

5. Подорога В. Выражение и смысл. М., 1995.
6. Батай Ж. Внутренний опыт. СПб., 1997.
7. Бланшо М. Опыт-предел //Танатография Эроса. СПб., 1994.
8. Фокин С. Л. «Внутренний опыт» Батай // Батай Ж. Внутренний опыт. СПб., 1997.
9. Батай Ж. Из «Слез Эроса» //Танатография Эроса. СПб., 1994.
10. Лиманская Л. Поэтика визуальности и язык искусства // Философские науки. 2004. № 10.
11. Кандинский В. О духовном в искусстве. М., 1992.

*Тамара Федоровна ГУСАКОВА —
докторант кафедры философии,
кандидат философских наук*

УДК 130

ГЕДОНИЗМ КАК ВЕКТОР СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

АННОТАЦИЯ. В предлагаемой вниманию читателей работе осмысливается гедонистическая тенденция в современной культуре. Предпринимается попытка раскрыть специфические черты гедонистического мироощущения.

The author scrutinizes hedonistic tendencies in contemporary culture and focuses upon the essence a hedonistic lifestyle.

С пришествием эры постмодерна тема гедонизма, удовольствия, соблазна — одна из центральных тем современной культуры. Постмодернистскую культуру называют культурой feeling, или, если дефинировать, отталкиваясь от терминологии П. Сорокина, — «чувственной культурой». Русско-американский социолог в своих размышлениях о социокультурной динамике высказал продуктивную идею о неравновесном развитии разных уровней и структурных единиц культуры, замене одной фундаментальной формы культуры на другую (идеациональная-идеалистическая-чувственная).

В культуре, вероятно, также можно обнаружить действие «закона волн». Вековечные приливы и отливы, которые колышут жизнь человеческих обществ и заставляют ритмически сменяться, к примеру, периоды свободы периодами регламентации, фазу гедонизма фазой аскетизма, уже привлекали к себе внимание специалистов [11; 205]

Накатившая гребнистая волна гедонизма накрыла современную культуру, изменила ее облик. Французский социолог и философ Ж. Липовецки констатирует, что в наше время изменился стиль жизни, изменился и тип культуры. Произошли коренные изменения в обществе и его нравах, в современном человеке, живущем в эпоху массового потребления, возник совершенно новый способ социализации и индивидуализации, началась новая фаза в истории западного индивидуализма. Появляется новый тип человека с повышенным вниманием к самому себе и своему телу, заботящийся о собственном благополучии, которого Липовецки именуется нарциссом.

«Дух времени — в разнообразии, фантазии, раскованности; стандартное ... перестает быть хорошим тоном» [8; 39]. На смену дисциплинарной социализации идет раскрепощение личности, *гедонистическая персонализация* (выделено мной — Т. Г.), связанная с нейтрализацией социального пространства и оживлением сферы частной жизни, с разрушением монолитного модернизма, гигантизма, централизма, жестких идеологий, авангарда» [8; 25].

Новые гедонистические ценности, утверждающие законность удовольствий, бесспорное право индивида наслаждаться всеми прелестями бытия, пришли на

смену авторитарной муштры, дисциплинарной социализации, принуждению, администрированию, единообразию правил, запретам. Предлагается жизнь «без категорических императивов», в соответствии с индивидуальными устремлениями человека, которого общество обольщает богатством выбора. Фундаментальными ценностями признаются ценность индивидуального развития, субъективного своеобразия, неповторимости личности.

Приветствуя многообразие жизни, постмодернизм выступает за раскрепощение личности, отвергает аскетизм и пуританизм, реабилитирует плотские радости. Отныне и общественные институты ориентируются на мотивации и желания личности, подстраиваются под потребности людей.

Исходя из вышесказанного, можно констатировать: актуальность гедонизма как бытийной стратегии обусловлена тем, что в постмодернистской культуре произошла радикальная смена этических приоритетов, перестройка системы фундаментальных ценностей, эрозия многих видов ценностей. Постмодернизм выступает против давления единого типа дискурса, а, следовательно, и против единой нормативной основы этики. В постмодернистской культуре ценности утрачивают вертикальное измерение: этические нормативы становятся корпоративными.

