Научная статья
Original article
УДК 1(091)+177.4

АКТУАЛИЗАЦИЯ ИДЕИ К. МАРКСА О МОРАЛЬНЫХ КАЧЕСТВАХ ЧЕЛОВЕКА В XXI ВЕКЕ

ACTUALIZATION OF K. MARX'S IDEA OF HUMAN MORAL QUALITIES IN THE 21ST CENTURY

Титов Владислав Тимофеевич, студент, ФГБОУ ВО Саратовский ГМУ им. В.И. Разумовского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Большая Казачья, 112. E-mail: vladislav.titov.2003@mail.ru

Акимова Наталья Александровна, канд. филос. н., доцент, научный руководитель, ФГБОУ ВО Саратовский ГМУ им. В.И. Разумовского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Большая Казачья, 112. E-mail: akimovana@rambler.ru

Titov Vladislav Timofeevich, student, Saratov State Medical University named after V.I. Razumovsky, Russia, 410012, Saratov, Bolshaya Kazachya str. 112. E-mail: vladislav.titov.2003@mail.ru

Akimova Natalia Alexandrovna, Ph.D., associate professor, scientific, Saratov State Medical University named after V.I. Razumovsky, Russia, 410012, Saratov, 112 Bolshaya Kazachya str. E-mail: akimovana@rambler.ru

Аннотация. В статье рассмотрены моральные качества человека XIX века, описанные К. Марксом, и проведен сравнительный анализ с характеристиками современного человека «общества потребления». Исследуются проблемы актуализации идеи К. Маркса о моральных качествах человека в постиндустриальном, информационном обществе, где скудность

душевного мира компенсируется финансовым благополучием, где погоня за брендами и модными товарами становится смыслом жизни, а насущные проблемы растворяются в новом виде «религии» – виртуальной реальности.

Abstract. The article considers the moral qualities of a person of the 19th century, described by K. Marx and a modern man in the aspect of identifying analogies to these characteristics. It was carried out a theoretical analysis of the problemof updating the idea of K. Marx about the moral qualities of a person in a post-industrial, information society, where the scarcity of the peace of mind is compensated by financial well-being, where the pursuit of brands and fashionable goods becomes the meaning of life and pressing problems are dissolved in a new form of religion – in a virtual reality.

Ключевые слова: марксизм, общество потребления, моральные качества, современный человек, материальные ценности, капитализм, религия.

Keywords: marxism, consumer society, moral qualities, modern man, material values, capitalism, religion.

Введение. Научно-техническая и информационная революции – так характеризуют исследователи разных сфер науки периоды второй половины XX века и современный этап – XXI век. Сформировалась модель постиндустриального, информационного общества, где, наряду с производством товаров и услуг, главными становятся интеллект, информация, знания [2]. Характеристике современного этапа развития общества адресуют клише «общество потребления». Впервые термин появился в работах немецкого социального психолога, философа, психоаналитика Эриха Фромма, который подразумевал самообман, недостатки, скрываемые за изобилием, отсутствие истинных чувств и культуры [9]. Данная дефиниция соотносится с определением моральных качеств человека, которое в своих работах давал главный исследователь капиталистических взаимоотношений и теоретик коммунистического

общества Карл Маркс в середине XIX века. Труды К.Маркса, по мнению исследователей, на сегодняшний день звучат, как никогда, современно, и обращаемся мы к «Марксу не потому, что он непогрешим, а потому, что он неизбежен» [1, с. 187].

Интересом к данной теме со стороны исследователей сферы образования, психологии, педагогики, политологии, социологии и философии, а также ее современным звучанием обусловлена *актуальность* работы. Трансформация общества «трудового коллектива» в «общество потребления» в нашей стране в начале 2000-х породила изменение ценностных установок, где коллективное сменилось индивидуальным. В соответствии с этим изменили свою направленность и моральные качества личности: альтруизм, долг, честь, любовь, коллективизм, потерявшие свою актуальность. Востребованными стали такие качества человека, как конкуренция, стремление получить максимальную финансовую выгоду, карьеризм, эгоизм и индивидуализм. Так, на стыке столетий – XX и XXI вв. – обострение противоречий между трудом и капиталом приводит к коренному переустройству общества, изменению моральных качеств человека [2].

