

ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ПРАВОВОЙ НИГИЛИЗМ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ

Сирин Сергей Анатольевич

Кандидат философских наук, доцент,
Иркутский государственный медицинский университет
Минздрава России
tkostina@gmail.com

CONSUMER SOCIETY AND LEGAL NIHILISM: SOCIAL AND PHILOSOPHICAL ANALYSIS

S. Sirin

Summary: Legal nihilism as a phenomenon of an intellectual nature has been studied for a very long time. In general, nihilism is understood as a negation, which is the basis of the thought process, on the basis of which a certain type of thinking is formed and formed, which has a negative and critical attitude to a number of social relations and processes. Legal nihilism describes the life position of selfish limitation, when the subject artificially limits the range of his interests exclusively to the range of his needs and is not interested in anything else. The author's judgments are based on the opinion that social law is only a right of a distributive nature, which determines who in a consumer society under the conditions of an ochlocracy regime will receive more material goods.

Keywords: legal nihilism, ochlocracy, consumer society, social law, consumer, model of society, nihilism of the era of consumption.

Аннотация: В данной статье отмечается, что правовой нигилизм как явление интеллектуального характера исследуется очень продолжительное время. В целом же нигилизм понимается автором как отрицание, положенное в основу мыслительного процесса, на почве которого складывается и формируется определенный тип мышления, имеющий негативное и критическое отношение к ряду общественных отношений и процессов. По утверждению автора правовой нигилизм описывает жизненную позицию эгоистического ограничения, когда субъект искусственно ограничивает круг своих интересов исключительно кругом своих потребностей и ничем более не интересуется. Суждения автора строятся на мнении, что социальное право есть лишь право распределительного характера, которое определяет, кто в обществе потребления в условиях режима охлократии получить большее количество материальных благ.

Ключевые слова: правовой нигилизм, охлократия, общество потребления, социальное право, потребитель, модель общества, нигилизм эпохи потребления.

Потребительский нигилизм – относительно малоизученное явление современности, потому что для его изучения на научном уровне общество должно осознать себя в состоянии потребности выше всех других ценностей. В таком случае общество также было бы вынуждено признать разрушение всех ранее существовавших ценностей, которые на самом деле были лишь пустыми словами и не несли реальной смысловой составляющей. В центре модели общества потребления находится исключительно сам потребитель – один как единичный потребитель благ. Такая модель исключительно эгоистична и эгоцентрична, она не предполагает ни семьи, ни детей, ни традиционных моральных консервативных ценностей, о которых так любят утверждать в последнее время поборники традиционализма. Так, в 2022г. был опубликован проект Указа о традиционных российских духовно-нравственных ценностях. Как отмечается в сообщениях аналитиков, проект Указа «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» практически дословно повторяет Указ Президента РФ «О стратегии национальной безопасности» от 2 июля 2021г., согласно которому к традиционным ценностям отнесены приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие и справедливость, жизнь, достоинство, права человека, патриотизм, гражданственность, служение Отечеству, высокие нрав-

ственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, коллективизм, взаимопомощь, взаимоуважение и т.д. [4].

Эгоцентричная природа потребительского нигилизма была известна задолго до его открытия в России. Так, в XIX в. в работах Дж Гереса и Г. Келлера понятие «нигилист» связывалось с индивидом, который «ни во что не верит и ничем не интересуется». Данное понятие описывало жизненную позицию эгоистического ограничения, когда субъект искусственно ограничивает круг своих интересов исключительно кругом своих потребностей и ничем более не интересуется. Однако здесь есть снова два аспекта – умышленная ли эта позиция, либо она вызвана тяжелой жизненной социальной ситуацией, которая заставляет индивида буквально выживать и заботиться только об удовлетворении своих естественных потребностей [1].

