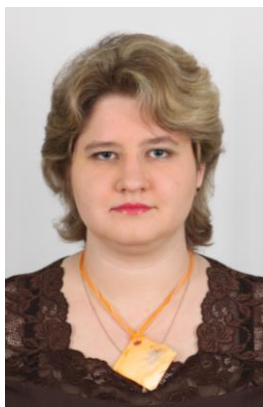


УДК 101.1: 316.77  
DOI 10.23683/2227-8656.2017.6.15



**КОММОДИФИКАЦИЯ КАК  
ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ  
ЦЕЛОСТНОСТИ ЛИЧНОСТИ  
В СОВРЕМЕННЫХ  
СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ  
УСЛОВИЯХ**

**COMMODIFICATION  
AS THE FACTOR OF THE  
INTEGRITY FORMATION  
OF PERSONALITY  
IN MODERN SOCIAL AND  
CULTURAL CONTEXT**

**Никитина Анастасия Алексеевна**

Аспирант Института экономики  
и предпринимательства  
Национального исследовательского  
Нижегородского государственного  
университета им. Н.И. Лобачевского,  
г. Нижний Новгород,  
e-mail: anastasia-nikitina@rambler.ru

**Anastasiya A. Nikitina**

Postgraduate  
student,  
N.I. Lobachevsky State  
Research University  
in Nizhny  
Novgorod,  
e-mail: anastasia-nikitina@rambler.ru

В статье рассматривается актуальная проблема формирования личности в современных социокультурных условиях. Целью является рассмотрение влияния коммодификации культуры на душевное состояние индивида и его самоопределение в социуме. Причина антропологического кризиса, что определяется утратой идентичности и целостности личности, заключается в трансформации мировоззренческих установок. Культура имеет значимость в сохранении целостности, но подвержена перестройке наполняющих ее смыслов. Такие процессы, как фрагментация и рационализация, послужили утрате целостности культуры и личности. Значимым становится процесс

The article examines the actual problem of the formation of personality in modern social and cultural conditions. The aim is to consider the influence of the commodification of culture on the individual's mental state and his self-determination in society. The reason of the anthropological crisis, that is determined by the loss of identity and integrity of personality, consists in transformation of world view options. The culture has the meaningfulness in the maintenance of integrity, but subject to alteration of filling her senses. Such processes, as fragmentation and rationalization served to the loss of integrity of culture and personality. The process of commodification of culture becomes important, the role of that in trans-

коммодификации культуры, роль которого в трансформации и становлении современного типа личности колоссальна. Немаловажно, что, являясь процессом неоднозначным, процесс коммодификации требует необходимого изменения отношения индивида к его результатам, которые предоставляют возможности для более глубокого миропостижения и самоопределения.

**Ключевые слова:** гармония, идентичность, коммодификация, культура, мировоззрение, рационализация, «рыночная личность», фрагментация, целостность.

formation and becoming of modern type of personality is huge. It is also important that the ambiguous process of commodification requires the necessary change of relation of individual to his results that give to possibility for deeper comprehension and self-determination.

**Keywords:** harmony, identity, commodification, culture, world view, rationalization, "market personality", fragmentation, integrity.

### Постановка проблемы

В современном мире человек особенно остро ощущает внутреннюю дисгармонию и беспокойство. Принципы и цели, установленные обществом потребления, и внутренняя фрагментированность самого индивида толкают его на поиск некой целостности, к единому центру, что способен стать опорной точкой для формирования личности в ее самоидентификации и самоопределении. Современный индивид страдает от расщепления собственной личности, которая закономерно проистекает из социокультурных и интеллектуальных изменений. В противовес фрагментации культуры и самой личности, нормы и ценности общества ставят перед индивидом задачу создать себя, используя части некогда целостной культуры. Терзающие современного человека муки сомнения в своих возможностях, скука и пустота требуют избавления.