В связи с этим *целью* данной работы является анализ научного материала по теме исследования и выявления аналогии моральных качеств человека, описанных К.Марксом в середине XIX века, с характеристикой человека XXI века. Задачи данной работы следующие:

1. Провести теоретический анализ проблемы актуализации идеи К. Маркса о моральных качествах человека в XXI веке.
2. Сопоставить характеристики моральных качеств человека XXI века и середины XIX в., описанных К.Марксом.

Вначале обратимся к определению понятия морали. Один из современных исследователей А.А. Гусейнов определяет мораль, как «индивидуально-ответственное поведение, рассмотренное в его зависимости от смысложизненных целей деятельности человека. Под смысложизненными целями имеются в виду цели, задающие направленность (вектор)

сознательной жизнедеятельности индивида и выступающие для него в качестве ее ценностных оснований» [3, с. 4].

Какова же система морали в современном обществе, которое, вслед за Э. Фроммом, принято называть «обществом потребления»? Следующее описание предложил в 1970 году французский философ-постмодернист, социолог и культуролог Жан Бодрийяр: «Общество потребления – это этакое общество самообмана, <…> где даже изобилие является следствием тщательно маскируемого и защищаемого дефицита». Для общества потребления или потребительского общества главная цель - оправдать экономический рост в любых неблагоприятных условиях [8].

Несмотря на то, что в современном «обществе потребления» быт людей в большей степени зависит от технологий, СМИ и других массовых явлений, а не от социальных отношений в сфере экономики, как во времена К. Маркса, многое, что отмечал философ, в наши дни звучит актуально и уместно в применении к характеристике современного общества. Моральные качества, согласно марксистской теории – категории, относящиеся к сознанию, а не к бытию, и не заложены в человеке природой. Доброта, взаимопомощь, нравственность и справедливость вытекают из социально-экономических отношений в обществе и меняются вместе с ними. К примеру, в СССР считались злом и уголовно преследовались паразитические формы наживы: деятельность в сфере предпринимательства (спекуляция и коммерческое посредничество). Современная мораль не считает эти проявления идеализма частной собственности злом [4].

Приведем описание общества середины XIX века: «Буржуазия, повсюду, где она достигла господства, разрушила все феодальные, патриархальные, идиллические отношения. <…> В ледяной воде эгоистического расчета потопила она священный трепет религиозного экстаза, рыцарского энтузиазма, мещанской сентиментальности. Она превратила личное достоинство человека в меновую стоимость и поставила на место бесчисленных пожалованных и благоприобретенных свобод одну

бессовестную свободу торговли» [10]. Чем не современное общество, с его низменными моральными качествами? На смену социалистическим идеалам в нашей стране, к примеру, пришли капиталистические: вместо альтруизма – эгоизм и индивидуализм, вместо долга – стремление получить максимальную прибыль или выгоду (и не важно в какой профессиональной сфере работает человек), вместо чести – конкуренция (невзирая на межличностные и родственные отношения), вместо любви – финансовое благополучие. Получается, что человек современного общества мало чем отличается от человека XIX века, который был предметом изучения К. Маркса.

