноженні капіталу).

По мірі розвитку цивілізації та переході до постмодерну, змінились і стратегії споживання. Постіндустріальна глобалістична модель оголила індивіда, примушуючи його шукати шляхів самовираження та самовизначення. Контекст нової доби розгорнувся навколо бачення задоволення, заданого киренаїками, а не епікурейцями, хоча це бачення і зазнало значних змін.

Модель Веблена вбачає зв'язок між гедонізмом і споживанням як між задоволенням та статусом – через марне споживання набувається статус, який використовується для здобуття чи підтримки атрибутів статусу, замикаючи коло споживання та задоволення навколо акумульованого капіталу. Як накопичення, так і споживання несли окремі види задоволення, проте такі задоволення – задоволення через пасивне багатство чи активну покупку як засоби-форми руху – тяжіють до традиції киренаїків, максимізації джерел та міри приємних почуттів.

Знакова концепція розглядає споживання як розрив людською потребою та споживаним, що заповнюється знаками, присвоєння яких виводиться на передній план. Саме споживання тут симулякризується, оскільки мета споживання – кінцевий результат покупки – той чи інший знак, що привласнюється суб'єктом. Через консюмеристичну стратегію суб'єкт лише опосередковано прагне задоволення, в першу чергу так він

маніпулює своєю ідентичністю, конструює та трансформує її залежно від зовнішніх обставин, проте фокус більше не відчуттях, а на самореалізації.

Тоді як античний гедонізм постулював задоволення задля нього самого, утилітаризм вбачав у задоволенні інструмент досягнення загального блага, відтак примноження задоволення і суспільного щастя, а вебленівський марний клас опосередковував задоволення капіталом та споживанням, постмодерн розділяє споживання й людські потреби, а акцент на комунікативній функції уриває зв'язок консюмеризму та гедонізму, виводячи споживання в предметне поле дискурсу ідентичності.

ВИСНОВКИ

В ході роботи було розглянуто історичні форми гедонізму та трансформації поняття задоволення у моральній та соціальній філософії. Було прослідковано античні джерела сучасних дискусій, зокрема погляди школи киренаїків та епікурейців. Ключовою рисою перших можна назвати домінування тілесного над духовним та надання переваги кількісно більшим задоволенням. В той час як епікурійці важливим вважали якісне розрізнення задовольень.

З переходом до модерних суспільних моделей дослідження поняття «задоволення» реактуалізувалось у контексті пошуку «спільного блага». У роботі було прослідковано як теорія утилітаризму сформувала засади мотиваційного та аксіологічного гедонізму.

З індустріальною революцією уявлення про задоволення ускладнились ще більше. Поява «марного класу» породила феномен «показного споживання» як доказу власної успішності. Тобто задоволення отримало новий вигляд: не як пряме отримання благ, а опосередковане задоволення соціальними символічними атрибутами. Гедонізм марного класу тим не менше резонує з традицією киренаїків за рахунок кулькісного підходу до благ і задовольень.

Перехід до постмодерну спричинив симулякризацію споживання, оскільки мета споживання – той чи інший знак, що привласнюється суб'єктом. Постмодерне споживання ж у знаковому розриві між спожитими благами і потребами не виходить ані з якісних, ані з кількісних засад примноження задоволення, оскільки ідеться вже не приємні почуття від споживання, а про власну ідентичність.

Слід підсумувати, що для вирішення сучасної проблеми надмірного споживання без впадання в крайнощі слід повернутись до історичних

витоків та визначити, як окремі твердження філософів давнини вплинули на сьогодення. Простежена спадковість окремих положень у античному гедонізмі та консюмеризмі не дозволяє відразу вирішити проблему, проте наближає до пояснення даного феномену.

З іншого боку, виявлення взаємозв'язку між гедонізмом та штучними споживацькими ідентичностями за Бодріаром, Дебором, Липовецьки – ще один перспективний напрямок для подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аранович Н. А., Пак Г. С. Три дискурса потребления в обществе

- постмодерна // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2010. №3.
2. Баладьє Ж. Задоволення / Баладьє Ж. та ін. // Європейський словник філософій: Лексикон неперекладностей (під ред. Кассен Б.). — К.: Дух і Літера, 2009. — Т. 1. — С. 13–16
 3. Бентам И. Избранные сочинения (в 2 т.). пер. А.Н. Пыпина и А.Н. Неведомского. – Санкт-Петербург. Изд. Рус. кн. торг.
 4. Бойко С. В., Магомедова А. М. Нравственно-этические программы современного общества потребления // Фундаментальные исследования. - 2013. – № 65. – С. 1272-1276.
 5. Бронзино Л. Ю. Герберт Маркузе и Жан Бодрийяр: теоретикометодологический анализ концепта общества потребления // Russian Journal of Education and Psychology. 2011. №4.
 6. В.Б. Жадан. Феномен гедонизма как культурный концепт. Вісник Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна. №1092: Серія: Теорія культури і філософія науки. Вип.50 . – 2014 . – С.5-11 .
 7. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
 8. Гусакова Т. Ф. Гедонизм как вектор современной культуры / / Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2006. № 2. С. 60-69.
 9. Гусакова Т.Ф. Современный социум: искушение гедонизмом // Вестник Тюменского гос. ун-та. 2009. № 5. С. 221–224.
 10. Гусейнов А.А. Античная этика / А.А. Гусейнов. — Москва : Гардарики, 2004. — С. 233.