Избавление от негативных переживаний личности обретается в культуре. Однако важен и тот путь приобщения, что избирается индивидом. Имеет существенное значение, будет ли непосредственное общение с культурой или через посредника. Для субъекта, находящегося в постоянном самопостроении, важна именно целостность как опора, способен ли он ее обрести в современном мире – в этом заключена проблема взаимоотношения личности и культуры, культуры во взаимодействии с другими сферами бытия общества.

Культура же претерпела изменения. Она распадается на фрагменты, которые преобразуются в новой форме и реализуются в качестве товара. Здесь перед нами предстает процесс коммодификации. Это неоднозначное, амбивалентное явление, которое соединяет в себе культуру – источник идей, фрагментов, формы текстов – и рынок – пространство, где реализуются тексты.

Прежде всего, необходимо понять, что представляет собой целостность личности. То, к чему стремится индивид, – некое единство, внутреннее спокойствие, сформированное мировоззрение и устойчивая система ценностей. Целостность является дискурсивным понятием, но в наиболее широком понимании предполагает гармонию как диалектическое единство противоположностей, которое хотя и не полностью описывает сущность целостности, но является ядром / центром / главным элементом опоры для любого индивида в его стремлении сформироваться как личность. Следовательно, индивид в той или иной форме стремится к гармонии.

### **Культура как источник и пространство целостности и гармонии**

Целостность делает культуру и общество самоценными, автономными, цельными. Согласно определению, данному в Философском энциклопедическом словаре, целостность является обобщенной характеристикой объектов, обладающих сложной *внутренней* структурой, и «выражает интегрированность, самодостаточность, автономность этих объектов, их противопоставленность окружению, связанную с их *внутренней* активностью; оно характеризует их качественное своеобразие, обусловленное присущими им специфическими закономерностями функционирования и развития» [1]. Исходя из того, что объекты (общество, личность и т. д.) внутренне сложны, то целостность не исключает неоднородность, она по своей природе диалектична. Диалектична и гармония.

Гармония является согласованностью противоположенного, единением противостоящих элементов. И, прежде всего, это понятие тесно взаимосвязано с культурой. Она включает в себя не только искусство, но и мораль, ценности, межличностные отношения (например, семейные), науку и образование. Проблема гармонии актуализируется и в культуре отношений, и в науке, в философской мысли и т. д. Культура реализует через себя нормы, принципы, идеи и возможности, они переносят гармонию в действительность. В ней социализируется личность, обретая себя и отдавая обратный посыл, реализуя свою сущность. Более того, сама культура есть гармоничное пространство. Здесь единичное и множественное, конечное и бесконечное соединяются и взаимодействуют достаточно успешно, иначе сам смысл существования культуры сойдет на нет.

Целостная гармоничная личность полагает сформированное мировоззрение, которое способно выдержать внешнее давление. Сохранение своих жизненных позиций и ценностных ориентиров представляет собой личность, способную к адекватному взаимодействию с

окружающим миром. Такую личность невозможно упрекнуть в замкнутости на самой себе, напротив – целостная личность открыта для других людей, событий, знаний. Это тот человек, что обладает уверенностью и внутренним покоем. Однако современная социокультурная сфера переживает кризис, которому предшествовали процессы, трансформирующие ее.

### **«Расколдованный мир» – раздробленная гармония**

Безусловно, факторов, сформировавших современную культуру, определивших ее внутреннее содержание и принципы, по которым она существует, несколько. Среди них – упомянутая выше фрагментация. Без четко выраженного центра и объединяющей идеи все больший интерес приобретают различные локальные культуры и взгляды. Происходит усиление этнической дифференциации, послужившей основанием разрозненности и множественности современного общества, которое представляет собой «культурную мозаику». Культура распадается на элементы и принимает форму дайджеста, интерпретации текстов и т. д. Тем не менее меньшую роль сыграла рационализация.

Концепция «расколдованного мира», описанная М. Вебером, утверждает примат рационального над другими формами миропонимания. Рационализацию он оценивал положительно, поскольку «расколдованный мир» способствовал развитию науки, осмысленному постижению действительного мира вне влияния сторонних идей и представлений. Разум, польза и прогресс заняли главенствующее место в умах людей на долгие годы, пока не пришло разочарование как в разуме / рациональности, так и в прогрессе. Тем не менее первый шаг был сделан – и движение рационализации продолжается по инерции.