Следует отметить, что уже в обществе модерна началось наступление на аскетические, пуританские ценности, а современное постиндустриальное общество (постмодерн) откровенно сделало своим императивом наслаждение, а своей стратегией — соблазн. *Подчеркнутый гедонизм* наряду с культурным и политическим радикализмом составляет одну из основных особенностей постмодернизма. В этике постмодернизм означает конец господства пуританской морали (постпуританство), торжество гедонистической морали, нравственную амбивалентность личности. Новая гедонистическая и разрешительная этика приводит к тому, что усилия больше не в моде; все, что является принуждением или жесткой дисциплиной, обесценивается в пользу культа желаний и их немедленного удовлетворения: «все и сейчас же». Новая либеральная мораль утверждает абсолютное преимущество частного интереса перед всеми другими интересами. Мораль не может потребовать от индивида поступиться своим интересом. С либеральных позиций, мораль есть сугубо личное дело. Люди могут думать и поступать так, как они сами хотят. И, как следствие, — неизбежный этический релятивизм в вопросе о ценностях. «Все, что не запрещено, позволено» — этот принцип стал интерпретироваться не только как правовой, но и как моральный принцип. Но ведь известно, что уровень требования моральных норм всегда выше правовых. И далеко не все, что не запрещает право, позволено в сфере морали. Непорядочность, предательство, алчность, подлость, неразборчивость в средствах не во всех своих проявлениях являются уголовно наказуемыми. Но в этом пространстве правовой неподсудности их обычно достигало моральное осуждение. Теперь нам либеральные идеологи говорят, что подобная моральная «догматика» представляет собой пережиток традиционной авторитарности. Они призывают к свободе от моральных уз, призывают не стеснять инициативу тех, кто экспериментирует с новыми формами поведения, ведя игру на понижение барьера дозволенности.

Что же касается постмодернистской эстетики, то, прежде всего, следует акцентировать ее отход от ценностей классической эстетики, а также ее принципиальную антисистемность и плюралистичность. *Неогедонистическая доминанта*, сопряженная с идеями текстового удовольствия, телесности, новой фигуративности в искусстве — специфическая черта эстетики постмодерна. Знаком времени явилась эротизация. Искусство вновь обратилось к телу. Эротизация искусства XX в. чем-то напоминает ренессансные проявления, когда после средневековых запретов мир вновь почувствовал вкус гедонизма.

Провозглашенная постмодернистами идея новой телесности принимает различные эстетические ракурсы — желания (Ж. Делез, Ф. Гваттари, Р. Барт, с его «я позволю желанию переливаться во мне»), наслаждения и либидозных пульсаций (Ж. Лакан, Ж. -Ф. Лиотар), соблазна (Ж. Бодрийяр).

В чем же специфика гедонистического мироощущения?

Прежде всего, следует заметить, что гедонистические мотивы естественны и органичны человеческому существу. Если смотреть на вещи без предубеждений, то человек всегда стремится испытать как можно больше приятных ощущений, наслаждений и избегает страданий.

Удовольствия и страдания — сигналы, по которым индивид ориентируется в среде. Они обладают такой витальностью, что А. Герцен, например, назвал страдание «сторожевым криком жизни». Но если все живые существа стремятся к максимуму удовольствий и минимуму страданий, то чем тогда гедонист отличается от не гедониста?

Для того чтобы предельно заострить расхождение, заметим, что для гедониста удовольствие — единственное, к чему мы должны стремиться, единственное, что является добром самим по себе. Гедонист утверждает, что удовольствие всегда является целью желания. Можно возразить ему: люди желают и многого другого, помимо удовольствия.

Подходя вплотную к вопросу о специфике гедонистического мироощущения, следует заметить, что гедонист неизбежно позиционирует себя в качестве любителя сладкой жизни. Психология гедониста — *психология «сластены»*, по сути своей, *эгоцентрическая психология*.