Термин «общество потребления» был придуман немецким социологом Э. Фроммом [7]. Данное понятие обозначает в трактовке ученого совокупность общественных отношений, основанных на принципе индивидуального потребления. Общество потребления характеризуется массовым потреблением материальных благ и формированием соответствующей системы ценностей и установок. Отсюда можно сделать вывод, что мораль и нравственные ориентиры современного общества не

исчезли, а были заменены моралью и моралью эпохи потребления. Отсюда можно сделать вывод, что потребительские ценности и их нравственные установки носят крайне нигилистический характер, в результате чего кризис правосознания, правовой нигилизм и пренебрежение правом становятся все более серьезными. Однако необходимо проанализировать потребительский тип мышления и пренебрежение со стороны общества потребления в отношении права и культуры, поскольку оно будет существенно отличаться от пренебрежения в отношении закона и культурно-нравственных установок, к примеру, первыми нигилистами, революционными нигилистами и анархистами, а также большевиками.

Следует обратить внимание на самую безразличную природу нигилизма в эпоху потребления, абсолютно безразличную к тому, что презирать, какие ценности и установки отрицать, а также к науке, культуре и культуре. Закон для потребительского общества все также не представляет никакой самостоятельной ценности, и, будучи выработаны из этих форм, продукты не могут быть потреблены непосредственно и действительно получены без всякого ожидания.

Единственным фактором ценности для потребителя является цена этого готового продукта. Он должен быть доступен потребителям.

Потребности не могут быть удовлетворены навечно, поэтому они представляют собой постоянно преследуемую цель, но в то же время достижение такой цели не является концом мышления, ведь новые потребности еще впереди. Относительная устойчивость потребительского ума, таким образом, заключается в том, что он является ригидным, самовоспроизводящимся, без какой-либо другой интеллектуальной основы, а только благодаря биологической и социальной природе человека.

Таким образом, определенная универсальность и устойчивость потребительского мышления и потребительских ценностей состоит в том, что для них не нужно никакой философской, научной, политической, религиозной, культурологической системы мышления – потребление вызвано только человеческой природой, просто тем, что человек есть, он существует прямо здесь и сейчас, и ему необходимо прямо здесь и сейчас удовлетворять свои потребности.

Потребление эгоцентрично, поэтому новый нигилист – это нигилист потребительского типа, ставящий на первое место свои потребности, просто потому, что он существует, потому что их потребности удовлетворяются, – ведь это массовый тип, форма современного существования.

Потребительский нигилизм универсален – ему не нуж-

но отвергать право, науку, мораль, литературу и искусство – все это просто обесценивается в силу естественных причин, поскольку на первое место выходят потребности человека, и они совершенно безо всяких усилий вытесняют все те сферы, на вытеснение которых нигилизм прошлых веков тратил массу усилий и времени.

При этом Э. Фромм [7] в своей концепции общества потребления идет еще дальше – он связывает феномен общества потребления с современной культурой, которая по своей сути не есть культура как «наука эстетики и гармонизации прекрасного начала с человеческой душой», но есть лишь проявление охлократического начала социального государства [7].

Охлократия есть власть толпы, которая представляет собой форму демократии, основанную на постоянно меняющихся прихотях толпы, где популизм, власть большинства и страсть торжествуют над разумом. Диктатура как черта переходного и дореволюционного периодов в общественном развитии [3]. Меняющиеся прихоти толпы – это и есть потребности как социальная форма и обоснование новой нигилистической идеологии, которая не провозглашает себя таковой, но она есть латентная и скрытая форма нигилизма.

Социальный характер данного способа правления не оставляет деспотизму ничего, кроме социальных прав, так как при нем не может зародиться никакое другое право.

Природа этой власти целиком социальная и антиправовая, так что общество потребления, будучи самодержавным обществом, есть, по существу, антиправовое государство, а само государство без права – оно просто не возникает, потому что Управление основано на контроле индивидуальных потребностей.

Нет устойчивой причины для существования хаотической правовой системы, а обществу потребления правовая система вообще не нужна, потому что такому обществу не нужны законы в принципе – ему нужно потреблять и удовлетворять свои потребности.

