



ФИЛОСОФИЯ

ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ

УДК 171; 316.4; 316.6; 316.7

ОТ ЭДИПА К НАРЦИССУ: ПО КРАЯМ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ*

© Ю. А. Разинов

Разинов Юрий Анатольевич
доктор философских наук,
доцент
профессор
кафедры философии
Самарский национальный
исследовательский
университет
им. С. П. Королева
e-mail: razinov.u.a@gmail.com

В статье рассматривается поворот «от Эдипа к Нарциссу» — процесс, обусловленный кризисом эдипальной структуры и общественной связи, основанной на авторитете. Данное явление коррелирует с переходом от индустриальной стадии капитализма к постиндустриальному обществу потребления. Если первая («эдипальная») стадия капитализма характеризуется приоритетом труда и накопления, то вторая («нарциссическая») — приоритетом потребления и сверхпотребления в кредит. Показывается, что эдипальная структура, главенствуя в индустриальном обществе, производит субъекта «длинной воли», способного к переносу (отсрочке) желания в будущее. Напротив, в обществе потребления формируется иной — нарциссический тип личности с установкой на моментальное удовлетворение желания — субъект «короткой воли». Если Эдип трактуется как фигура вины, то Нарцисс — как фигура обольщения. Данное различие конкретизируется как различие глубины и поверхности. Ставится вопрос о пределах расширения товарной формы и апроприации желания.

Ключевые слова: Эдип, Нарцисс, желание, потребность, опережающее потребление, сверхпотребление, «длинная воля», «короткая воля», глубина, поверхность, апроприация, товарная форма, перехваченный субъект.

Поворот «от Эдипа к Нарциссу» — когнитивная метафора, означающая смену господствующей мифологической фигуры и, вместе с

* Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-011-00910 «Маргинальные феномены человеческого бытия (Антропология ad Marginem)».

тем, парадигмы самосознания. Если Эдип — это фигура вины, то Нарцисс — это фигура обольщения. Эдипальная структура и соответствующий ей способ самоидентификации рождаются из желания посягнуть на образ Отца как большого Другого и вины за провал в таком предприятии. Трагическое произведение судьбы, «амехания», в которую втянут Эдип, в то же время, становится производством собственного образа. Нарциссическая же структура личности обусловлена не столько производством, сколько присвоением того образа, что отражается в зеркальной поверхности Другого¹. С учетом различия, которое Ж. Лакан провел между *символической* и *воображаемой* идентификациями, можно сказать, что Нарцисс застревает на воображаемой стадии, отождествляясь с поддерживаемым Другим образом, в то время как Эдип проходит символическую идентификацию и отождествляется с самой точной зрения Другого. Поскольку нарциссизм становится заметным социальным явлением, сопутствующим переходу от индустриальной к постиндустриальной стадии капитализма и формированию «общества потребления», постольку переход «от Эдипа к Нарциссу» может быть конкретизирован как смена базовых установок: от *труда* и *производства* к *присвоению* и *потреблению*.

Формула «От Эдипа к Нарциссу», ставшая известной в нашей стране благодаря одноименному сборнику бесед², впервые встречается в статье Ж. Керсола «Силикон навывкате». Фрагмент из неё цитирует Ж. Бодрийяр в своей работе «Соблазн» (1980 г.). Разбирая, казалось бы, частные вопросы, связанные с коррекцией органического тела, автор делает далеко идущие выводы относительно опасности нарциссических инъекций в общественное тело. Прежде всего, его заботит тенденция к распаду эдипальной структуры и типа общественной связи, построенной на ней:

«Электронный наркоз: вот предельный риск цифровой симуляции... Мы скользнем от Эдипа к Нарциссу... Самоуправление тел и удовольствий увенчается этим медленным нарциссическим наркозом. Словом, во что силикон превращает принцип реальности? Я не говорю, что оцифровка мира — причина близящегося конца Эдипа: я утверждаю, что развитие биологии и информационных технологий сопровождается распадом структуры личности, именуемой эдиповской. Распад этих структур раскрывает другое место, в котором отсутствует отец: в игру вступает материнское, океаническое чувство, влечение смерти. Это грозит не столько неврозом, сколько психотическим расстройством. Патологический нарциссизм... Известными считаются формы социальной связи, которые строятся на Эдипе. Но что делать власти, когда все это уже не работает? Взамен авторитета — обольщение?»³

Эдипальная структура, о распаде которой заботится Ж. Керсола, а вместе с ним и Ж. Бодрийяр, обеспечивает тот тип общественной связи, основанием которой является авторитетная инстанция, будь то отец, властитель, закон или Бог. Именно она порождает в субъекте чувство вины и ответственности.