Для него характерно стремление из всего извлекать удовольствие, жить в роскоши и неге, создать себе мир услад и утех, которые утоляют его влечения и прихоти, все равно — законны они или нет. Гедонист не знает иного источника мотивации, значимой для него, кроме субъективного удовольствия. Его ни в малейшей степени не интересует вопрос о том, имеет ли вожделенный объект ценность, значим ли он сам по себе, является ли он объективно подлинным благом для него, отвечает ли его истинным интересам. Конститутивной установкой гедонистического сознания является *дегустаторская* — все надо попробовать, не пропустить еще не испытанное удовольствие. В поисках новых, еще неизведанных удовольствий, гедоник стремится продегустировать все: кухню всех народов мира, наркотики, различные техники секса, модные учения.

Специалисты по проблеме семьи и брака отмечают в качестве негативной тенденции «усиление гедонистической составляющей брака в ущерб прокреативной и экономической» [10; 108]. И здесь действует дегустаторская установка — добрачные «пробы» в молодежной среде стали обычным явлением. В ценностных ориентациях на брак и родительство также преобладают гедонистические установки.

Подчеркну наиболее значимый, с моей точки зрения, момент. Человеческие потребности породили цивилизацию, их неудовлетворенность продолжает ее двигать. Сама цивилизация формирует гедонистические установки и создает условия для эксплуатации всех возможных человеческих удовольствий. Вопреки фрейдистскому представлению о репрессивности цивилизации, последняя дает взрывообразный рост желания, знаки репрессии моментально превращаются в знаки наслаждения (простая схема: подавление желания есть способ его усиления).

Развитие цивилизации призвано облегчать жизнь человеку, создавать материальные удобства, обеспечивать уют и комфорт. Этот «спесивый», по выражению Л. Февра, комфорт — «свет, который зажигается и гаснет от движения пальца; атмосфера в помещении, не зависящая от времени года; вода, холодная или горячая, какую хотим, льющаяся по нашему велению в любое время где угодно;

все это и еще тысяча чудес, которые нас удивляют; все это и то, каким становится благодаря этому наше тело; и темперамент, который всем этим формируется; и болезни, от которых нас все это избавляет, и болезни, которые нам все это приносит; навыки труда и мышления, нравы и обычаи, способы думать и чувствовать, которые из всего этого вытекают...» [11; 284] — словом, цивилизация изменяет человеческую природу.

Французский историк делает очень точный вывод: мы, цивилизованные и изнеженные, порабощены ненасытными потребностями, которые сами себе создали.

Гедонизм стал образом современной жизни. Пришел конец пуританской, аскетической этики. Пуританин жил бедно, чтобы умереть богатым. Он отказывался от «меньшего блага» — мимолетной роскоши — ради достижения «большого блага» или возможности накопления. Чтобы удержать деньги как капитал, он препятствовал их растворению в средствах потребления. Трудолюбие, расчетливость и скупость — его основные добродетели. Сегодня пуританская мораль уступает место гедонистическим ценностям. Появление системы кредитов, широкое распространение товаров, реклама, мода, СМИ — все это подорвало принцип бережливости. Гедонистические установки внушают человеку желание тратить деньги, наслаждаться жизнью, потакать собственным капризам.

Американский философ и социолог Д. Белл в своем труде «Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования» отмечал, что подлинная революция в модернистском обществе произошла в двадцатые годы, когда массовое производство и значительный рост потребления начали преобразовывать жизнь среднего класса. Что же это за революция? Для Д. Белла она ассоциируется с гедонизмом, с изменением ценностей. Начиная с 50-х гг. XX в., американское и даже европейское общество интересуют, главным образом, потребление, развлечения и наслаждения. Постмодернизм, пришедший в 60-е гг. XX в. на смену модернизму, демократизировал гедонистическую бытийную стратегию. Она стала ориентиром не только для представителей высшего общества.

Поворотными были 60-е гг. прошлого века: тогда действительно оформилась гедонистская этика, hot (горячий) в первоначальном варианте гедонизм занимал центральное место в культуре. Свидетельства — яростное сопротивление пуританству, жажда обладания вещами, массовая эротически-порнографическая культура, вторжение психопатических преступных псевдогероев, непринужденность и свобода в личных отношениях, объявления о спросе и предложениях разнообразного эротического обслуживания, огромное количество читателей сексологических журналов, беспрепятственная публикация материалов о всяческих «извращениях». Общество потребления создает суесящихся, вожделеющих индивидов, озабоченных тем, чтобы наслаждаться жизнью, но в то же время находиться в курсе событий, «быть подключенными». Наслаждение и стимуляция ощущений становятся приоритетными. Даже имея минимальные средства к существованию, человек вовлекается в потребительские практики через систему кредита и привыкает жить в долг («Покупай сейчас, плати потом»). Культивируется этика опережающего потребления. Прежде, для того, чтобы что-то купить, следовало сначала экономить. Жизнь переживалась в понятиях *усилие* и *воздаяние*, но с появлением кредитных карточек стало возможным тотчас же удовлетворять свои желания.

