

УДК 101.1:316



**ПЕРСОНИФИЦИРОВАННЫЙ  
ИНДИВИДУАЛИЗМ:  
ОБРАЗ ИНДИВИДА  
В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ  
ПРОСТРАНСТВЕ  
ПОСТМОДЕРНА**

**Рендл Марина Валерьевна**

Кандидат философских наук, доцент  
Южно-Российского государственного  
политехнического университета (НПИ)  
им. М.И. Платова, г. Новочеркасск,  
e-mail: aspera-86@mail.ru

Статья посвящена анализу социокультурного пространства современного социума и индивидуализма как характерной черты западного индивида. Агрессивная среда постмодерна как общества потребления продуцирует условия, при котором ранее ограничивающие индивидуализм факторы, такие как культура, социальные нормы, морально-ценностные регулятивы, утрачивают свои упорядочивающие функции, становясь рыночным продуктом, не подавляющим, а поощряющим персонификацию индивида, деформацию его мировоззренческих приоритетов в соответствии с законами рынка. Рассматриваются различные точки зрения на индивидуализм, анализируется комплекс причин, детерминирующий рост индивидуализма в постмодернистском обществе.

**Ключевые слова:** постмодерн, индивидуализм, нарциссизм, персонификация, социокультурное пространство, современный социум.

**PERSONALISED  
INDIVIDUALISM:  
THE IMAGE  
OF INDIVIDUAL IN SOCIAL  
AND CULTURAL SPACE  
OF POSTMODERN**

**Rendl Marina V.**

Candidate of Philosophical Sciences,  
Associate Professor,  
M.I. Platov South-Russian State Technical  
University, Novocherkassk,  
e-mail: aspera-86@mail.ru

The article is devoted to the analysis of socio-cultural space of modern society and individualism as the characteristic feature of the western individual. Aggressive environment of postmodern as a "consumer society" produces the conditions under which the factors, previously limiting for the individualism, such as culture, social norms, moral and value regulatives and so on, lose their limiting functions, and become a product of a market, that encourage the personification of an individual, as well as the deformation of his worldview priorities in accordance with the laws of the market. The article considers various points of view on individualism and the complex of reasons that determines the growth of individualism in postmodern society.

**Keywords:** postmodernity, individualism, narcissism, personification, socio-cultural space, modern society.

Множество современных социологов и философов рассматривают фигуру индивида в западном социуме сквозь призму индивидуализма, последовательно нарастающего по мере развития общества потребления. Действительно, понятие индивидуализма стало в последние десятилетия визитной карточкой постмодерна, символом социокультурной трансформации модерна, вызвавшей к жизни феномен постмодернистского социума.

В частности, популярный французский социолог и философ Ж. Липовецки [1] делает индивидуализм краеугольным камнем исследования современного социума. Липовецки представляет индивидуализм как персонифицированный и гедонистический, благодаря чему в обществе постмодерна полностью утрачивается коллективный фактор. Персонифицированность индивидуализма позволяет преодолеть в постмодерне и выделенные М. Фуко [2] дисциплинарные практики, более не выполняющие регулятивную функцию. Индивидуализм, частично сдерживаемый в модерне системой рационально выстроенных традиционных ценностей, приобретает в постмодерне тотальный характер: в первую очередь данная тотальность заключается в сильно выраженной эмоциональной, чувственной составляющей, ставшей универсальным мерилем бытия индивида на всех его уровнях. В качестве синонима тотального индивидуализма Ж. Липовецки употребляет, по примеру американских социологов, термин «нарциссизм». «Какой еще образ, – пишет социолог, – лучше соответствует этой форме индивидуализации и превращению ее в психологически дестабилизированную и терпимую чувствительность, опирающуюся на эмоциональную реализацию самого себя, жадно стремящегося к молодости, спорту, ритму, больше жаждущего благополучия? Какой иной образ может с такой силой выразить энергичный напор индивидуализма, вызванный процессом персонализации?» [1, с. 27].

Образ нарцисса, жизнь которого подчинена пестроте быстро сменяющих друг друга эмоциональных реакций, сопряжен с потребностью в информации. Владение новейшей информацией, полученной с помощью социальных сетей или же посредством СМИ, становится необходимым условием самореализации. Индивид, выключенный из информационного пространства, лишен возможности участия в преобладающей для постмодерна виртуальной форме коммуникации. Обмен новостями и мнениями о них, выкладывание в сеть многочисленных фото, фиксирующих процессы повседневной деятельности, зависящее от смены настроения обновление в сети собственного статуса и прочие

формы духовного эксгибиционизма являются жизненно важными для нарцисса – «тотального» индивидуалиста, в котором индифферентность к окружающим людям парадоксально сосуществует с болезненным интересом к реакции этих людей на его персону.