¹ Термин «другой» мы используем в двойном лакановском смысле — как означающее *символического порядка*, когда он пишется большой буквы, и *конкретного другого*, когда он пишется с маленькой.

² Горичева Т., Орлов Д., Секацкий А. От Эдипа к Нарциссу. Беседы. СПб. : Алетей, 2001. 224 с.

³ Бодрийяр Ж. Соблазн. М. : Ad Marginem, 2000. С. 286–287.

Ограничивая претензии субъекта на спонтанное удовлетворение желания и переключая его на отдаленные во времени цели, власть символического, явленная в фигуре Отца, формирует в субъекте то, что следует назвать *длинной волей*⁴. Власть символического Отца порождает в субъекте способность управлять желаниями, удерживая их на коротком поводке длинной воли. Пропажа Отца как инстанции ограничения формирует Нарцисса в качестве субъекта *короткой воли*, который не способен сохранять дистанцию между собой и воображаемым образом, а следовательно, глубоко переживать ту внутреннюю драму (трещину), которую испытывает Эдип. Если Эдип берет вину на себя и пребывает в ней постоянно, то Нарцисс сбрасывает вину на плечи других. В этом отношении о Нарциссе следует говорить как о субъекте этически неразвитом. Таким образом, если Эдип как фигура вины — это человек этический, то Нарцисс как фигура оболыщения — это человек эстетический. Такое различие можно усилить различием *глубины и поверхности*.

1. Эдип и Нарцисс: глубина vs. поверхности

Всякий, кто имеет дело с Законом, обусловлен его отчуждающей силой, а следовательно, имеет опыт дистанции и глубины. Нарцисс же сообразно античному мифу обращается с поверхностью. Он сморится в зеркальную поверхность воды, с которой взаимодействует в режиме «моментального отклика». Эдип расположен на огромной дистанции от Отца (большого Другого) и поэтому пребывает в режиме задержки отклика, сообщения. Кроме того, он слышит лишь отголоски, отдаленное эхо, идущее из глубины. Поэтому, кстати говоря, глубокие люди всегда прислушиваются к чувству — своему или чужому. Им свойственна эмпатия неизвестная Нарциссу.

Но главное здесь в другом — в устройстве *вида*. Если Нарцисс заморожено смотрится в зеркало, в котором видит себя, то Эдип, как мы знаем из трагедии Софокла, делает обратное — он выкалывает себе глаза, устраняя зрение как способ взаимодействия с (обманчивой) поверхностью. Таким образом, переход «от Эдипа к Нарциссу» означает так же отказ от глубины в пользу поверхности.

Такая перемена характеризует переход от структурализма к постструктурализму, который отказывается от глубины во имя торжества поверхности. Поэтому отнюдь не случайно, что главной мишенью для критических стрел М. Фуко, Ж. Делёз, Ф. Гваттари, Ф. Лиотар и др. назначает Эдипа — патерналистскую модель, обусловленную господствующим положением Отца. Выворачивая всё глубинное в либидинальную поверхность, «пленку»⁵, постструктурализм упраздняет глубину как принцип (символ) конституирования метафизической вертикали. Соответственно этому и сама общественная связь мыслится ими не на основании вертикального вектора служения Семье, Родине, Власти, Государству, Богу, и вообще Всеобщему, а на основании горизонтальных сингулярностей. Поэтому, спрашивая «взамен авторитета — оболыщение?»,

⁴ См.: Разинов Ю. А., Шеховцева Д. М. Желание и жертва // Международный журнал исследования культуры. 2017. № 4 (29). С. 88–96.

⁵ Лиотар Ж.-Ф. Либидинальная экономика / пер с фр. В. Е. Лапицкого М. ; СПб. : Изд-во Института Гайдара ; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2018. 472 с.

Ж. Керсола как будто уже знает ответ: общественная связь в нарциссическом обществе строится не на основании авторитета, а на основе взаимного обольщения.