Ж. Бодрийяр в «Системе вещей» пишет по этому поводу следующее: «Если раньше собственность на вещь возникала до пользования ею, то теперь все наоборот; экспансия кредита проявляется в переходе от цивилизации «захватнической» к цивилизации пользовательской. Покупатель в кредит мало-помалу привыкает спокойно пользоваться вещью, как будто бы она уже «его». ...Сегодня же

вещи появляются у нас, еще не будучи заработаны, предваряя собой воплощенную в них сумму трудовых усилий, *их потребление как бы опережает их производство*» [2; 170].

Человек потребляющий не может избежать призыва к соблазну. «Соблазн вездесущ: он в красоте и уродстве, добре и зле, прямолинейности и уклончивости — любую похоть соблазн способен оплести свои кружевом, зажечь обольстительным лоском и включить в свою игру — обратив в искушение приманки» [3; 313]. Обольщение понимается как особая стратегия, пронизывающая все уровни постмодернистского общества: политику, производство, сферу услуг, образование, частную жизнь. Эта стратегия проявляется в постоянном упоре на «личное желание» и «свободный выбор» индивида.

Но наслаждение жизнью, не знающее пределов, разврат, расстройство чувств и всевозможные извращения делают проблематичным будущее нашего общества. Утверждение гедонистических и либеральных ценностей приводит к постепенному расшатыванию социальных устоев, к узаконению любых способов жизни. Разрешено существование всех или почти всех сексуальных групп, создающих причудливые формы сожителства; гомосексуализм перестает считаться извращением; раскованное поведение становится нормой; отмечается эпидемия разводов; культивируются вседозволенность и терпимость.

Вместо тоталитарного контроля возникает гибкий контроль: человек принимает формулы развлечений и досуга, вещи и моды, товары и услуги, разработанные специализированными организациями. Одним из парадоксов эпохи потребления является то, что, с одной стороны, расширяются возможности индивида, увеличивается его выбор предлагаемых в изобилии предметов потребления, а с другой стороны, его частная жизнь становится объектом все более полного (а в перспективе — тотального) программирования.

С утверждением гедонизма в качестве основного этического вектора общество стало утрачивать характер органичного целого и дух согласия. Неизбежным следствием гедонизма является духовный кризис, утрата человеком чувства гражданственности (*civitas*), ослабление силы воли, эгоцентризм и безразличие к общему благу, утрата высших ценностей, неверие в будущее, упадок законности социального устройства.

Еще в античности гедонистические ценности и нормы мыслились как направленные против представления о высокой гражданской норме. Так, Феодор, который по свидетельству Диогена Лаэртского являлся радикальным гедонистом, считал возможным не умирать за родину. Кроме того, Феодор признавал удовольствие даже от таких явных нарушений, как супружеская измена, ложные клятвы, воровство или ограбление храмов «при случае», считая, что все запреты при таком положении дела есть только насилие над людьми или результат слепой привычки.

Под воздействием гедонистических ценностей устои современного общества лишаются своего содержания; те достоинства, которые лежали в основе мира еще в первой половине XX в. (бережливость, целомудрие, профессиональная добросовестность, самопожертвование, трудолюбие, пунктуальность, авторитетность), вызывают не уважение, а, скорее, улыбку: словно отголоски водевилей, нечто замшелое и забавное. Культура жертвенности стала чужда современному человеку, падкому на удовольствия; он перестал жить чем-то иным, кроме заботы о самом себе. Повсюду обесценивается дух самопожертвования, зато усиливаются эгоизм, жажда благополучной жизни. Безграничная свобода желания означает отрицание другого человека, отказ от всякой жалости, бессердечие. Потребности и желания гедонистически мотивированной личности неизбежно

сталкиваются с желаниями других. И что тогда? Разрыв отношений, конфронтация, консолидированная война?