Потребность в самовыражении любой ценой возводится в пост-модерне в ранг первостепенных потребностей для индивида. В связи с этим набирают обороты различные движения, объединенные общей целью раскрытия индивида, его перерождения, самопознания. Популярность восточных учений, способствующих «правильному» восприятию мира, может быть сравнима только с популярностью разнообразных тренингов по личностному росту и техникам манипуляции окружающими в своих интересах. В данном случае можно, на наш взгляд, говорить о революции сознания, сравнимой по силе и степени влияния с информационной революцией.

Данная революция сознания, однако, спровоцировала не рост духовности в отношении религии, а скорее наоборот, резкое снижение участия индивида в церковной жизни в Западной Европе. Зацикленность на личных достижениях, на зримом, быстро полученном результате – будь то усилия по соблюдению здорового образа жизни, престижная работа или же изменение сознания – диссонирует с фундаментальными принципами христианства. Это тоже является отличительной чертой постмодерна: согласно Ж. Липовецки, «современный индивидуализм непрерывно подрывает основы религии: в 1967 г. во Франции 81 % молодых людей от 15 до 30 лет утверждали, что верят в Бога; в 1977 г. их число снизилось до 62 %, а в 1979 г. лишь 45,5 % студентов заявили, что они верующие. Более того, сама религия подвержена процессу персонализации: люди верят, но выборочно, сохраняют одну догму, но отменяют другую, путают Евангелие с Кораном, дзенем или буддизмом – духовность оказалось втянута в калейдоскоп супермаркетов и самообслуживания» [1, с. 175].

Главной отличительной чертой индивидуализма «новой волны» будет выступать индифферентность в отношении социальных преобразований. Следует подчеркнуть, что индифферентность не предполагает смирение, подчинение или преданность, а связана с зацикленностью на своих собственных проблемах, отказом от духовных целей и ценностей или же подменой их интеллектуальным «фастфудом» – псевдокультурой масс-маркета, наводнившей общество на всех его уровнях. Индифферентный индивид также не имеет однозначной точки зрения по смысложизненным вопросам. Его настроение постоянно меняется в зависимости от обстоятельств и окружающей среды, столь

же переменчивой, под которую он с большим удовольствием мимикрирует. Гражданская позиция такого индивида не просто ослаблена – она практически не существует, определяясь модой на патриотизм или же на агрессивное подчеркивание неприязни к отечеству. Впрочем, ни то, ни другое не имеет глубоких корней, представляя собой типично ризомную модель поведения, с отсутствием единого системообразующего центра. В результате возрастает роль пограничных психических состояний – депрессии, апатии, вызванных усиливающейся по мере погружения в матрицу общества нестабильности дисперсией персональности.

Индифферентность индивида проявляется также и в сфере политики. Согласно опросам, избирательная активность в европейских странах с каждым годом снижается. Практически половина населения, обладающего правом голоса, игнорирует сам процесс выборов, притом что в той или иной форме следит как за результатом, так и за баталиями между кандидатами. В данном контексте, по нашему мнению, было бы неверно интерпретировать индифферентность индивида как отсутствие интереса к религиозной или политической сфере. Скорее речь идет о трансформации данного интереса в новую форму: «выборы по-прежнему интересуют граждан, но в той же мере (даже более) их интересуют бега, метеопрогноз на выходные дни или результаты спортивных состязаний. Политика вошла в эпоху развлечений, покончив с ригористическим и идеологизированным сознанием, чтобы привлечь к себе рассеянное внимание обывателей, захваченное всем и в то же время ничем» [1, с. 64].

Вместе с тем важно отметить изменения, произошедшие в отношении между политиками и избирателями. Данные изменения также являются, по нашему мнению, продуктом персонализации социальных контактов, превращающихся из формальных и субординированных в личные и доверительные. Образ западного политика, грамотно создаваемый политтехнологами, предполагает полную прозрачность частной жизни, близость к населению, круглосуточную доступность и непереносимое наличие личной харизмы – обаяния, ориентированного на конкретную социальную прослойку избирателей. Успешное массовое потребление политического продукта предполагает полный отказ политика от условностей, от неискренности и нетолерантности.

Индивидуализм как основная черта современного западного индивида также подкрепляется социальной моделью, в которой идея подчиненности закону, одинаковому для каждого, плавно подменяется возможностью дать легитимности субъективное толкование в соответ-

ствии с правами человека и соблюдением толерантности, оказывающейся едва ли важнее соблюдения законодательства. Такое положение вещей З. Бауман описывает как замену фрейма справедливого общества на фрейм прав человека [3, с. 108], то есть индивиду предоставляется неограниченная свобода самому выбирать комфортное для себя трактование жизненных моделей и следовать им, или же искать иные.

