

1. Абульханова К.А. Личностные особенности и детерминанты социальных представлений // Идея системности в современной психологии/ Под. ред. В.А. Барабанщикова - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005, С. 299-314.
2. Виттхен Г.У. Энциклопедия психического здоровья / Пер. с нем. И.Я. Сапожниковой, Э.Л. Гушанского. М: Алетейа, 2006. - 552 с. (Гуманистическая психиатрия). — ISBN 5-89321-124-3.]
3. Мамардашвили М.К. Эстетика мышления. Беседа первая [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Mamardash/_24.php
4. Попов Л.М. Добро и зло в этической психологии личности / Л.М. Попов, О.Ю. Голубева, П.Н. Устин. – М.: ИП РАН, 2008.- 240с.
5. Рубинштейн С.Л. Человек и мир. СПб.: Питер, 2003. – 512с.
6. Селезнева Н.Т., Л.Н. Дроздова, Е.А. Куркотова Субъектно-развивающая парадигма: критерии и уровни субъектности / Современные наукоемкие технологии 2010. №10, С.153-156
7. Чопра Д., Симон Д. Семь духовных закона йоги. – М.: Эксмо, 2006. – 2006. – 288 с.

УДК 377.4, 614

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕЧНОСТИ В СРЕДЕ ПРАЗДНОГО КЛАССА КАК СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ

Емельянова Ольга Яковлевна, Шершень Инга Владимировна

ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный педагогический университет»,

Воронеж, Россия

olga-emel@rambler.ru, inga_sherhsen@mail.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ № 14-06-00597а

Аннотация

Праздный класс характеризует система специфических потребностей, мотивов и ценностных установок, особая культура и образ жизни, обусловленные эволюцией человеческого общества. В статье рассмотрены аспекты природы праздного класса сквозь призму соответствия высшей ценности общества – достижения человечности.

Ключевые слова: праздный класс, демонстративное потребление, ценностные установки, потребности.

Проблема реализации человечности в образе жизни общества была фундаментально исследована Э. Фроммом в труде «Иметь или быть?», где получили развитие идеи К. Маркса об отчуждении человека от его собственной человеческой, родовой сущности, о формировании отношений с миром, в том числе, отношений обладания и справедливости. Истоки антигуманного характера человеческой деятельности, актуализирующего вопрос выживания человечества в целом, могут быть проанализированы посредством рассмотрения феномена праздного класса общества, существование и функционирование которого было экономически обосновано Т. Вебленом в «Теории праздного класса»[1].

Праздный класс зародился в процессе смены миролюбивой на хищническую стадии эволюции человеческого общества. На первой стадии индивидуальная собственность не выступает преобладающей чертой системы экономических отношений, люди предпочитают оседлый образ жизни и агрессия, основанная на экономическом соперничестве, пока не носит выраженный характер. В связи с возникновением и усилением доминанты частной собственности перестраивается вся система существующих побуждений к действию, моральных ценностей и приоритетов. Актуальной формой самовыражения становится борьба, а результаты победы в борьбе – предметы и люди, приобретают наивысшую ценность. Таким образом, происходит разделение «доблестной» и производственной деятельности, причем труд начинает трактоваться как нудное, недостойное человека высокого

звания, занятие. Т. Веблен подчеркивал, что разделение миролюбивой и хищнической фаз развития культуры является условным и определяется в первую очередь, различием в сознании, повлекшим формирование новых обычаев, привычек, образов жизни, экономических и политических механизмов, и т.п. Деление общества на праздные и работающие слои обуславливает антагонизм между ними; процесс экономического развития носит характер борьбы за обладание имуществом. На очередном этапе развития общества приоритетным становится достижение установленного «престижного денежного уровня» - стандартного уровня богатства, эквивалентного доблести и подвигу как более ранних ценностных хищнических установок. Люди, обладающие собственностью в недостаточном объеме, получают отрицательную оценку и негативное отношение от собратьев и страдают от этого. «Денежный уровень жизни» не остается неизменным с течением времени, он неуклонно возрастает, а его атрибутом всегда выступает «завистническое сравнение». «Если бы, как иногда полагают, стимулом к накоплению была нужда в средствах существования или в материальных благах, тогда совокупные экономические потребности общества понятным образом могли быть удовлетворены при каком-то уровне развития производственной эффективности, но, поскольку борьба по сути является погоней за престижностью на основании завистнического сопоставления, никакое приближение к определенному уровню потребления невозможно» [1].

Праздный класс, кроме самого феномена праздности (как образа жизни), характеризует такая черта, как чрезмерное для удовлетворения человеческих потребностей «расточительное» потребление, вступающее в противоречие с интересами общества в целом. Формирование ложных потребностей, обусловленных ложным пониманием престижа, повлекло усиление власти вещей над людьми. Буржуазные революции, упростившие переход людей из одного слоя общества в другой за счет денежного фактора, способствовали усилению идей вещиизма.

Общество, развиваясь, нарабатывало навыки праздности: кодекс благовоспитанного поведения, особое высокородное качество жизни, почтенность, нормы демонстративного расточительного потребления. Образ жизни высших слоев общества подчинен постоянной демонстрации праздности, причем достаточно обременительной, в частности, соответствие требованиям наличия демонстративных атрибутов – жилища, гардероба, питания, посещения светских мероприятий и т.п., привлечение штата специалистов для решения сложностей организации паразитического быта и «жизни напоказ».

Кроме праздного класса, Т. Веблен вводит понятие «подставного праздного класса», эволюционировавшего из прислуги, и включающего представителей среднего достатка – средний класс из сфер производства, служащих и сервиса. Для данной категории свойственно стремление идентифицировать свой образ жизни с образом жизни праздного класса, запуская механизмы демонстративного потребления, копируя их ценностные ориентации и стиль жизни, безусловно, в рамках собственного бюджета.