В таком обольщении отсутствует то, что можно назвать *простотой интереса*. Слово «интерес», если вдуматься в его латинскую основу, означает «между-бытие» — *inter-esse*. При этом приставка *inter-* как начальный словообразовательный элемент означает так же «движение внутрь»⁶. Поэтому «интерес» следует понимать как интериоризованную (присвоенную индивидом) общественную цель. Интерес это — внутреннее «между-бытие» индивидов, составляющих *respublica*. Нарциссический же тип общественной связи строится как *extra-esse* — экстериоризованное в обольстительном образе одинокое аутическое существование. Мифический Нарцисс, припавший к лесному озеру, отделен от общественного тела. Но поскольку реальный, а не мифический Нарцисс всё же инкорпорирован в *respublica*, то можно сказать, что им тоже движет определенный интерес. Заинтересованность Нарцисса (если это называть «интересом») заключается в установлении определенных отношений, состоящих в том, чтобы другие всё время поддерживали бы его распадающийся образ — работали на него, как это делает нимфа Эхо, создавая ложное подобие общественного отклика (связи). Постоянная репродукция внутреннего образа посредством внешней оценки — это жизненно-важная артерия для существования нарциссического *эго*, это его «матерый» интерес (*экстраес*). Последняя коннотация отсылает нас к материнскому началу в Нарциссе, которое создает существенный противовес отцовскому началу Эдипа.

Таким образом, существенное отличие Нарцисса от Эдипа заключается в диспозиции *другого*. Если для Эдипа *другой* сверхзначим, то для Нарцисса он существует только как зеркало, как функция самоудовлетворения, как декорация в спектакле одного актера. *Другой* для него важен как строительные леса для возведения его Вавилонской башни. В противном случае он важен как «сток», как «вешалка» для нарциссических проекций, а иногда просто — как «мусорное ведро». Поэтому *другой* в системе Нарцисса — это всегда «перечеркнутый другой» (Ж. Лакан).

Если Эдип в силу постоянного внутреннего диалога с большим Другим (Отцом, Обществом, Богом) пребывает во внутренней референции, то Нарцисс — во внешней. Внешняя референция есть скольжение по поверхности знаков, обеспечивающих чувство собственной значимости. Занятый отбором знаков признания и по этой причине чрезвычайно внимательный к знакам, Нарцисс черпает свою идентичность в *потреблении*, в то время как Эдип обретает её в *труде*, а труд есть не что иное как принесенная во внутренний план спонтанная *жизнедеятельность*.

Современное общество потребления — это прежде всего желающее общество, а потому важно развести Эдипа и Нарцисса в отношении желания.

Эдип — это фигура вытеснения и задержки желания. В этом смысле — это фигура долга, аскезы, терпения и соответствующего терпению глубины.

⁶ Латинско-русский словообразовательный словарь: Ок. 20 000 слов / авт.-сост. Г. В. Петрова. М. : Оникс : Мир и Образование, 2008. С. 20.

Это человек *длинной воли*, приверженный дисциплине, самоконтролю и порядку. В экономическом смысле — это субъект, способный к переносу желания в будущее время, а значит, и к *отложенному потреблению*. Именно на плечах Эдипа вырастает индустриальное общество, способное к долгосрочным инвестициям и масштабным проектам, результаты которых «отцы» завещают «детям». Поскольку капитал есть не что иное как сумма отложенных актов потребления, постольку накопление прибавочной стоимости и аскетический способ работы с желанием соответствует индустриальной стадии капитализма.

Нарцисс — это фигура реализации желания «здесь» и «теперь», а следовательно, и обиды за его нереализованность. Современный неонарцисс — это субъект нетерпеливого желания и *опережающего* потребления, откладывающий на будущее производительный труд. Такой тип экономики желания характеризует постиндустриальное общество.

Таким образом, можно сказать, что Эдип — это фигура модерна, герой аскетического служения отдаленным целям. И он же — (архи)типичный невротик. Именно поэтому Фрейд использовал его имя для обозначения комплекса отношений «отец-мать-ребенок». Современный неонарцисс — это герой постмодерна. Он, скорее, психотик, и это объясняет, почему Фрейд не нашёл для него значительного места в психоанализе, как теории неврозов.