С растущим беспокойством исследователи молодежной субкультуры называют гедонизм в качестве ее ведущей ценностной ориентации (4; 39). Отсюда и мораль вседозволенности. Ее основной девиз — счастье человека, которого можно достичь, якобы только освободившись от внешних условий, добропорядочности.

То, что Ф. Ницше в «Генеалогии морали» назвал «удовольствием причинять страдание», стало одной из опасных тенденций современного общества. Жестокость является составляющей наслаждений садистствующих гедонистов. Гедонистическое общество безотчетно создает взрывчатую смесь. Личность, формируемая гедонистической культурой, — шаткая личность, без устоев, без воли. Для такой личности характерно отпадение от мира ценностей, для нее не существует трансцендентного должного.

Культ гедонизма и чувственных наслаждений — существенная черта массовой культуры. Индустрия досуга, созданная массовой культурой, во многих отношениях является эквивалентом «субкультуры детства», адаптированной под вкусы и интересы взрослого потребителя. Гедонистическое общество, распространяя легкомысленные вкусы fun, насаждает юмор, одинаково доступный всем, от «семи до семидесяти семи лет».

Если обратить взор на отечественную эстрадную музыку, так называемую поп-музыку, то она шокирует своей пропагандой гедонизма. Так, группа с характерным самоназванием «Отпетые мошенники» на все лады воспевают чувственные наслаждения (например, песня «Всяко-разно — это не заразно»).

Шумные празднества, бесконечные юбилеи крутых и петросянов, блудливо одетые поп-дивы, (если то, что на их теле вообще можно называть одеждой), романтизирующие в своих песнях похотливые желания, грешные помыслы («ты мой сладкий грех» и подобное) — вся эта публика работает на утешение чувственности в самом низком смысле слова.

Утратив духовную вертикаль бытия, человечество обрекло себя на пребывание в горизонтальном, плоском мире чувственных наслаждений, которые, если их брать в полном «ассортименте», в принципе нельзя насытить.

Человек, включенный в современную систему массовых коммуникаций, оказывается очень податливым ко всякого рода пропагандистским воздействиям. Особая роль в культивировании гедонистических наклонностей принадлежит рекламе, ибо она непосредственно обслуживает важнейшее из человеческих стремлений — стремление к обладанию. Реклама гедонистична по своему пафосу. Рекламные слоганы содержат призывы попробовать, сравнить, оценить тот или иной бренд, и непременно получить удовольствие. Рекламный текст выполняет мотивационную роль и побуждает потребителя рекламных услуг реализовать свое желание в соответствующих действиях. Все это так, но вот что любопытно: реклама, по Ж. Бодрийяру, актуализирует архетип матери, угадывающей желания своего ребенка. Индивид чувствителен к скрытым мотивам защищенности и дара, к той заботе, с которой «другие» его убеждают и уговаривают, к сознанию того, что где-то есть некая инстанция (в данном случае социальная, но прямо отсылающая к образу матери), которая берется информировать индивида о его собственных желаниях. Реклама обволакивает сознание, и поэтому может незаметно ориентировать определенным образом. Именно в этой вкрадчивости и заключена ее сила.

Излюбленная мишень воздействия в рекламном сообщении — желания человека, особенно неосознанные. Реклама, чтобы быть успешной, должна поднимать до уровня сознания обнаруженные психоанализом подсознательные со-

стояния. Например, в рекламе жевательной резинки, продуктов питания, сигарет показывают крупным планом рот, эксплуатируя идею З. Фрейда о том, что это одна из основных зон наслаждения.

Реклама (если учесть все ее варианты: телевизионную, радиорекламу и рекламу в периодической печати) ведет обработку психики потребителя почти в режиме pop-stop.

Гедонизм эволюционирует. Горячий и примитивный гедонизм с его лозунгами «наслаждаться без стеснений», «все и сию же минуту» отходит в прошлое. Но это не означает реабилитации пуританства и аскезы. Вместо безудержного гедонизма возник, как отмечает Ж. Липовецкий, гедонизм гигиенический, рациональный, «благоразумный, «чистый», с налетом грусти» [8; 322]. Развиваются технологии с целью приведения индивида в надлежащую форму, внедряются щадящая медицина, диетические режимы, средства для релаксации, появляется уйма всяких снадобий по уходу за собой.