Например, по мысли К. Маркса, «каждый человек старается пробудить в другом какую-нибудь новую потребность, чтобы вынудить его принести новую жертву, поставить его в новую зависимость и толкнуть его к новому виду наслаждения, а тем самым и к экономическому разорению. <…> Таким образом, потребность в деньгах есть подлинная потребность, порождаемая политической экономией, и единственная потребность, которую она порождает» [7]. Стоит отметить, что это утверждение точно описывает человека XXI века. Вот для сравнения характеристика представителя «общества потребления» или «нового типа личности», где ключевая характеристика – «склонность к потреблению как способу конструирования своей идентичности. В силу этого полное удовлетворение даже основных потребностей становится невозможным, поскольку идентичность требует ежедневного воспроизводства. <…> Логическим следствием развития капиталистического способа производства является формирование ненасытного потребителя, для которого потребление выступает как основное содержание его жизни» [6, с. 8].

Современное общество в век технического и информационного могущества в погоне за брендами, новинками, модными вещами попадает в зависимость не только от финансового благополучия, но и от товаров, которые, согласно рекламным слоганам, идентифицируют человека, как достойного представителя современного общества, демонстрируют

значимость и авторитет в обществе. «У дикаря, у животного все-таки есть еще потребность в охоте, в движении и т. д., в общении с себе подобными. – Упрощение машины, труда используется для того, чтобы из совершенно еще не развившегося, только формирующегося человека, из ребенка сделать рабочего, в то время как рабочий стал заброшенным ребенком. Машина приноравливается к слабости человека, чтобы превратить слабого человека в машину» [7].

«Общество потребления», имея в своем арсенале совершенные орудия труда – роботы, персональные компьютеры, полностью автоматизированные рабочие места – больше не имеет в качестве потребности необходимость проявлять силу тела и ума: смекалку, ловкость, находчивость и т.д. Труд человека становится формальностью, теряя свою индивидуальность.

«Чем ничтожнее твое бытие, чем меньше ты проявляешь свою жизнь, тем больше твое имущество, тем больше твоя отчужденная жизнь, тем больше ты накапливаешь своей отчужденной сущности» [7]. И это утверждение К. Маркса также актуально для современного общества. Оно зачастую относится к представителям молодого поколения, которые отрицают задачу поиска идеала, нравственного развития личности, выдвигая на первое место прагматизм, приоритет материальных ценностей над духовными, стремление получить деньги любым способом, размывание рамок «добра» и «зла» [5].

В XXI веке «портрет» современного общества нельзя представить без религии, но вот только она сегодня отличается от того определения мира иллюзий, который существовал для человека XIX века, вернее, она дополняется другим определением. «Религиозное убожество есть в одно и то же время выражение действительного убожества и протест против этого действительного убожества. Религия – это вздох угнетенной твари, сердце бессердечного мира, подобно тому, как она – дух бездушных порядков. Религия есть опиум народа» [8]. Помимо традиционной религии в современном обществе появилась еще одна форма иллюзии: если раньше, в

XIX веке, человек, неудовлетворенный реальным миром, создавал для себя иной мир, в который стремился убежать от действительности, мир, создаваемый религией, то в современности таким миром стала виртуальная реальность. Интернет-пространство – место для иллюзий и ухода от проблем. К. Маркс утверждает, что этот иллюзорный мир необходимо разрушить с той лишь целью, чтобы обнажить перед людьми факт их бедственного положения, при этом разрушить не саму религию, а рассмотрение ее как часть иллюзорного мира. Также и с виртуальной реальностью: именно от нее надо отказываться, от всепоглощающей зависимости, а не от тех возможностей, которые предоставляет современному человеку интернет-пространство.

Заключение. В работе через призму марксистского подхода рассмотрены моральные качества человека XIX века и современного человека в аспекте выявления аналогии в этих характеристиках. Делая вывод об актуализации в XXI веке идеи К.Маркса о моральных качествах человека XIX века, необходимо отметить следующее:

Во-первых, характеристика моральных качеств человека, данная К. Марксом в XIX веке, останется современной до тех пор, пока общественно-экономический строй будет собой представлять разного рода варианты капитализма.

Во-вторых, свободное развитие общества напрямую зависит от возможности свободного развития каждого из его представителей. Становление, самопознание личности влияет на общество и на то, каким оно будет.