И здесь стоит указать ещё на одно отличие Эдипа и Нарцисса — это механизм психической защиты. Если для эдипального *Я* основным механизмом является *вытеснение*, то для нарциссического *Я* — *проекция*. Эдип вытесняет травму, Нарцисс проецирует её на других. Переноса на себя позитивные свойства других, он проецирует на них своё собственное негативное.

Поскольку Нарцисс все время ждет от мира подтверждений своей сверхзначимости, а мир не всегда и во всем потакает ему, постольку ведущими переживаниями в нарциссическом комплексе становятся *гордость* и *обида*. Нарциссист не выносит критики, поскольку она перечеркивает его грандиозное *Я*. Когда другие щелкают его по звенящей нарциссической короне, в нем включается механизм защиты — обесценивание критикующей инстанции. В патологических случаях нарциссизма *весь мир виноват, только не я! Я обиделся!*

Данная структура нарциссического самоотношения лаконично и, вместе с тем, гениально обыграна А. С. Пушкиным в «Сказке о мертвой царевне...» Царица периодически спрашивает волшебное зеркальце, требуя от него правдивого ответа: «Свет мой, зеркальце! скажи, / Да всю правду доложи: / Я ль на свете всех милее, / Всех румяней и белее?». И зеркало тут же отвечает, подтверждая наш тезис о том, что отклик поверхности в структуре нарциссизма должен быть моментальным. Однако, когда зеркало сообщает царице, что «царевна всё ж милее», царица тут же обесценивает отражающую поверхность эпитетом «мерзкое стекло».

Так себя ведет Нарцисс. В случае сокрушительной критики он не проваливается во внутреннюю референцию, как это делает эдипальный невротик, он не уходит «в себя» и не занимается самокопанием. Нарцисс включается в поиски новых ресурсов для восстановления своего постоянно распадающегося *эго*. Эдип копается в себе хотя бы потому, что копать можно только глубину и содержательность. Нарцисс же пуст, а из пустоты и поверхности ничего не

вычерпаешь. На поверхности, правда, образуется нарциссическая дыра (трещина), которая невыносима и поэтому моментально закрывается — либо новой лестью, либо обесцениванием партнера. Так же поступает пушкинская Царица: получив пробоину в нарциссическом Я, она знает о невосполнимости трещины. Поэтому она готова сотрудничать с «лживым» зеркалом, лишь бы оно поддерживало её иллюзорный образ, ибо другого способа самоидентификации у нарциссизма нет.

И здесь самое время перейти к связи нарциссизма с ситуацией «общества потребления», ибо массовый потребитель ведёт себя точно так же, как и Нарцисс.

2. Нарциссизм общества потребления

Для верного понимания того, что такое «общество потребления», важен концепт *опережающего потребления*, а иначе, *сверхпотребления*, ибо потребление вообще есть необходимое условие всякого общественного воспроизводства и характеризует любой тип экономической системы. А вот термины «опережающее потребление» и «сверхпотребление» означают нечто большее, чем удовлетворение потребности.

Термин «опережающее потребление» ввел французский социолог и философ Ж. Бодрийяр в двух своих книгах: «Система вещей» (1968 г.) и «Общество потребления: его мифы и структура» (1970 г.). Уже в первой книге в разделе «Опережающее потребление: новая этика» Бодрийяр писал:

«На протяжении жизни одного поколения исчезли такие понятия, как “семейное достояние” и “постоянный капитал”. Вплоть до прошлого поколения приобретенная вещь приобреталась в полную собственность, материализуя в себе выполненный труд. Недалеки еще те времена, когда покупка столового гарнитура или автомашины была венцом долгих усилий экономии. Человек трудился, мечтая что-нибудь приобрести; жизнь переживалась в пуританских понятиях усилия и воздаяния, зато если уж вещь имелась, значит, она была заработана, это квитанция о расчете с прошлым и залог будущего. Одним словом, это капитал. 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*. <...> Тем самым вместе со способом существования и потребления бытовых вещей меняется и статус всей цивилизации в целом. В патриархальном домашнем хозяйстве, основанном на понятиях наследства и постоянного дохода, потребление никогда не шло впереди производства. В полном согласии с картезианской, а равно и нравственной логикой, труд здесь всегда предшествует продукту труда как причина следствию. Такое аскетическое накопительство, слагавшееся из предусмотрительности, умения поступаться своими желаниями, удовлетворять свои потребности своими личными усилиями, — такая цивилизация экономии пережила свой героический период <...> Целые поколения людей, стараясь жить по средствам, в результате оказались на гораздо более низком уровне жизни, чем позволяли их средства. Об этой эре труда, личной заслуги и накопления — добродетелей, находящих высшее выражение в понятии собственности, еще напоминают нам сохранившиеся от нее вещи, словно призраки потерянных поколений прошлого в мелкобуржуазных интерьерах»⁷.