Вебер не отрицал того, что рационализированное общество является миром, лишенным смысла. В итоге мы приходим к тому, что «тайна и неуверенность трактуются... как нарушение порядка, “Божественное право” замещается антропологией, вечная жизнь – будущим на том свете, спасение – здоровьем и чувством самореализации, исповедь и раскаяние – терапией, чистая совесть – психическим комфортом, отношения – причинно-следственными связями, любовь – “здоровой связью”» [2, с. 16].

Под влиянием рационализации радикальные изменения произошли с самим индивидом, его мышлением и отношением к окружающему его миру (природа, социум и т. д.). То разочарование, о котором упоминалось ранее, подтверждают психологи XX в. и современности. Юнг обращал особое внимание на исследования антропологов. Их итогом является констатация разрушительного влияния цивилизации

на первобытные общества, люди теряют не только уникальную культуру, распадается их общество, а его представители теряют смысл жизни и морально разлагаются [3].

Прежде всего, в процессе абсолютной рационализации страдает культура, ее составляющие теряют свой первоначальный смысл, распадаясь на множество частей. Происходит утрата культурных символов, на которую указывал Юнг, высказывая свои опасения относительно утраты личностью целостности соотношения в нем сознания и бессознательного. Сама гармония искажается рационализацией, становясь для человека либо фикцией, либо стандартом.

Учитывая все это, индивид либо не способен достигнуть гармонии, либо не желает ее достижения. Рационализированный, «расколдованный мир» предлагает человеку услуги, товары, стиль жизни. Бесспорно, индивид привык получать фрагменты мозаики, удобство вышло на передний план, но не душевное равновесие и развитие собственного «я».

### **Коммодифицированная культура как пространство реализации «осколков» целостности**

Пробираясь сквозь проблему современной культуры, мы пришли к тому, что является результатом многолетнего преобразования взаимоотношений культуры и личности, экономики / рынка, общества. Являясь результатом экономических, культурных и социальных тенденций индустриального общества, коммодификация стала неотъемлемой частью современного бытия. Процесс коммодификации соединяет культуру как источник, определяющий форму текстов, и рынок как пространство, где реализуются тексты.

Коммодификация зависит как от фрагментации, так и от рационализации в том, что они переводят культуру в наиболее удобную форму для усвоения рынком и превращения в товар. «Осколки» некогда цельной культуры усваиваются и преобразуются для их реализации на рынке, однако это не просто товарно-денежные отношения. Коммодифицированная культура предоставляет людям гармонию в наиболее доступном (тривиализация) виде, которую легко воспроизвести (стандартизация) в большом количестве, и она предоставлена всем (массовизация).

Культура в лучших своих проявлениях распадается на идеи, принимающие разные овеществленные формы: дайджесты, изложение классических текстов в их облегченной и видоизмененной интерпретации и т. д. и т. п. Безусловно, каждая отдельная часть отражает целое, но не способна передать всей его сути. То же происходит и с гар-

монией. Индивид обменивает денежные знаки на символы гармонии, т. е. то, что в определенной культуре принято считать воплощением гармонии или того, что должно к гармонии привести (восточные практики, занятие йогой; терапии и тренинги личностного роста; особый образ жизни, поддерживаемый за счет товаров и услуг). И современный рынок изобилует этим семиотическим товаром, начиная с репродукции известного полотна, вызывающего у индивида ощущение эстетического удовольствия и наслаждения красотой, и заканчивая самостоятельной психологической помощью для избавления от стресса (журналы арт-терапии) и советами для достижения некоего равновесия.