Другим радикалом гедонистического мироощущения является *этический солипсизм*. По меткому замечанию А. Шопенгауэра, представителей крайнего солипсизма можно обнаружить только в доме для умалишенных. Итак, законченный солипсизм — это диагноз. Это проявление тяжелой душевной болезни. Солипсизм находится в противоречии с жизненным опытом и повседневной человеческой деятельностью. Но, однако, имеется и умеренный солипсизм. Солипсизм вообще (от лат. solus — один и ipse — сам) — философское направление, согласно которому единственно существующим является только субъективное Я и содержание его сознания. Термин «солипсизм» употребляется также и в этическом смысле, как крайний эгоизм, эгоцентризм, центрация личности на собственных целях, преобладание в ценностно-ориентационной сфере личности собственных, индивидуалистических потребностей и интересов.

«Этический солипсизм» — это, говоря языком немецкого философа и педагога Ф. Паульсена, — «*мания самого себя*». Ярким представителем такой формы солипсизма был младогегельянец М. Штирнер с его творением «Единственный и его достояние». Термин «солипсизм» в этическом смысле использовался и экзистенциалистом Г. Марселем как практический солипсизм.

Для этического солипсизма все преходяще, лишь любовь к себе есть «единственный роман, длящийся пожизненно». Основоположника гедонистической философии Аристиппа, без сомнений, можно назвать этическим солипсизмом. Показательно, что как-то, отвечая на вопрос, любит ли его наложница, Аристипп произнес эффектную фразу: «Когда я ем рыбу, я не спрашиваю, нравится ли ей это».

«Человек, который подобно Аристиппу рассматривает все только с точки зрения своего субъективного удовольствия, естественно, равнодушен к вопросу о том, что именно приносит субъективное удовольствие другому. Он с неизбежностью является этическим солипсизмом» [6; 255]. Гедонист не остерегается вкушать удовольствия, которые могут стоить слез ближнему.

Другой значимой установкой гедонистического мироощущения и мироотношения является *инфантилизм*. Ребенка смело можно назвать гедоником. Пренатальная форма витального единства матери и ребенка — психобиологический симбиоз, или, употребляя гегелевское выражение, — «это два индивидуума, но в еще не расторгнутом единстве». Пребывание плода в чреве матери — легкость и простота «инфантильного» бытия. В этот период от ребенка не требуется специальной активности по добыванию жизненных благ — удовлетворение любой потребности происходит прямо и непосредственно. И младенческое, внеутробное существование может быть тоже определено (но с некоторыми ограничениями) как блаженная, безоблачная удовлетворенность, как «изнеживающая сладость детства» (К. Юнг).

На первых ступенях развития индивида его психика не знает различения возможного и невозможного, полезного и вредного, дозволенного и недозволенного. В детской психике все позволено. Она управляется только одним принципом — принципом наслаждения. К нераздельному господству принципа наслаждения присоединяется способность галлюцинаторного удовлетворения желаний, гипотетически допускаемая З. Фрейдом. Ребенок еще не отличает действительно и недействительного: только представленное — для него уже реально. К аналогичному выводу приходит и Ж. Лакан: «Да, у ребенка желание разработки не получает: днем ему хочется вишен, ночью он их видит во сне» [7; 322].

Уход за ребенком со стороны взрослого с момента рождения выступает как решающее условие его жизни. Ребенок нуждается в нежной заботе, внимании, защите, теплоте и трогает наше сердце своей беспомощностью. Ребенок должен быть охвачен любовью, вырастать под ее защитой, расцвести под солнцем этой любви. Взрослый для ребенка — персонификатор и источник удовлетворения потребностей. Инфант по существу своему реактивен с самого начала. От взрослого исходит все то, что младенец получает.