Демократизация общества и современные возможности успешного копирования многих атрибутов праздного класса угрожают данной категории потерей аутентичности, что решается выходом на новый виток недостижимости, в частности, на чрезвычайно субъективный рынок искусства и fashion-индустрии.

Анализируя психологический механизм моды, Т. Веблен отмечает: «...чем дальше стоит общество, особенно богатые классы общества, по росту богатства и подвижности, а также по диапазону социальных контактов, тем более властно будет утверждаться закон демонстративного расточения в вопросах одежды, тем сильнее будет тенденция канона денежной благопристойности подчинять себе чувство красоты или завладеть им, тем скорее будут смещаться и изменяться моды и тем нелепее и нестерпимее будут меняющиеся стили, входящие в моду один вслед за другим» [1].

В настоящее время в числе статусных символов классового общества, подлежащих купле-продаже, произведение искусства занимает наивысшее положение [3]. В 1995 году самое дорогое произведение искусства в мире (на тот момент) - «Портрет доктора Гаше» Ван Гога – оценивалось в пять раз больше самого дорогого бриллианта, ушедшего с аукциона Sotheby's за 16,5 млн. долл. Превосходство художественного товара над другими объектами торговли заключается в уникальности и неповторимости. Однако сегодня оригинальными признают произведения, даже не имеющие с представлением об уникальной реализации творческой энергии ничего, кроме названия. Так, скульптура Д. Херста «Гимн» в виде бронзовой 6-метровой анатомической модели человека, демонстрирующей внутренние органы, была скопирована у производителя пластмассовых игрушек Humbrol, причем доход игрушечной фабрики от продажи кукол составил 2 тыс. фунтов, а художнику продажа монументальной копии принесла более 1 млн. фунтов. Существующая тенденция представляет собой результат исторических изменений, повлекших за собой экономическую оценку фантазий творца художественным рынком [4].

Движущей силой искусства и рынка становится ориентир на инновацию, т. е. речь теперь идет о формулировании художественного умысла и продаже идеи. В каталоге Christie's о полотнах американского художника Р. Раймана, выставившегося за миллионы долларов, было отмечено: «Полотна Раймана – это не картины, они ничего не представляют, это даже не абстракция. Это не знаки и не выражения, это опыты» (О картине «Печать 20», изображавшей белые полосы на белом грунте) [2].

Влияние ценностей праздного класса отражается и на спорте: «футбол имеет такое же отношение к физической культуре как бой быков к сельскому хозяйству». Пристрастие к азартным играм обусловлено проявлением веры «в удачу», которая свойственна людям на всех ступенях эволюции общества. Доблесть выражается в жизни варвара в симбиозе силы и хитрости, и эти две составляющие (в различной степени проявления) присутствуют в современном военном деле, в занятиях финансовой сферы, охоте и спортивных играх.

Даже высшее образование выступает одной из обширных сфер деятельности, подчиненной законам праздного образа жизни. Приобретение высшего образования сопряжено с затратами такого объема времени и средств, который зачастую недоступен для малоимущих слоев населения. Временные и денежные расходы делают «почетными» усилия по получению высшего образования в ряде вузов, поднимают престиж отдельных учебных заведений. Меценатство как экономическая категория в свою очередь выступает в роли отношения статуса. Попечитель ученого или учебного заведения удостоивается известности подобно тому, как ранее слава приписывалась господину за достижения его штата обслуживания. В целом, для благотворительности праздного класса свойственен демонстрационный эффект, подчеркивающий имена, статус и степень щедрости жертвователей.

Очевидно, что гуманистические ценности не присущи праздному классу априори, и проблема реализации человечности может рассматриваться только с позиций изучения индивидуальных личностных качеств представителей этой среды. Сама среда, как и истоки ее формирования не способствует активизации таких значимых человеческих качеств как совесть, бескорыстие, ответственность, наоборот, культивируя хитрость, коварство, силу и волю к победе любой ценой.

На последних стадиях развития праздного класса, его представители уже избавлены от необходимости выживать в конкурентной борьбе формировать и реализовывать хищнические установки и модели поведения, поэтому в условиях достатка материальных ресурсов они имеют дополнительные возможности к саморазвитию, в том числе приобретению знаний, духовному совершенствованию, подлинно альтруистической благотворительной деятельности.

Литература:

1. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: «ЛИБРОКОМ», 2011. – 368 с.

2. Досси П. Продано! Искусство и деньги. – СПб: Лимбус Пресс, ООО «Издательство К. Тулибина», 2011. – 288 с.
3. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Адаптация fashion-бизнеса к условиям современного социокультурного пространства //Экономическая, социальная и психологическая адаптация личности в современных условиях. – матер. междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж: ВГУ, 2012, С.37-40.
4. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Трансформация ценностей: искусство как инструмент бизнеса //Адаптационные механизмы и практики в трансформирующихся обществах. – матер. междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж: ВГПУ, 2014, С. 32-35.
5. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Креативный менеджмент: уч.пособие. – Воронеж: «Роза ветров», 2012. – 215 с.
6. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Психологические аспекты проблемы профессионального самоопределения личности (на примере представителей творческих профессий – артистов-исполнителей) // Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития. – матер. междунар. науч.-практ. конф. – СПб: СПбГЭУ, 2014. С. 68-70.

УДК 159.923.5

**ДИНАМИКА НАПРАВЛЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ
В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «МОТИВАЦИЯ
ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Каримова Алсу Рустэмовна

Казанский научно-исследовательский технический университет им. А.Н.

Туполева (КНИТУ-КАИ), Россия, Республика Татарстан, г. Казань

alsu_kai@mail.ru