В-третьих, постоянный уход от реальной действительности в иллюзорную (религия или интернет-пространство), является сдерживающим фактором для развития общества в сторону достижения высоко духовных, гуманистических моральных качеств личности.

Таким образом, выводы, сделанные на основе сопоставления идеи К. Маркса о моральных качествах человека XIX века с характеристикой

представителя «общества потребления», только подтверждают актуальность идеи философа при оценке личности XXI века.

Литература:

1. Асонов Н. В. Учение Маркса как руководство к действию // Власть. 2018. № 6. С. 187-191.
2. Грибанова Л. А. Специфика отношений между трудом и капиталом в современной экономике // Ярославский педагогический вестник. 2010. № 4. Т. I. С. 92-95.
3. Гусейнов А. А. Понятие морали // Этическая мысль: Ежегодник. Вып. 4. М.: ИфРАН, 2003. С. 3-13.
4. Заладина М. В., Шетулова Е. Д. Проявления отчуждения морали в современном обществе // Вестник Вятского ГУ (Философия, этика, религиоведение). 2017. № 5. С.6–8.
5. Иващенко А. В. Морально-нравственная основа личности в современном российском обществе // Акмеология (Социологические науки). 2014. № 4. С. 108–111.
6. Ильин В. И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России (Россия как реальность). 2005. № 2. С. 3–39.
7. Клинова М. А. К. Маркс и Ф. Энгельс о потребностях населения. // Современные исследования социальных проблем. 2018. Т. №10. С. 82–93.
8. Купырина Т. О. Характерные черты общества потребления // Academy. 2015. № 3. С. 57-59.
9. Мирошина Е. Ю. Общество потребления: критика и пути преображения. // Известия Тульского государственного университета (Гуманитарные науки). 2017. № 2. С. 105-112.
10. Слепаков С. С. Учение К.Маркса в реалиях современного мира // Теоретическая экономика (Политологические науки). 2018. №5. С.28–36.

References

1. Asonov N. V. Marx's Doctrine as a Guide to Action // Vlast. 2018. № 6. C. 187-191.
2. Gribanova L. A. Specificity of relations between labor and capital in modern economy // Yaroslavl Pedagogical Herald. 2010. № 4. VOL. I. C. 92-95.
3. Guseynov A.A. The concept of morality // Ethical Thought: Yearbook. Vol. 4. Moscow: IfRAN, 2003. C. 3-13.
4. Zaladina M. V., Shetulova E. D. Manifestations of alienation of morality in modern society // Vestnik of Vyatka State University (Philosophy, Ethics, Religious Studies). 2017. № 5. C.6-8.
5. Ivashchenko A. V. Moral and moral basis of personality in modern Russian society // Akmeologiya (Sociological Sciences). 2014. № 4. C. 108-111.
6. Ilyin V. I. Consumer society: theoretical model and Russian reality // Mir Rossii (Russia as a reality). 2005. № 2. C. 3-39.
7. Klinova M. A. K. Marx and F. Engels on the needs of the population. // Modern Studies of Social Problems. 2018. T. №10. C. 82-93.
8. Kupyrina T. O. Characteristic features of consumer society // Academy. 2015. № 3. C. 57-59.
9. Miroshina E. Consumer Society: Criticism and Ways of Transformation. // Proceedings of Tula State University (Humanities). 2017. № 2. C. 105-112.
10. Slepakov S. C. K. Marx's Doctrine in the Realities of the Modern World // Theoretical Economics (Political Science). 2018. № 5. C.28-36.

© Титов В.Т., 2022 Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» № 5/2022.

Для цитирования: Титов В.Т. АКТУАЛИЗАЦИЯ ИДЕИ К. МАРКСА О МОРАЛЬНЫХ КАЧЕСТВАХ ЧЕЛОВЕКА В XXI ВЕКЕ// Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» № 5/2022