Следствием этой свободы является, разумеется, возросшая степень ответственности, которая целиком оказывается возложенной на индивида. Над человеком больше не нависает образ внешнего авторитета, никто не диктует ему условия существования, некому больше навязывать смысл жизни или ее основные ориентиры. Человек вправе избрать абсолютно любой, вплоть до девиантного, образ жизни, и это не будет объектом порицания, так как в социуме на новейшем этапе его развития единственным цензором выступает толерантность, под маской которой зачастую скрывается откровенное безразличие, вызванное патологической заикленностью на самом себе и своих проблемах.

В западном социуме, называемом З. Бауманом обществом «текущей современности» [3], представляется невозможным переложить вину за происходящее на внешние структуры. Также безосновательно обвинять окружающих в той или иной ситуации, так как в обществе безграничной свободы выбора всегда есть варианты избегания нежелательного развития событий, и если такой вариант не найден, то обвинять в этом можно только себя. Однако Бауман делает важную оговорку: свобода человека в данном случае не подразумевает того, что выбор жизненной модели осуществляется на основании собственной решительности и глубокой саморефлексии без дополнительных источников, предлагаемых индивиду обществом. «Это означает, – отмечает ученый, – что теперь мы переходим из эры заранее заданных “референтных групп” в эпоху “универсального сравнения”, в которой цель усилий человека по строительству своей жизни безнадежно неопределенна, не задана заранее и может подвергнуться многочисленным и глубоким изменениям прежде, чем эти усилия достигнут своего подлинного завершения: то есть завершения жизни человека» [3, с. 12].

Вместе с тем представляется важным разводить по разные стороны фиксируемое социологами понятие политической или религиозной индифферентности и равнодушия – как отсутствия смысла, апатии и бездействия. Все эти качества преимущественно несопоставимы с повседневной активностью индивида в постмодерне. Агрессивный характер капиталистических отношений предусматривает отсутствие пассив-

ности, возможность к быстрому и эффективному принятию решений как необходимые факторы выживаемости в условиях свободного рынка и конкуренции. Матрица потребления формирует у индивида бесконечно растущий набор шаблонов, которым необходимо соответствовать: быть успешным и вечно молодым, много путешествовать, быть в тренде, а именно профессионально разбираться в самых различных областях – от гастрономии до ландшафтного дизайна. В этом отношении постмодернистский социум может рассматриваться как социум активных людей, а не серой пассивной массы, руководствуемой навязанными индустрией консьюмеристскими образами. Ж. Липовецки, в частности, предлагает придерживаться точки зрения (во многом противоположной сформировавшейся в современной социологии позиции), согласно которой общество потребления кардинальным образом повышает градус ответственности индивида. Он пишет: «При анализе выявленного Тоффлером противостояния между пассивным массовым потребителем и активным и независимым “поставщиком” слишком часто неверно оценивали эту историческую функцию потребления. Как бы к ней ни относиться, но эра потребления проявила и продолжает проявлять себя как фактор персонализации, то есть повышения ответственности людей, принуждая их к постоянному видоизменению своей жизни» [1, с. 60]. Данная точка зрения также не является однозначной: вопрос состоит в том, на какие конечные цели направлена активность индивида, представляются ли эти цели рациональными или чувственно-эмоциональными и не является упоминаемый тип ответственности за состояние своей жизни симулякрот ответственности, имеющим целью лишь поощрение дальнейшего потребления.

Однако следует признать, что во многом позиция Ж. Липовецки правомерна. Огромные потоки информации стимулируют функцию принятия решений, разнообразие и плюрализм касаются также продуктов культуры: музыки, фильмов, художественных произведений, ознакомление с которыми перестало быть прерогативой элиты. Возможность идти в ногу со временем, заботиться о качестве своей жизни, свободно посещать страны и континенты также избавляет европейского человека от комплексов, порожденных тоталитарным политическим устройством и авторитарным руководством. С одной стороны, равнодушие и эгоцентризм, с другой – как ни парадоксально, активность, коммуникация, мобильность. Это противоречие пронизывает постмодернистский социум, вызывая внутреннюю нестабильность индивида, изменчивость его мировоззренческих ценностей и ориентиров и, как следствие, глубокий кризис индивидуальной идентичности.