Нам представляется, что это и есть истинная модель современного российского государства, когда сама провозглашенная социальная модель держится не на праве, правовой идеологии, правовой психологии и на каком-либо правосознании, но опирается на потребности толпы, контроль таких потребностей и управление ими. При такой модели управления власть над охлосом означает лишь постепенное получение все большего количества благ и большую степень удовлетворения потребностей. На объем юридических прав и обязанностей такое возрастающее благосостояние никакого воздействия не оказывает, ведь

социальная модель государства не влечет за собой возникновение гражданских и политических прав, без которых вся правовая модель будет выглядеть ущербной и отсутствующей. Социальные права связаны только с потреблением материальных благ и удовлетворением потребностей толпы – никаких иных правовых причинностей существования такого государства охлократии и потребления просто не существует.

Как отмечает Э. Фромм [7], для господства охлократии и для получения власти за счет выставления потребностей человека и их удовлетворения на первый план, необходимо устранить некоторые базовые инстинкты и чувства человека, которые свойственны ему от природы. Также Э. Фромм выделяет несколько факторов, парализующих развитие индивидуальности человеческой личности – того начала, которое сопротивляется массовости и охлократизации как процессу внедрения и насаждения массовых социальных стереотипов.

1. Подавление эмоций. Это совершенно искусственная социальная тенденция, которая, как ни парадоксально, напрямую связана с нигилизмом и отрицанием ценности права.
2. Страх смерти. Данный фактор является также естественным инстинктом человека, равным инстинкту жизни, и базовое желание жить является антагонистом страха смерти. Купирование и искусственная нейтрализация природных биологических инстинктов человека – это есть еще один способ его охлократизации и уничтожения индивидуальности, что прямо связано с нигилизмом в целом и с правовым нигилизмом как его частным случаем.
3. Система образования. По мнению Э. Фромма, система образования в школах, направленная на запоминание фактов и заучивание информации, подрывает развитие критического мышления у ребенка [6].

Человечество в принципе охлократично, оно боится своей же индивидуальности, для чего создает системы охлократизации себя же самого, в которых оно воспроизводит массовые стереотипы, нейтрализует особенности человеческого развития и мышления, насаждает потребительскую культуру и образ мышления, проводит тотальные процессы социализации для того, чтобы индивид утратил присущие только ему уникальные и индивидуальные особенности личности и превратился в одного субъекта из толпы, которым удобно управлять за счет управления и контроля его потребностями. Такой тип нигилизма есть потребительский и социальный нигилизм, приводящий к социальной деградации и вырождению человека как самостоятельной мыслящей личности. Особенно распространен такой тип мышления в постдемократических обществах, находящихся в критических точках своего развития.

Самоидентификация в современных политических условиях развивается хуже всего. Сопровождаемая быстрой деградацией смысла и ценности, существовавших до общества потребления, фрустрируется самосознание индивида, и индивид не может идентифицировать себя только в смысле центра потребления. Конкурировать с другими центрами потребления за больше и более качественные права потребления.

Изучение научных работ на тему потребление и нигилизм потребления показывает их практическое отсутствие, что только подтверждает нашу концепцию о том, что современное общество не желает признаваться себе в том, что оно существует по модели общества потребительского типа, и этим оно обесценило все существовавшие ранее ценности, поскольку потребление поставлено во главу любых общественных отношений. Нигилистический подход о пользе или бесполезности в таких условиях трансформировался в подход о пользе от количества потребления. Объект или предмет является настолько полезным, насколько его можно потребить и удовлетворить свои потребности – такова новая феноменология нигилизма потребления и ключевой принцип существования общества охлократии.

Ведущий итальянский философ К. Эспозито [8] называет современный нигилизм продуктом общества потребления, а также прямым следствием обесценивания всех ценностей нигилизмом как умонастроением. Как подчеркивает философ, нигилизм и общество потребления есть два взаимосвязанных и взаимозависимых продукта современной цивилизации, которые являются причиной и следствием друг для друга, поэтому не только общество потребления порождает новый тип нигилизма, но и нигилизм, которому уже более 150 лет только открытого существования, привел к возникновению общества потребления [8].