Термин «сверхпотребление» (*overconsumption*), который получил распространение в последнее время, вовсе не означает *неумеренное* потребление, излишество, роскошь. Дело в том, что потребление «сверх всякой меры»

⁷ Бодрийяр Ж. Система вещей. М. : Рудомино, 1999. С. 172–173.

было характерно и в прошлом. Излишек здесь совсем другого порядка. Им является символическая надстройка над натуральными свойствами товара, поэтому здесь мы должны избегать языковой ловушки слова «сверх» в значении излишества. Сверхпотребление — это такой вид потребления, который сводится к потреблению знаков.

В обществе потребления традиционное соотношение потребительских свойств товара переворачивается так, что символические свойства становятся базисными. Для простоты демонстрации такого переворота достаточно представить структуру ценообразования какой-нибудь модной футболки с иконой бренда или известного политического лидера. Спрашивается, какой вес в цепи добавленной стоимости занимает образ или логотип? Ответ: значительно больший, нежели торговая маржа, труд швеи, пошивочная ткань, а тем более, хлопок-сырец. В цепочки стоимостей обыкновенной бутылки молока владелец бренда, как правило, генерирует большую часть *эффективной* добавленной стоимости, нежели производитель кормов, молочного сырья и упаковки. Например, эмблемы «эко» или «живой продукт» сегодня способны поднять суммарную стоимость продукции вдвое.

В этой связи уже в «Системе вещей Бодрийяр пишет о возникновении новой этики, заключающейся в том, что источником добродетели становится не труд, а потребление. За прошедшие пол века эта идея, которая тогда казалась внаучным пророчеством, стала частью повседневной реальности. Переход к опережающему потреблению радикальным образом изменил место труда в жизни человека, а вместе с тем и всю систему вещей. Отвязанные от своих потребительских свойств, вещи оказались затопленными их символическими свойствами. Они активно включились в знаковые отношения, в том числе и нарциссические.

Важно подчеркнуть, что переход к нарциссической формации обусловлен не субъективными процессами, и тем более, не «падением нравов», а самим переходом от индустриальной стадии капитализма с приоритетом производства и накопления к постиндустриальной стадии с приоритетом потребления и траты. Проблема тут в форме экономического уклада: экономика потребления в большей степени характеризуется не стимулированием производства и ценностью труда, а поощрением потребления, причем опережающего потребления или же сверхпотребления. В такой экономике ценным становится не то, что человек произвел, а *что и на что* он потратил. Проблема в том, что установка на ценность потребления формирует соответствующий тип личности, каковым является потребитель, привыкший жить в кредит.

Наглядным выражением новой экономической ситуации является супермаркет и кредитный отдел в магазине. Покупатель окруженный витринами, которые представляют собой не что иное как либидинальную поверхность товаров и услуг, должен *случиться* с мыслью, что всё, что развернуто на поверхности, предназначено для него. А для того, чтобы эта *случка* произошла сей же час, недалеко от кассы находится кредитный отдел банка. Да и сами супермаркеты уже готовы напрямую кредитовать покупателя, над рефлексам которого поработали рекламодатели и маркетологи. Купи — «ты этого достойна!» «Пропало желание?» — не важно, что ты алкоголик или наркоман! Умные химики уже позаботились о тебе и придумали формулу, которая сделает

тебя плейбоем: «Ловелас форте» — капсулы для настоящих мужчин!». При этом у такого потребителя не должно быть и мысли о том, какой же он «настоящий» — без капсул.