Весь массив продукции культурных индустрий реализуется на культурном рынке, где индивид является основным потребителем (так же потребителем могут выступать культурные и другие индустрии, но используют культурные тексты в качестве материала для PR и рекламы). Особенностью культурного рынка является тот факт, что аудитория охватывает все этносы, культуры и страны. Культурный рынок обращен к двум основным направлениям своего производства. Во-первых, это производство товаров и услуг, отвечающих сиюминутному желанию потребителя (сюда можно отнести сувенирную продукцию, а также все предметы, что созданы на волне популярности определенных тенденций и веяний моды). Во-вторых, рынок заинтересован в удержании постоянной публики, которая обладает определенным вкусом и желаниями, задающими высокую планку требований к качеству и статусу продукта. Однако основной функцией его остается удовлетворение потребностей индивида.

Один из существенных вопросов состоит в том, какую оценку дать коммодификации культуры. Но, учитывая амбивалентность самого процесса коммодификации в отношении культуры, однозначного ответа не будет. При всех положительных сторонах, а это приобщение все большего числа людей к культуре (не всегда качественно воплощенной), возможность взаимодействия с ней для тех, кто имеет ограничения, создание рабочих мест и принятие творческих профессий рынком и т. д., в сущности своей коммодификация способна предоставить лишь *тень* того образно-смыслового наполнения культуры.

Более того, многое зависит от самого индивида, который обладает силами использовать коммодифицированную культуру, т.е. товары в качестве инструмента для более глубокого миропостижения и самоопределения. И здесь возникает противоречие, поскольку социализация индивида во многом зависит от той атмосферы, что царит в культуре, но если сама культура фрагментирована, способен ли индивид

стать полноценной личностью? Это центральная проблема, решение которой позволит преодолеть негативные стороны процесса коммодификации.

Основной же негативной стороной этого процесса является ложная гармония, ложная целостность, которая возможна до того момента, пока сохраняется ореол культуры (уже фрагментированной, подвергшейся рационализации и рыночным законам), той, которую Ж. Бодрийяр описывает как не созданную для длительного существования и отвечающую «зову “актуальности”» [4]. Эта ложная гармония и целостность имеют опасность распасться. Следовательно, перед каждым индивидом стоит задача не попасть в сети этого ложного мировоззрения.

### **Личность в коммодифицированной культуре**

Мироощущение личности закономерно находится в зависимости не только от темперамента и характера индивида, но также от элементов процесса социализации. Многофакторное влияние на его становление в обществе имеет амбивалентный характер: с одной стороны, это интегрированные в процесс глобальной коммуникации люди, активные пользователи социальных сетей, они открыты новому; с другой – современный индивид достаточно поверхностно осознает себя и свое положение в мире. Закрепленная высоким статусом в развитии общества рыночная экономика возвела в культ стремление к продуктивности и востребованности. Разрушение идеала духовного человека привело к появлению «рыночной личности».

«Рыночная личность» определяется посредством обладания, т. е. через него утверждает существование собственного «я». Успех индивида зависит от умения выгодно продать востребованные в обществе качества и черту тщательно проработанного имиджа. Имидж предстает целой культурой отдельной группы людей, и он активно продвигается в мир в своем самом привлекательном виде. Это не просто способ саморекламы, имидж перерастает свою первоначальную важность и становится частью повседневной жизни. Он становится технологией продажи.

Роль вещей в жизни подобной «рыночной личности» сводится к получению и удержанию на нужном уровне престижа и комфорта. Человек видит себя стоящим вне и даже выше влияния окружающих его вещей; но между ними и индивидом существует связь, в силу которой вещи в такой же степени отражают человека, в какой он отражает их. Тем не менее интерес индивида не выходит за рамки утилитарного. Все, чем он обладает, окружает себя, предметы, с помощью которых наполняет собственное пространство, не получают подлинного инте-

реса. Однако современная личность находится в столь глубокой зависимости от продуктов культурных индустрий, что трудность для нее составляет отделить собственное «я» от привычного, социально значимого образа.

Положение современного индивида, его душевное и психическое состояние указывают на присутствие разрушительных сил в его бытии. Согласно Э. Фромму, это состояние – «болезнь века», которая выражена в ощущении одиночества и пустоты своего существования, отсутствии связи с другими людьми, утрате смысла жизни [5].