Общая деградация и общий упадок ценностей, культуры, искусства, морали, права и нравственности, который философ называет декадансом, приводит к тому, что индивид начинает самоидентифицировать себя как биологическое и социальное существо, с социальной стороны ориентируясь на массовость и ликвидацию индивидуализации как способу получения социальных благ, а с биологической стороны он ориентируется исключительно на потребности, благодаря которым он самоидентифицирует себя как субъект жизненной деятельности. То есть, именно благодаря наличию потребностей социальный индивид идентифицирует себя в окружающем пространстве [5].

А.А. Овсянников [2] отмечает, что непрерывный процесс тиражирования новых потребностей становится ключевой особенностью постиндустриальной экономики. Потребление превращается из использования

товаров для удовлетворения нужд жизнедеятельности, собственно, в саму жизнедеятельность, в процесс социального взаимодействия, становясь фактором конструирования идентичности. Ученый также приходит к выводу, аналогичному нашему – человек существует постольку, поскольку он потребляет. Прежняя модель – потребляю, чтобы существовать, ликвидируется. Теперь действует социальная модель «существую, чтобы потреблять» [2].

Естественно, такая потребительская модель не может не сопровождаться всеобщим обесцениванием права, которое в условиях социума потребления рассматривается исключительно как товар, услуга и как объект широкого потребления, но это глубокая ошибка, поскольку нами уже отмечено, что ни гражданские, ни политические права в обществе и государстве потребления не существуют и существовать не могут, поскольку они не возникли.

Приведенные суждения позволяют сделать ряд выводов. С учетом рассмотренного ранее можно заключить, что правовой нигилизм общества потребления достигается за счет сознательного отказа личности от гражданских и политических прав с помощью добровольного отказа от индивидуализации и уникальных характеристик своей личности – под влиянием стереотипов массового потребления происходит унификация деиндивидуализированного субъекта, который становится одним потребителем из толпы потребителей в условиях существующей охлократии, когда потребности большинства доминируют над ценностями меньшинства, которое не

желает деиндивидуализироваться и становится субъектом общества потребления.

Модель правового и социального государства, декларируемая российской Конституцией, упадочна, и представляет собой фактически модель социального права, которая подвержена обесцениванию в силу массового потребления социальных благ и социального права, и этот процесс сопровождается «омассовлением» и права, и культуры, и морали, и нравственности. Однако ни мораль, ни религия не подвержены такому быстрому обесцениванию вследствие «омассовления», как право.

Ценностная природа права противоречит массовому потреблению его общества, однако право не может мыслить себя вне этого массового потребления, ибо оно считает себя вправе вмешиваться в регулирование любых общественных отношений, будь то решающие или императивные.

Можно сказать, что в данный момент есть признаки того, что два противоположных явления права и правового нигилизма возникают одновременно и всегда идут рука об руку.

Однако мораль и нравственность не имеют подобных «спутников», хотя право постоянно пытается ориентироваться на моральные критерии. Это позволяет задуматься о том, насколько целесообразно право в качестве универсального регулятора общественных отношений, если оно от широкого и массового потребления социумом приходит в негодность и обесценивается.

ЛИТЕРАТУРА

1. Косыхин В.Г. Нигилизм и современная онтология // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 8. С. 43–47.
2. Овсянников А.А. Общество потребления: системность и тотальность кризиса // Народонаселение. 2011. № 2. С. 12–32.
3. Охлократия [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%85%D0%> (дата обращения: 06.08.2023)
4. Романова Е, Райгородский П. Традиционные ценности: обсудили и отложили // Газета «Власть и культура» Вып. от 15.03.2022. №1 (489).
5. Селехова О.О., Киреев Е.И. Нигилизм как черта современной социальной реальности // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2019. Вып. 84. С. 15–21.
6. Симченко А.П. Влияние общества потребления на индивида в концепции Э. Фромма // Евразийский научный журнал. 2017. № 3. С. 242–243.
7. Фромм Э. Бегство от свободы. М.: АСТ, 2017. 288 с.
8. Эспозито К. Современный нигилизм. Хроника. Изд-во: Рипол Классик, 2022. 240 с.

© Сирин Сергей Анатольевич (tkocmina@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»