И вот, обвешанный симулякрами «достоинства», «мужества» или «очарования» потребитель бежит в супермаркет за очередной порцией нарциссического самоудовлетворения. Именно в таких рекламных зеркалах формируется нарциссический субъект потребления, и не так важно, что он потребляет, — косметическую пудру или *артхаус* в «Доме кино». Нарциссическим зеркалом может стать любая *поверхность*, которая обольщает и поглощает современного потребителя. Зеркало здесь следует понимать именно в этом подчеркнутом смысле — поверхности, т. е. отсутствия глубины. И эта бездонная поверхность безжалостно правит обществом потребления. Она как корка льда на реке — холодная и гладкая. В неё невозможно нырнуть. Конечно, поверхность сама по себе — это фундаментальный модус вещей, но как же печально видеть то, как она легко покупается и продаётся — что поверхность тела, что поверхность чувства или мысли, впрочем, всё так же поверхностно.

Социальная сеть — это та же поверхность, главным свойством которой является моментальность и избирательность отражения. Полированный «айфон» или «смартфон» — это полифункциональное гибридное зеркало, в котором можно бесконечно соотноситься с нужными образами и вещь-знаками. В обществе потребления человек стремится к вечно ускользающему идеалу — модному образцу-модели. Он все время хочет опередить время благодаря покупке в кредит. При этом вещи обесцениваются и морально устаревают быстрее, чем физически изнашиваются. По этой причине инициируется планомерная смена одних поколений вещей другими, их переоценка: «Виндоус-10», «Айфон-7» и т. п. Человек, отставший от моды, чувствует себя символически обездоленным. Он пытается зафиксировать и присвоить себе само время, например, собирая старинные, коллекционные вещи, или совершая постоянный тюнинг и апгрейд. Он не принимает старение как таковое, а только как модный знак — винтажность, искусственное состаривание. Магазины завалены потертыми, словно застиранными джинсами с дырками; у 30-летних потребителей входит в моду искусственная седина. Современный потребитель настолько желает взять под контроль время, что всерьез рассуждает о «цифровом бессмертии», а если не очень в него верит, то предпринимает героические усилия по омоложению. Даже термины такие появились — «антропологический тюнинг» и «биохакинг».

Закредитованный потребитель знает, что в его бюджете дыра, но он все равно стремится завладеть гаджетом последней модели или другим знаковым аксессуаром в полном соответствии с фразой Б. Гребенщикова: «На палубе танцы, а в трюме дыра пять на пять». Вещь, как и *другой*, для нарциссического потребителя имеет значимость только в качестве аксессуара для его *Я*. Нарцисс любую встречную вещь готов воспринимать как означающее собственной важности, и если Эдип человек имеет дело с *вещами-в-себе*, то Нарцисс — с *вещами-под-себя*⁸.

⁸ Неологизм Д. Орлова (см.: Орлов Д. У. Кризис значений есть // Метафизические исследования. Вып. 14: Статус иного. СПб. : Алетей, 2000. С. 46—66.

Приведу показательный пример. Как-то в Крыму я обратил внимание на тысячелетний можжевельник, на стволе которого были вырезаны надписи типа «Здесь был Вася». Целое тысячелетие на этой территории проживали разные народы — кочевники, генуэзские купцы и крымские татары и прочий люд, — но никому и в голову не приходило использовать дерево как означающее своего присутствия. Приблизительное время массового появления подобных надписей на стенах, скалах, партах, скамейках и т. п. — послевоенное время, а это время роста потребительских возможностей, а значит и повышения самооценки. Главное в том, что стиль самосознания пресловутого «Васи» вытекает из нарциссической логики общества потребления: «обозначаюсь, следовательно существую».

3. Апроприированный субъект желания

Однако речь должна идти не только о формировании потребительской установки и соответствующего переиздания нарциссического субъекта. Проблема нарциссизма не лежит исключительно в плоскости формирования индивидуального характера. Речь должна идти о системе, которая с необходимостью, а не от случая к случаю порождает такого субъекта. Нарцисс — это *перехваченный субъект* желания, с которым проделана операция подмены. Суть её в следующем: идущее «от субъекта» желание перехватывается рынком, переформатируется в соответствии с внутренней необходимостью и логикой капитала, чтобы затем возвратиться к субъекту в качестве «своего» желания. Однако «своё» в этой системе приобретает статус иллюзии. На деле же всё идет к удовлетворению потребительского рефлекса, сформированного маркетологами в союзе с производителями. Этот массовый субъект потребления — вовсе в классическом значении этого термина. Это *агент*, или же «перечеркнутый субъект» лакановском смысле, который так же можно назвать *апроприированным субъектом*.