Мировоззрение и самоопределение индивида остаются главным полем укрепления интереса к товарам. «Вещи и услуги, предлагаемые рынком, формируют определенное отношение к жизни и жизненные перспективы. В конце концов не тело, а человеческая душа комфортно располагается в удобном автомобиле» [2, с. 127].

В результате индивид сталкивается с проблемой идентичности. Утрата былых норм влечет за собой отказ от корней конкретной личности и принятие в качестве утраченного искусственного образа семьи, общности и целостности. Современный индивид уже столкнулся с этой проблемой. Он начал осознавать, что искусственный образ не способен удовлетворить потребность быть частью родственной общины. Приоритет обладания и стремление к успеху путем превращения в «рыночную личность» в итоге приводят к усталости. Индивид, утративший собственные корни в стремлении соорудить образ собственной личности, но не способный «быть», находится в растерянности. Расширение границ информационной революцией открывает для него культурные рамки, дает ему возможность для поиска себя, но отсутствие четкой приверженности к определенной культуре, идентификация себя в конкретной культуре не дают точки опоры.

Мышление и способ существования находятся в прямой зависимости друг от друга. Процесс коммодификации проник в образ мысли и образ жизни индивида, создавая замкнутую на самом себе среду не столько превращения культуры в товар, сколько обращая творческую личность (личность, способную свободно творить, для которой духовная составляющая произведения, будь то картина или научный труд, имеет первостепенное значение) в личность-товар, часть потребляющей массы.

### **Выводы**

В целом коммодификация культуры является результатом многолетнего изменения мировоззрения человечества, которое подкрепляется в действительности и тем самым укрепляет этот процесс. Однако



опасения вызывает не столько процесс коммодификации, сколько спрос на результаты этого процесса, которые потребляются зачастую столь слепо, что приводят к иллюзии достижения действительного роста личности, ее развития и достижения «счастливой жизни». Как следствие, все чаще можно встретить лишь критику современной культуры. Возможно, следует обратить больше внимания на глубинную суть процесса, его исток не только в экономике и обществе, но в самой культуре и индивиде, что даст понимание корней негативного влияния.

### Литература

1. Философский энциклопедический словарь / под ред. Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев [и др.]. М. : Советская энциклопедия, 1983.
2. Яцино М. Культура индивидуализма. Х. : Гуманитарный центр, 2012. 280 с.
3. Юнг К.Г. Архетип и символ [Электронный ресурс]. URL: [http://royallib.com/book/yung\\_karl/arhetip\\_i\\_simvol.html](http://royallib.com/book/yung_karl/arhetip_i_simvol.html) (дата обращения: 11.05.2016).
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. М. : Республика, 2006. 269 с.
5. Фромм Э. Иметь или быть? / пер. с англ. Э.М. Телятниковой. М. : АСТ, 2014. 320 с.

### References

1. Filosofskiy entsiklopedicheskiy slovar / pod red. L. F. Il'ichyov, P. N. Fedoseev [i dr.]. M.: Sovetskaya entsiklopediya, 1983.
2. Yatsino M. Kultura individualizma. H.: Gumanitarnyy tsentr, 2012. 280 p.
3. Yung K.G. Arhetip i simvol [Elektronnyiy resurs]. URL: [http://royallib.com/book/yung\\_karl/arhetip\\_i\\_simvol.html](http://royallib.com/book/yung_karl/arhetip_i_simvol.html) (data obrashcheniya: 11.05.2016).
4. Bodriyyar Zh. Obschestvo potrebleniya. Ego mifyi i strukturyi / per. s fr., poslesl. i primech. E.A. Samarskoy. M. : Respublika, 2006. 269 p.
5. Fromm E. Imet ili byit? / per. s angl. E.M. Telyatnikovoy. M.: AST, 2014. 320 p.

*Поступила в редакцию*

*12 октября 2017 г.*