

## СВОБОДА ВЫБОРА КАК ИЛЛЮЗИЯ НОВЫЕ ФОРМЫ ПОРАБОЩЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Научный руководитель – Рудаков Сергей Иванович

*Стадник Р.Р.<sup>1</sup>, Есиков А.В.<sup>2</sup>*

1 - Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия, *E-mail: stadniksrr@gmail.com*;

2 - Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия, *E-mail: aptemesicov@gmail.com*

В современном обществе проблема порабощения человека утратила классические черты прямого принуждения и насилия. Ещё Антонио Грамши писал о том, что правящий класс опирается не только на дубинки полицейских, но и на культуру, которая влияет на убеждения населения. На сегодняшний день на смену запретам пришла идеология безграничного выбора, которая преподносится как высшая форма свободы. Однако именно через гипертрофированное изобилие и культ новизны капиталистическая система формирует новые, более эффективные механизмы подчинения. В этой статье хотелось бы показать, что на самом деле видимая свобода потребительского выбора является иллюзией, за которой скрывается система по управлению желаниями, сознанием и временем индивида.

Капитализм во многом стал работать через производство потребностей. Человек всё реже следует своим естественным влечениям, он вынужден желать то, что ему предлагает рынок. Формируется феномен «ложных потребностей» — желаний, навязанных извне ради сохранения стабильности экономической системы. Свобода выбора на самом деле оказывается свободой выбирать между заранее запрограммированными опциями. Человек не может выйти за пределы предложенного ассортимента, будь то товары, образ жизни или даже политические убеждения. «Репрессивная толерантность» системы по Маркузе заключается в том, что она разрешает всё, что работает на её укрепление. Критика поощряется ровно до тех пор, пока она остается частью рыночного дискурса и не посягает на основы системы.

Можно утверждать, что потребление переместилось из сферы практического использования вещей в сферу потребления образов. Человек покупает не товар, а знак, миф, обещание счастья или социального статуса, как например дорогие марки машин или новый айфон(?). Все это приводит к тому, что даже социальные отношения между людьми начинают восприниматься сквозь призму потребляемых брендов. Человек становится не творцом своей биографии, а зрителем спектакля системы, которая перебирает готовые сценарии. Все это приводит к тому, что реальность замещается бесконечным потоком новостей, трендов и прочее. Это в свою очередь влияет на само восприятие жизни человеком. Не удивительно, что в последнее время наблюдается заметный рост психологических проблем у большинства людей. В особенности когда подобная система начинает переживать кризисы.

Система контроля работает не через тюрьмы, а через индустрию желаний. У людей появляется полная уверенность в своей суверенности, однако это не так. Самая главная опасность в том, что рынок колонизирует не только рабочее, но и свободное время. Досуг превращается в продолжение работы. Создавая прибавочную стоимость на работе, индивид потом идёт в торговые центры, жертвует деньги в играх, бесконечно оформляет подписки на музыку, на книги или на просмотр кино. Отдых тоже отчасти становится товаром, а человек начинает жить в парадигме продления подписки. Люди могут менять образ, собирая себя из готовых культурных образов, но за этим кроется невозможность обретения подлинного "Я". Социальное неравенство маскируется под игру различий. Борьба классов трансформируется в соревнование стилей жизни, хотя это всё ещё остается борьбой классов по своей сути. Система убеждает, что бедность — это лишь вина и неудача конкретного индивида, а

не системы в целом. Иллюзия свободы выбора служит главной опорой современной капиталистической системы. Позволяя человеку бесконечно выбирать между товарами, она отнимает у него возможность выбирать иную реальность, не основанную на тотальной товаризации жизни. Освобождение возможно лишь при условии выхода за пределы диктатуры знаков и возврата к подлинным ценностям, лежащим вне рыночного обмена. Однако главный вопрос современности остается открытым: способен ли «одномерный человек», чье сознание полностью сформировано обществом потребления, осознать глубину своего порабощения и найти в себе силы для подлинного, а не мнимого выбора?

### Источники и литература

- 1) Бодрийяр, Ж. Общество потребления: его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр ; перевод с французского Е. А. Самарской. — Москва : АСТ, 2020. — 320 с. — ISBN 978-5-17-132585-5.
- 2) Дебор, Г. Общество спектакля / Ги Дебор ; перевод с французского С. Офертаса. — Москва : АСТ, 2024. — 256 с. — ISBN 978-5-17-150284-3.
- 3) Маркузе, Г. Одномерный человек : исследование идеологии развитого индустриального общества / Герберт Маркузе ; перевод с английского А. А. Юдина. — Москва : АСТ, 2009. — 331 с. — (Philosophy). — ISBN 978-5-17-008282-7.