Термин «апроприация» родившийся в 80-х гг. в недрах мультикультуралистской парадигмы и пришедший на смену сознательно забытому термину «экспроприация», означает такое *при-своение*, в котором исходная «своякость» исчезает. Если «экспроприаторы» так или иначе сохраняли присвоенное, ибо речь шла лишь о смене собственника, то «апроприаторы» его переваривают так же, как грифоны переваривают мясо. При условии определенного истолкования, термин «апроприация», он может быть заточен против мифа идеологии потребления, согласно которому рынок, идущий нога в ногу с человеческими желаниями, всего лишь направлен на их удовлетворение. Современный диверсифицированный рынок, не только идёт на встречу партикулярным особенностям человеческих влечений, но и непосредственным образом конституирует их в качестве потребностей.

Конституируя желания в качестве потребности, рынок переопределяет желание как то, что принципиально неудовлеторимо (внутреннее желания), в нечто внешнее, развернутое в либидинальную поверхность прилавка. Сегодня достаточно очевидно, что лиотаровская претензия на то, чтобы вывести экономику из либидинальных отношений, равно как и делезианская попытка встроить «машины желания» в тело общественного производства и понять их в качестве оснований самого производства, не выдержали проверку временем.

Современный капитализм успешно апроприировал все подобные схемы, заодно развенчав претензию на переопределение марксистской идеи, согласно которой желание не возникает раньше, чем возникают общественно-исторические механизмы и условия его реализации. Именно так — создавая механизмы и инструменты «реализации желания», — капитализм расширяет пределы товарной формы.

Апроприация желания предположена внутренней логикой самого капитализма, который на стадии его предельного расширения легко обращает в товарную форму не только *эрос* и *биос*, но и *танатос*. Образы смерти не только успешно продвигают тот или иной материальный товар, но и формируют новую атрибутику самого влечения к смерти. Всё дело в том, что с переходом к обществу потребления товаром стали не только вещи с их свойства, но и *отношения*, а точнее их знаковые подобию — симулякры. «Экономика желания» развернула инвестиционные потоки. «Новые капиталы» сегодня текут, бегут, паркуются там, где, возможно, разворачивается последний акт драмы капитализма — капитализация бреда. Как написал Ж. Бодрийяр в качестве эпиграфа к «Прозрачности зла», «коль скоро мир движется к бредовому положению вещей, и мы должны смещаться к бредовой точке зрения»⁹.

Изменились не только объекты капитализации, но и сама формула (структура) капитала и его кругооборот. Капиталист уже не ждет, когда завершится цикл оборота капитала, а стимулирует производство посредством ускоренного потребления, а следовательно, «преждевременного» выпадения труда и товара из цикла Т–Д–Т'. Это осуществляется посредством кредита, который работник получает раньше труда. А поскольку труд, согласно О. Финку, — это основополагающий феномен человеческого бытия¹⁰, постольку такое изменение структуре деятельности изменяет и самого человека, а именно — смещает его в плоскость необеспеченного трудом потребления. Такое смещение становится привычкой и одновременно своеобразным цивилизационным кодом человека, который обретает основу своей идентичности не в труде, а в потреблении. Современный *неонарцисс* не расскажет в социальных сетях о том, что он произвел в течение года, а, скорее, сообщит о том, что купил в качестве шопоголика или какую страну посетил в качестве туриста.

Стимулирование потребления посредством кредита и «печатного станка», ставшее сутью экономической стратегии Запада, не только создает опасные диспропорции в экономике, но и порождает асимметрию в личности. Если потребитель систематически приобретает товары до того, как он заработал средства для их потребления, то это имеет далеко идущие последствия. В долгосрочном плане это ведет к глубинной трансформации личности и, как следствие, ширит армию безответственных потребителей и тунеядцев, перекладывающих текущее потребление на труд будущих поколений.

Таким образом в самом переходе от Эдипа к Нарциссу мы видим антропологическую трансформацию, которая задана направляющей линией перехода

⁹ Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М. : Добросвет, 2000. 258 с.