Прототипом гедонистического отношения к миру служит «пребывание плода в чреве матери, младенческое существование (впрочем, уже в меньшей степени) и соответствующее им инфантильное мироощущение» [5; 98]. Памятуя о том, что взрослые — это состарившиеся дети, надо признать, что инфантилизм неискореним. Живое существо, прошедшее сквозь опыт простого и легкого существования, сохраняет его в памяти всю жизнь в качестве пласта сознания, детерминирующего поведение.

Любопытно, что М. Шелер, один из основателей философской антропологии, имел на этот счет противоположное мнение и не без иронии писал: «Образ жизни, ориентированный только на наслаждение, представляет собой явно *старческое* явление, как в индивидуальной жизни, так и в жизни народов, как о том свидетельствует, например, старый пьяница, «смакующий капельку», и аналогичные явления в эротической сфере. Такое же старческое явление — отделение высших и низших функциональных радостей души от наслаждения состоянием удовлетворения влечения и гипертрофия наслаждения этим состоянием за счет витальных и духовных функциональных радостей. Но только у человека эта возможность изолировать влечение от инстинктивного поведения и отделить наслаждение функцией от наслаждения состоянием принимает самые чудовищные формы, так что с полным правом было сказано, что человек всегда может быть лишь чем-то большим или меньшим, чем животное, но животным — никогда» [12; 148].

Основная погрешность гедонистической логики — *отождествление блага с субъективным удовольствием*. Отнюдь не всякое субъективное удовольствие является объективным благом для самого гедониста, и наоборот, не всякое объективное благо доставляет нам субъективное удовольствие. С точки зрения чисто субъективного удовольствия нет существенного различия между наслаждением от победы на выборах ловкого политика, использующего черный пиар, и удовольствием от победы стайера, к которой он шел, изнуряя себя тренировками; между садистским наслаждением помучить другого человека и удовольствием от дегустации хорошего вина; между кайфом наркомана и восторгом альпиниста, покорившего горную вершину; между удовлетворением от честно заработанных денег и воровством.

Быть добродетельным означает и умение жертвовать удовольствием, которое зачастую бывает недобродетельным и порочным. Надеясь удовольствием титулом высшей ценности, гедонизм превращает в эфемерность отношения должностования, совесть и, тем самым, подрывает основу морали. Ведь совесть — это моральная инстанция, отнюдь не доставляющая удовольствия. Но

зато своим присутствием совесть подтверждает существование человека как нравственной личности.

Духом гедонизма пропитаны такие жизненные максимы: «наш век короток», или, говоря просторечно, «живем одна», значит, надо успеть — счастье обретается любой ценой и незачем церемониться в средствах. Учитывая решительность, непреклонность воли каждого охранять свой интерес, проживание в организованном на подобных началах социуме оказывается проблематичным.

В платоновском диалоге «Горгий» Калликл, молодой аристократ, богач и гордец проповедует искусство жить в свободе наслаждений и своеволия: «...кто хочет прожить жизнь правильно, должен давать полнейшую волю своим желаниям, а не подавлять их, и как бы ни были они необузданны, должен найти в себе способность им служить (вот на что ему и мужество, и разум!), должен исполнять любое свое желание» [9; 532]. Сократ — сторонник воздержанного образа жизни: человек должен быть хозяином своих наслаждений и желаний. Калликл постулирует имплицативное суждение: если человек может исполнить все свои желания, то он живет счастливо. На что Сократ иронично вопрошает: «... если кто страдает чесоткой и испытывает зуд, а чесаться может сколько угодно и на самом деле только и делает, что чешется, он живет счастливо?» [9; 535].

Афинский мудрец предлагает различать наслаждения дурные и хорошие и не объявлять счастливым всякого радующегося, чему бы тот не радовался. Не следует считать, что приятное и благое — одно и то же. Сократ на многих примерах аргументированно показывает различие между удовольствием и благом (благо иной природы), а также, что первое надо всегда подчинять второму. Стремиться надо не к благу ради удовольствия, а к удовольствию ради блага.

Отмечу еще один немаловажный момент, характеризующий особенность гедонистического мировоззрения, — *отрицание трансцендентного должного*. Должное для гедоника не сопряжено с трансценденцией. Если высшей целью для гедонистически ориентированной личности является наслаждение, а идеалом признается мыслимое, но не испытанное еще наслаждение, то идеальное и должное оказываются сведенными к нереализованному желанию. Постоянное стремление к чисто субъективным удовольствиям замыкает гедониста в собственных узких границах, замуровывает в себе. Напротив, стремление к ценности возвышает, освобождает от сосредоточенности на самих себе и переносит в некий трансцендентный миропорядок.

