

УДК 316.61

## ЧЕЛОВЕК КАК «ТОВАР»: РЫНОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ОТЧУЖДЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

**Потемкина Валерия Михайловна**, студент, направление подготовки 39.03.01 Социология, Оренбургский государственный университет, Оренбург  
e-mail: potemkina121241@gmail.com

Научный руководитель: **Гончаров Николай Владимирович**, кандидат философских наук, доцент кафедры философии, культурологии и социологии, Оренбургский государственный университет, Оренбург  
e-mail: nik567485@mail.ru

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию феномена отчуждения личности в условиях современного капитализма. Актуальность темы обусловлена усилением влияния коммодификации на восприятие индивидом собственной идентичности. Цель работы – выявить и проанализировать формы отчуждения в современном обществе на основе социологических и философских подходов при помощи качественного теоретического анализа, включающего интерпретацию трудов К. Маркса, П. Бурдье, Э. Гидденса, Э. Фромма, Р. Мерттона, Ч. Милса, Г. Маркуса, М. Кастельса. Основным результатом стало выявление взаимосвязи между рыночной логикой и отчуждением личности. Интерпретация категории «отчуждение» в социологическом контексте может позволить в последующем проводить эмпирические исследования данного феномена.

**Ключевые слова:** отчуждение, рыночные отношения, личность, капитализм, идентичность, социальные связи, потребление.

**Для цитирования:** Потемкина В. М. Человек как «товар»: рыночные отношения и отчуждение личности в современном обществе // Шаг в науку. – 2025. – № 4. – С. 120–123.

## MAN AS A «COMMODITY»: MARKET RELATIONS AND ALIENATION OF THE INDIVIDUAL IN MODERN SOCIETY

**Potemkina Valeria Mikhailovna**, student, training program 39.03.01 Sociology, Orenburg State University, Orenburg  
e-mail: potemkina121241@gmail.com

Research advisor: **Goncharov Nikolay Vladimirovich**, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology, Orenburg State University, Orenburg  
e-mail: nik567485@mail.ru

**Abstract.** The article is devoted to the study of the phenomenon of individual alienation in the conditions of modern capitalism. The relevance of the topic is conditioned by the increasing influence of commodification on the individual's perception of his/her own identity. The aim of the work is to identify and analyze the forms of alienation in modern society on the basis of sociological and philosophical approaches with the help of qualitative theoretical analysis, including the interpretation of the works of K. Marx, P. Bourdieu, E. Giddens, E. Fromm, R. Merton, C. Mills, G. Marcuse, M. Castells. The main result was the identification of the relationship between market logic and alienation of the individual. The interpretation of the category 'alienation' in the sociological context may allow us to conduct empirical studies of this phenomenon in the future.

**Key words:** alienation, market logic, personality, capitalism, identity, social relations, consumerism.

**Cite as:** Potemkina, V. M. (2025) [Man as a «commodity»: market relations and alienation of the individual in modern society]. *Shag v nauku* [Step into science]. Vol. 4, pp. 120–123.

Социальные отношения, особенно современные, часто формируются и функционируют под влиянием экономических структур, которые определяют ус-

ловия труда, потребления и взаимодействия между людьми. В современных капиталистических обществах, индивид интегрирован в рыночные структуры не



только как производитель и потребитель, но и как объект экономического обмена. В данном контексте дискуссионным становится рассмотрение современного человека в качестве специфического «товара», но не в чисто экономическом смысле, а, скорее социогуманистическом. Рыночные отношения влияют на способы самопрезентации, карьерные стратегии, грубо говоря, финансовая успешность в коммодифицированном социальном пространстве во многом определяется умением человека себя реализовать или «продать» свои профессиональные способности/умения. Подобные тенденции актуализируют проблему отчуждения.

К. Маркс был одним из первых, кто наиболее глубоко разработал категорию отчуждения. В своих трудах он описывал отчуждение как потерю рабочим связи с результатами труда, превращение его деятельности в нечто внешнее и враждебное. При этом человек отчуждается не только от результатов своего труда, но и от самого себя, своей сущности и других людей. В «Экономико-философских рукописях 1844 года» Маркс выделяет четыре формы отчуждения: отчуждение от продукта труда, от процесса труда, от собственной человеческой сущности и от других людей. В процессе труда человек не утверждает себя, а чувствует себя несчастным, изнуряет себя физически и разрушает духовно. А когда человек противостоит самому себе, он также противопоставляет себя другому, что приводит к дегуманизации социальных отношений, считает К. Маркс [5, с. 41–174]. Таким образом, отчуждение дегуманизирует социальные отношения. Точнее, гуманизация вытесняется коммодификацией.