11. Деменев А.Г. Этика и экономика счастья: новые подходы к старой проблеме // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2016. №1.
12. Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. М. : Мысль, 1986. — 571 с.
13. Ермоленко Г.А. Утилитаризм и нормативная аргументация: логика потребительской культуры // Южно-российский журнал социальных наук. 2007. №1.
14. Жадан В. Б. Становлення етики гедонізму в античній філософії / В. Б. Жадан // Культура України. – 2014. – Вип. 46. – С. 127–135.
15. Зазуляк О, Манчул Б. Філософська інтерпретація консюмеризму в контексті сучасного розвитку суспільства. Науковий вісник Чернівецького університету. Філософія (706-707), 2014. с. 310-313.
16. Ильин Алексей Николаевич Общество потребления и его сущностные особенности // Ценности и смыслы. 2013. №6 (28).
17. Калабекова С. В. Гедонизм и «принудительное счастье» общества потребления // Политика и общество. 2018. №7.
18. Калабекова С.В. Пространство ценностей эпохи консюмеризма // Психология и Психотехника. - 2015. - №8. - С. 814 - 822
19. Ковшов Е. М. Роль гедонизма в построении модели «Homo economicus» // Вестник СамГУ. 2012. №5.
20. Комарова Л. А. Пути достижения истинного счастья в философском учении Эпикура. Вестник ТГУ. 2012. №8.
21. Кухарец, Т.И. Концепт Желания в философии античности: историко-философский анализ / Т.И. Кухарец // Вісник Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна. №1029-1: Серія: Теорія культури і філософія науки. Вип.47 . – 2012 . – С.100–106 .

- 22.Ланцев А. О. Становление концепта «Общество потребления» в Западной философии. От античности к современности: автореф. дис. канд. филос. наук: 09.00.03. Екатеринбург, 2013.
- 23.Лосев А. Ф. История античной эстетики. Ранний эллинизм. Т. 5. Харьков: Фолио, 2000, 846 с.
- 24.Лосев А. Ф. История античной эстетики. Софисты. Сократ. Платон. Т. 2. Харьков: Фолио, 2000, 960 с.
- 25.Маслікова І.І. Спільне благо в контексті інституціоналізації соціальних практик: етико-філософський аналіз: дис. ... д-ра філос. наук: 05.01.2019 / Маслікова Ірина Ігорівна. — Київ, 2019 — 410 с.
- 26.Милль Дж. С. Утилитаризм / пер. с англ.; предисл. А. С. Земерова. Ростов-на-Дону: Донской издательский дом, 2013. 240 с.
- 27.Мирошина Е. Ю. Общество потребления: критика и пути преобразования. Известия ТулГУ. – 2017. –№ 2. – С. 105.
- 28.Мілль, Дж. С. // Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. — Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. — С. 384. — 742 с.
- 29.Соловйова А. С. Ризики формування суспільства споживання у сучасній Україні / А. С. Соловйова // Наукові праці. Серія : політологія. – 2012. – Вип. 185, т. 197. – С. 63–66.
- 30.Сорокина С.Г. Торстейн Веблен и его книга «Теория праздного класса» (вступительная статья) // Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
- 31.Стародумов А.А. Потребление как культурно-антропологический феномен // Вестник Вятского Государственного гуманитарного университета. Серия «Философия и социология; культурология». – 2009. – вып 4(4). – С. 119–126

32. Хагуров Темыр Айтчевич Массовая культура в обществе потребления // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2007. №1.
33. Шевченко О. Л. Гедоністичні аспекти розвитку брендів у маркетингу / Шевченко О. Л. // Маркетингова освіта в Україні : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., 12–13 квіт. 2016 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; [редкол.: О. К. Шафалюк (голова) та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2016. – С. 114–117.
34. Eggleston, B. (2012). Utilitarianism. Encyclopedia of Applied Ethics, 2nd ed. Academic Press. pp. 452-458 (2012)
35. Konstan, D., Epicurus, _The Stanford Encyclopedia of Philosophy_ (Summer 2018 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL: <https://plato.stanford.edu/archives/sum2018/entries/epicurus/>.
36. Moore, A., Hedonism, The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2019 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL: <https://plato.stanford.edu/archives/win2019/entries/hedonism/>.
37. Tilley, J. J. (2012). Hedonism. Encyclopedia of Applied Ethics, 2nd ed., vol. 2. Academic Press. pp. 566-573.
38. Wilson, Catherine. Epicureanism: A Very Short Introduction. United States of America: Oxford University Press 2015. p. 93.