По словам Гильдебранда, ценности, апеллируя к свободному центру нашей личности, требуют адекватного ответа. А вещи, приносящие чисто субъективное удовольствие, соблазняют, приглашают воспользоваться ими. Вызов вещей, могущих доставить нам удовольствие, часто принимает характер искушения. Когда, например, нас привлекает лакомое блюдо, мы можем уступить соблазну или преодолеть его.

Для гедониста характерно отступление от ценностной установки, скатывание в имманентность. Человек, погруженный в заботы об имманентных вещах, например, собственное здоровье, собственная безопасность, собственные деловые интересы, рост благосостояния, в определенном смысле эгоцентричен. Все эти интересы не предполагают трансценденции. Кроме того, любое переживание, в том числе и переживание наслаждения, понимается гедонизмом как процесс, протекающий исключительно только в пределах замкнутого субъекта.

Смысл объектов для гедониста заключается в том, чтобы ими «наслаждаться», что они специфически приятны. Наслаждение здесь является отходом от мира высших ценностей, поворотом от трансценденции к имманентности. Человек, стремящийся к удовольствию, проявляет себя совершенно по-земному, ему, кажется, нет дела до возвышенных идеалов. Гедонистическое сознание дезавуи-

рует вопрос о высшем предназначении человека. В поведении гедониста можно усмотреть элемент произвола и своеволия, когда он без долгих размышлений уступает всему, что доставляет ему удовольствие, и считает, что может делать все, что ему заблагорассудится. Умонастроение гедониста можно выразить словами: «Ибо мне так нравится».

Гедонизм — «имманентная» доктрина, где человек не осмысляет себя в связи с некоторым лежащим вне его и наполняющим его началом — Богом, или, поворя секулярным языком, высшими ценностями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 2004.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 2001.
3. Бодрийяр Ж. Соблазн. М.: Изд-во «Marginet», 2000.
4. Бобахо В. А., Левикова С. И. Социально-политические аспекты молодежной субкультуры // Вестник МГУ. Серия 12. 1996. № 2.
5. Василюк Ф. Е. Психология переживания (анализ преодоления критических ситуаций). М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984.
6. Гильдебранд Дитрих фон. Метафизика любви. СПб.: Алетейя, 1999.
7. Лакан Ж. Функция и поле речи и языка в психоанализе. М.: Гнозис, 1995.
8. Липовецкий Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. СПб.: Владимир Даль, 2001.
9. Платон. Собр. соч в 4 т.: Т. 1. М.: Мысль, 1990.
10. Тараданов А. А. Как повлиять на семейное благополучие? // Человек. 2004. № 2.
11. Февр Л. Бон за историю. М.: Наука, 1991.
12. Шелер М. Избранные произведения. М.: Гнозис, 1994.

*Наталья Ивановна ПАНЫШЕВА —
аспирант кафедры философии*

УДК 02.15.31

ОБОБЩЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена проблеме развития научного знания и обобщению как одному из основных научных методов получения нового знания. Данная работа касается понятия обобщения и, в частности, обобщения в истории математики. Кроме того, большое внимание уделяется ситуации в современной математике, месту, которое занимает обобщение в современной науке в целом, его применению.

The author concerns the problem of scientific knowledge development and generalization as a major means of knowledge acquisition. The notion of generalization, especially in the field of mathematics both from the point of view of its history and current stage is in the centre of the present article.

Вопрос о возникновении, развитии и структуре научного знания всегда являлся актуальным. Развивается ли научное знание интуитивно и потому непредсказуемо и хаотично; или пути его развития могут быть выведены, объяснены, могут быть предсказаны; и будет ли в таком случае научное знание лишь «мертвой логической схемой» [1; 60] — главные вопросы сегодня в методологии научного познания.

Одним из наиболее эффективных способов расширения и развития научного знания является обобщение. Так, например, Н. Бурбаки в своих трудах разви-