Современное общество, основанное на принципах рыночной экономики, формирует у индивидов склонность оценивать себя и других с точки зрения товарных характеристик. П. Бурдье вводит типологию капиталов (культурного, социального, экономического и символического), которые становятся основой для социальной оценки и положения индивида в социальной иерархии [1]. В условиях конкурентного общества индивид стремится к накоплению различных форм капитала, превращая себя в продукт, соответствующий рыночному спросу. В результате человек адаптирует свое поведение, образ жизни, ценности и внешность в соответствии с требованиями рынка, что ведет к потере аутентичности. Но при этом, стоит учитывать высокую потребность в «оригинальности» и индивидуальности в современных либерализованных социальных системах.

Э. Гидденс рассматривает отчуждение как часть модерности, подчеркивая, что развитие глобализированного общества ведет к усилению рефлексивности индивидов, но также порождает чувство неопределенности и оторванности от традиционных социаль-

ных структур. Он вводит понятие «онтологической безопасности», означающей необходимость человека опираться на рутинные практики и доверие к социальным институтам. Однако в условиях бесконечно изменяющегося капиталистического общества эта безопасность разрушается, усиливая отчуждение [13]. Следовательно, поиск устойчивых институциональных оснований становится одной из важных задач индивида в динамичных социальных интеракциях.

Американский социолог Ч. Миллс связывает отчуждение с ростом бюрократизации и усилением структурной власти, где личность становится винтиком в сложном механизме социальных институтов, теряя автономию и возможность влиять на свою судьбу, так как его действия задаются внешними правилами и ожиданиями [8]. В компаниях и организациях люди подчиняются алгоритмам и стандартам, не учитывая индивидуальные особенности и потребности работников, такая система подталкивает человека к потере ощущения контроля над своей жизнью, смысла в своей работе и чувству отчуждения.

Э. Фромм в работе «Иметь или быть?» выделяет «рыночный характер» личности, при котором индивид оценивает себя с точки зрения спроса и предложения: его ценность зависит от способности «продавать себя», соответствовать рыночным стандартам [12]. А в книге «Бегство от свободы» прямо говорит: «Человек продает не только товары, он продает самого себя и ощущает себя товаром» [11, с. 130]. Современное общество все чаще требует от человека не только компетентности и профессионализма, а постоянной привлекательности на рынке – в резюме, социальных сетях и личной жизни. Личность ориентируется не на свои внутренние ценности и желания, а на требования и ожидания окружающего мира, теряя контакт с самим собой.

Человек теряет подлинные ценности, стремясь соответствовать внешним стандартам. Г. Маркузе отмечал, что капитализм навязывает ложные потребности, искажая восприятие собственного «Я». В работе «Одномерный человек» он утверждает, что рыночная система формирует конформизм, подавляя критическое мышление и стремление к подлинному самовыражению. Человек оказывается загнанным в систему потребления, которая подменяет истинные желания искусственно созданными стандартами успеха [6]. Эта идея особенно актуальна в условиях цифровой культуры, когда массовая культура, социальные сети и реклама культивируют стандарты «успешной» жизни, которые часто не имеют ничего общего с реальными потребностями человека. В итоге личность ориентируется на внешнюю оценку, что усиливает внутренний разрыв и ощущение пустоты.

Рыночные отношения приводят к утилитарному подходу в межличностных связях: ценность человека определяется его полезностью, что способствует развитию поверхностных социальных контактов и снижению уровня эмпатии. В условиях цифровой среды коммуникация становится инструментом маркетинга себя, что усиливает отчуждение [3]. М. Кастельс анализирует отчуждение в условиях информационного общества. Технологии трансформируют социальные связи, превращая коммуникацию в инструмент рыночного обмена [4]. За счет постоянной и неограниченной возможности коммуникации в сети создается ощущение социальной вовлеченности, однако реальные связи ослабевают, что приводит к «цифровому одиночеству», при котором человек, несмотря на постоянное общение в Интернете, ощущает нехватку прямого межличностного взаимодействия. Данная проблема была ярко проиллюстрирована в кинофильме Спайка Джонса «Она» (2013), где главный герой – писатель Теодор – после разрыва отношений со своей женой начинает отношения с искусственным интеллектом. Несмотря на общение и появление как у Теодора, так и у операционной системы эмоциональной привязанности, их коммуникация не может заменить личного контакта с другим человеком. Фильм подчеркивает, что современные технологии могут имитировать человека, создавать искусственную личность, но не удовлетворять потребности в общении

Подход Р. Мертона к типологии адаптации к культурным целям и институционализированным средствам их достижения также представляется полезным для анализа отчуждения [7, с. 243–277]. Особенно ярко, в данном контексте, отчуждение проявляется в ритуализме, когда человек продолжает «по инерции» следовать социальным нормам и правилам, несмотря на отсутствие веры в цели. Например, офисный работник может годами выполнять рутинные задачи, не испытывая интереса и не видя перспектив, но продолжая работу, потому что «так надо». Аналогично, ретритизм – отказ и от общекультурных целей, и от социально санкционированных средств – может выражаться в форме апатии, изоляции и психологического отчуждения. Это иллюстрируют, как социальное давление и невозможность реализовать себя в обществе, что способствует отчуждению.