¹⁰ Финк Е. Основные феномены человеческого бытия / пер. с нем. А. В. Гараджа, Л. Ю. Фуксон. М. : Канон + РООИ «Реабилитация», 2017. 432 с.

от индустриальной — *эдипальной* — стадии капитализма к постиндустриальной — *нарциссической*. Осмысление этого перехода должно быть в единстве экономики, социологии и антропологии. Это необходимо, чтобы замкнуть «внешние» экономические, политические и культурные процессы на «внутренние» и, казалось бы, глубоко интимные стороны жизни, а так же и наоборот, увидеть в недрах интимного и частного проявления наиболее внешнего и наиболее общего. Иными словами, задача заключается в том, чтобы увидеть абстрактную логику потребления там, где мы привычным образом находим только себя — свой «суверенный» опыт и «субъективное переживание», будь то «собственное» желание, или «собственная» смерть. Ибо нам привычно думать, что когда мы говорим от первого лица «я хочу» или «моя смерть», то мы говорим о чем-то сугубо внутреннем, частном и субъективном. Однако общество потребления на привычные вопросы «кто хочет?» и «кто умирает?» (то есть, кто является субъектом желания и смерти) дает неожиданные и весьма «неприятные» ответы: *кто угодно, но только не ты*. Оказавшись в ситуации социально конструируемого желания и смерти, субъект мучается вопросами: на самом ли деле я этого хочу?; хочу ли я, или мною хотят?; является ли смерть (вопреки феноменологической уверенности Хайдеггера) *всегда моим* умиранием?

Вопросы подобного рода возникают из столкновения вертикальной и горизонтальной шкал оценок в месте их пересечения. В отличие от Эдипа, ангажированного вертикальным измерением и созданной им задержкой желания, Нарцисс очарован поверхностью, которая отвечает желаниям без какой-либо задержки. Если глубина Эдипа создавалась исходящим от Отца запретом на вождение матери, то поверхность Нарцисса обусловлена кризисом эдипальной структуры и отсутствием вертикального измерения Отца. Отец, *запрещая, конституирует желание как нужду и одновременно как вину*. Теперь же мы наблюдаем кризис отцовской метафоры: на смену Эдипу приходит Нарцисс. Этот новый/старый субъект всё так же ищет свой образ, и не так важно, в каких зеркалах он его находит — будь то косметическая пудра или продукция *артхауса*, ибо припудренная душа, мало чем отличается от припудренного носа. И вся проблема в том, что такая смена — объективный процесс: принижая значение производительного труда, и создаваемую трудом внутреннюю референцию, современная товаропроизводящая цивилизация формирует нарциссическую установку, тесня субъекта во внешнюю референцию. Она потакает поверхностным желаниям и ублажает нарциссическое *эго*. В этом смысле нарциссичен не столько субъект, сколько сама цивилизация потребления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. Москва : Добросвет, 2000. 258 с.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. Москва : Рудомино, 1999. 224 с.
3. Бодрийяр Ж. Соблазн. Москва : Ad Marginem, 2000. С. 286—287.
4. Горичева Т., Орлов Д., Секацкий А. От Эдипа к Нарциссу. Беседы. Санкт-Петербург : Алетейя, 2001. 224 с.
5. Латинско-русский словообразовательный словарь: Ок. 20 000 слов / авт.-сост. Г. В. Петрова. Москва : Оникс» : Мир и Образование, 2008. 704 с.

Ю. А. Разинов

6. *Лиотар Ж.-Ф.* Либицинальная экономика / пер с фр. В. Е. Лапицкого. Москва ; Санкт-Петербург : Изд-во Института Гайдара ; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2018. 472 с.

7. *Орлов Д. У.* Кризис значений есть // Метафизические исследования. Вып. 14: Статус иного. Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. С. 46–66.

8. *Разинов Ю. А., Шеховцева Д. М.* Желание и жертва // Международный журнал исследования культуры. 2017. № 4 (29). С. 88–96.

9. *Финк Е.* Основные феномены человеческого бытия / пер. с нем. А. В. Гараджа, Л. Ю. Фуксон. Москва : Канон + РООИ «Реабилитация», 2017. 432 с.