Одним из основополагающих оснований данного кризиса становится приобретение культурой политического и экономического статуса. Культура перестает служить высшим эстетическим мериллом. Культура больше не отделена от социума, наоборот, она его пронизывает, придавая вещам особый статус. Мир культуры полностью подчиняется экономическим факторам, искусственно формирующим спрос на те или иные культурные приоритеты, несомненно, крайне выгодные коммерчески. Именно поэтому культурные ценности либерализма и феминизма, появившиеся в социуме постмодерна, окончательно закрепились в социуме гипермодерна: женщины являются основными потребителями товаров класса люкс, что, безусловно, стимулирует механизмы спроса и предложения. То же самое касается сферы искусства, в которой наибольшую ценность имеют хорошо продаваемые ликвидные произведения в отрыве от их эстетического или собственно художественного содержания. Если в позднем модерне искусство противостоит буржуазной морали и сопрягается с ценностями интеллектуальной элиты – носителя передовых философских идей, то, как пишет Д.Д. Беттельгейзе, «во второй половине XX века искусство, подчиняясь давлению глобализационных процессов, начинает всё больше ориентироваться на общечеловеческие перспективы <...> Сегодня мир искусства перестал быть антимиром, он утратил свой антиобщественный пафос – он на равных участвует в законах массмедиа и экономики. Это, в частности, подтверждается и растущим количеством музеев, цифрами продажи предметов искусства. Так, например, мировая торговля искусством за последние 4 года выросла с 27,7 млрд евро до 43,3 млрд евро» [4, с. 29]. Таким образом, культура становится товаром, успешность которого зависит от продвижения на рынке. Стоимость данного товара определяется не только художественным статусом, но и биографией художника – чем более скандален творец, тем более высоко оцениваются его творения.

Рост индивидуализма является системообразующим атрибутом матрицы постмодерна, без которого динамика потребления была бы невозможной. Если само по себе потребление не наделяется современными социологами негативными коннотациями в силу того, что является необходимым условием роста уровня жизни в условиях капиталистического общества, то так называемое гиперпотребление в постмодерне становится источником постоянного чувства неудовлетворенности, желания чего-то нового в сфере как информации, так и бытовых предметов. Гиперпотребление – это самоцель, которая никогда не может быть достигнута, тогда как потребление – это средство удовлетво-

рения тех или иных потребностей, диктуемых конкретной социальной группой, к которой принадлежит индивид. Культура в данной ситуации также моментально устаревает, не успевая удовлетворять быстроменяющиеся вкусы масс. Если ранее поход в музей нес общеобразовательный посыл, то в настоящее время люди большей частью посещают музей как туристы, ничего не вынося из этого для своего духовного развития. Такой тип культуры больше не является ликвидным на рынке и поэтому не привлекает индивидуалиста по-настоящему. Традиционная культура не сенсационна, а все, что не сенсационно и инновационно, в постмодерне уже априори устарело. Согласно Д.Д. Беттельгейзе, «человек всё меньше следит за соблюдением каких-то внешних норм, правил и традиционных социальных установок, а, повинувшись рекламе, старается не отставать от моды. Таким образом, культурный релятивизм, подталкиваемый средствами массовой информации и разнузданной рекламой, в ситуации моральной и ценностной дезориентации превращает человека в послушного потребителя псевдокультурной и псевдохудожественной продукции, в этакое homo consumericus, то есть человека потребляющего, постоянно пребывающего в поисках развлечений и использования свободного времени» [4, с. 32].

Индивидуализм, ставший характерным симптомом парадигмального перехода к постмодернистскому социуму, имеет, несомненно, глубокие историко-философские корни, будучи одним из оснований всей просветительской философии модерна, философии разума, призванной освободить индивида от предрассудков и социальных табу. Вместе с тем в процессе модернизации либеральные ценности, и в том числе индивидуализм, существенным образом трансформировались, что обернулось на практике индивидуализмом как синонимом эгоизма, культурной и духовной ограниченности, социальной и политической индифферентности, гражданской пассивности, отчетливо наблюдаемой в современном западном обществе.

#### Литература

1. *Липовецки Ж.* Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. М., 2001. 336 с.
2. *Фуко М.* Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М., 1999. 479 с.
3. *Бауман З.* Текучая современность. СПб., 2008. 240 с.
4. *Беттельгейзе Д.Д.* Концепция «культуромир» и роль искусства в эпоху гипермодерна // Вестник национального технического университета «ХПИ»: сб. науч. тр. Философия. Харьков, 2009. № 26. С. 29–36.

#### References

1. *Lipovecki Zh.* Era pustoty. Esse o sovremennom individualizme. M., 2001. 336 s.
2. *Fuko M.* Nadzirat' i nakazyvat'. Rozhdenie tur'my. M., 1999. 479 s.
3. *Bauman Z.* Tekuchaya sovremennost'. SPb., 2008. 240 s.
4. *Bettel'geyze D.D.* Konceptcia «kul'turo-mir» i rol' iskusstva v epokhu gipermoderna. // Vestnik nacional'nogo tekhnicheskogo universiteta «HPI»: sb. nauch. tr. Filosofiya. Khar'kov, 2009. № 26. S. 29–36.