Отчуждение оказывает значительное влияние на различные аспекты жизни человека:

1. Психологические последствия: постоянный стресс, тревожность, депрессия, потеря идентичности. Человек вынужден соответствовать чужим ожи-

даниям, что вызывает внутренний конфликт [2]. Согласно данным ВЦИОМ, в 2024 г. индекс потребности в психологической поддержке достиг максимума за последние шесть лет и составил 30 пунктов из 100. Постепенно растет доля россиян, обращающихся за профессиональной психологической помощью, особенно в крупных городах – лично обращались к психологам и психотерапевтам 13% населения страны<sup>1</sup>. Также, по данным опроса, проведенного ИП РАН совместно с ВЦИОМ в сентябре 2023 года, клинический уровень симптоматики депрессии по самоотчетам респондентов наблюдается у 32%, а тревоги – у 18% опрошенных [9]. При этом важно учитывать, что на состояние психологического здоровья в обществе влияет множество факторов, которые в совокупности отражают сложный характер психологического климата, где отчуждение становится лишь одним из элементов общей картины.

2. Социальные последствия: разрыв традиционных связей, снижение эмпатии, формирование общества потребления, в котором ценится не глубина отношений, а их функциональность. Люди становятся более изолированными, что ведет к одиночеству и потере чувства общности.

3. Экономические последствия: усиление классового неравенства, ухудшение социальной мобильности. Человек с недостаточным уровнем «капиталов» не может конкурировать на рынке, что приводит к бедности, нестабильности и социальной маргинализации.

4. Культурные последствия: стандартизация мышления, снижение критического восприятия информации, массовая культура заменяет подлинные смыслы маркетинговыми образами.

5. Экологические последствия: стремление к бесконечному росту и потреблению приводит к разрушению природных ресурсов. Отчуждение человека от природы сопровождается потерей контроля человека над собственным развитием [10] и ведет к ухудшению экологической обстановки, что в долгосрочной перспективе угрожает самому существованию общества.

Таким образом, отчуждение охватывает социальный, экономический, экологический и психологический аспекты жизни человека, приводит к утрате собственной идентичности, ослабеванию и разрыву социальных связей, усилинию неравенства и кризису ценностей в обществе. Анализируя влияние рыночных отношений на личность и общество, важно искать пути преодоления отчуждения: развитие кри-

<sup>1</sup> ВЦИОМ. Индекс потребности россиян в психологической поддержке. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/indeks-potrebnosti-rossijan-v-psichologicheskoi-podderzhke> (дата обращения: 19.03.2024).

тического мышления, отказ от чрезмерного потребления, укрепление человеческой солидарности и формирование новых, более гуманных социальных ориентиров. Только так можно уменьшить остроту этого

явления и создать условия, в которых человек сможет ощущать большую целостность и сопричастность – к себе, обществу и окружающему миру.

### Литература

1. Бурдье П. Различие: социальная критика суждения // Экономическая социология. – 2005. – Т. 6, № 3. – С. 25–48.
2. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ.; вступ. ст. А. Д. Ковалева. – М.: КАНОН-пресс-Ц ; Кучково поле, 2000. – 304 с.
3. Исаченко Н. Н. Отчуждение как социальный феномен современного общества // Вестник Челябинского государственного университета. – 2018. – № 5(415). – С. 66–70. – <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2018-10508>.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкарата. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
5. Маркс К. Экономико-философские рукописи 1844 г. – М.: ACT, 2024. – 224 с.
6. Маркузе Г. Одномерный человек / пер. с англ. А. Юдин. – М.: REFL-book, 1994. – 368 с.
7. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура / пер. с англ. Е. Н. Егоровой и др. – М.: ACT, 2006. – 873 с.
8. Миллс Ч. Р. Социологическое воображение / пер. с англ. О. А. Оберемко; под ред. Г. С. Батыгина. – М.: Издательский Дом NOTA BENE, 2001. – 264 с.
9. Нестик Т. А. Психологическое состояние российского общества в условиях СВО // СоциоДиггер. – 2023. – Т. 4, № 9 (28). – URL: <https://sociodigger.ru/articles/articles-page/psikhologicheskoe-sostojanie-rossiiskogo-obshchestva-v-uslojakh-svo> (дата обращения: 12.03.2025).
10. Сомкин А. А. Новые формы отчуждения личности и пути их преодоления в современном демократическом обществе // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2014. – № 2(26). – С. 93–102.
11. Фромм Э. Бегство от свободы. – М. : ACT, 2006. – 571 с.
12. Фромм Э. Иметь или быть? – М. : ACT, 2016. – 320 с.
13. Giddens A. (1991) Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Stanford: Stanford University Press, 256 p.

Статья поступила в редакцию: 16.05.2025; принята в печать: 13.10.2025.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.