

Сергодеева Елена Александровна**Sergodeeva Elena Aleksandrovna**

доктор философских наук,
профессор кафедры философии
Северо-Кавказского федерального университета

D.Phil., Professor,
Philosophy Department,
North-Caucasus Federal University

Монастырская Наталья Игоревна**Monastyrskaya Natalia Igorevna**

аспирант кафедры философии
Северо-Кавказского федерального университета

PhD student, Philosophy Department,
North-Caucasus Federal University

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ VS МАССОВИЗАЦИЯ: ПАРАДОКСЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

INDIVIDUALIZATION VS MASSIFICATION: THE PARADOXES OF MODERN SOCIETY

Аннотация:

В статье индивидуализация и массовизация рассматриваются как противоречивые, но взаимодополняющие и взаимозависимые тенденции развития современного общества. Социальная массовизация понимается как трансформация немассовых социальных феноменов в массовые на фоне господства идеологии консюмеризма и распространения воздействия информационных технологий. Подчеркивается, что безудержный рост потребительства и влияние массмедиа приводят к стандартизации и деперсонификации, одновременно порождая иллюзорное ощущение индивидуализации человека. Социальная индивидуализация характеризуется как результат воздействия объективных процессов, имеющих не только позитивные, но и негативные стороны (утрата стабильности и появление новых угроз экзистенциальной безопасности). Сделан вывод о том, что подлинная индивидуализация предполагает социальную гетерогенность и управление рисками, а ее формирование связано с развитием критичности и рефлексивности.

Ключевые слова:

индивидуализация, массовизация, современность, консюмеризм, информационные технологии, массмедиа, деперсонификация, идентичность.

Summary:

The article reviews individualization and massification as contradictory but complementary and interdependent development trends in modern society. Social massification is understood as the transformation of non-mass social phenomena into mass ones against the background of the domination of the consumerist ideology and widespread impact of information technologies. It is emphasized that the unrestrained growth of consumerism and the influence of the mass media lead to standardization and depersonification while creating an illusory sense of individualization of a person. Social individualization is characterized as a result of the impact of objective processes, which has advantages along with disadvantages such as loss of stability and the emergence of new threats to existential security. It is concluded that true individualization implies social heterogeneity and risk management, and its formation is associated with the development of criticality and reflexivity.

Keywords:

individualization, massification, modernity, consumerism, information technologies, mass media, depersonification, identity.

На протяжении долгого времени индивидуализм являлся гуманистической ценностью и выступал в качестве одного из важнейших достижений цивилизации. Акцент на автономию и свободу человека, его самоценность, инициативу, самореализацию был органической частью культуры индустриального общества и западного миропорядка. Однако в последнее время в самих проявлениях индивидуализма, как и в его понимании и оценке, намечаются существенные изменения. Это связано прежде всего с тенденциями социальной массовизации, настолько значимыми для нынешней социокультурной ситуации, что одним из концептов, характеризующих специфику современности, является понятие массового общества. Как подчеркивает М.А. Хевеши, «концепция массового общества отражает реальную проблему роли и места масс в современной жизни общества. Выявляется, что массы в массовом обществе – это и порождение существующих отношений, и их жертва. Поэтому при характеристике процессов “омассовления” имеют место как положительные, так и отрицательные оценки» [1, с. 8].

Процессы социальной массовизации, детерминированные самыми многообразными факторами: от роста народонаселения и изменения приоритетов экономической жизни до распространения образования и трансформации культуры, отличаются глобальностью и широким диапазоном проявлений. Можно согласиться с Г.Ю. Черновым, что «массовизация – это процессы трансформации немассовых феноменов в массовые: культуры – в массовую культуру, общества в массовое общество, человека (индивидуальности) – в “массового человека”» [2, с. 87]. Все многочисленные проявления массовизации, несмотря на их специфику, сходны в том, что связаны

со стиранием различий, гомогенизацией и социальным выравниванием. Наиболее существенными для уточнения сущности массовизации и ее тенденций представляются такие черты современного общества, как консюмеризм и информационализм.

Постиндустриальное общество зачастую характеризуется как социум, в котором потребление практически пронизывает всю его жизнь, а все виды деятельности пересекаются в потребительских практиках. Индивидуальное потребление человека в этом обществе не ограничивается лишь удовлетворением его потребностей, а выступает основанием воспроизводства социального субъекта, становится основополагающим фактором формирования его социокультурной идентичности. В таком обществе принцип «иметь», по словам Э. Фромма, почти полностью вытесняет принцип «быть», создавая иллюзию общего благоденствия. При этом под «иметь» и «быть» понимаются два основных способа существования человека и его самоориентации в мире [3]. Человек, у которого принцип «иметь» стоит на первом месте, становится «всеядным». Для него уже не важно, что именно служит объектом потребления, значимы только сами процессы приобретения и обладания. При этом неудержимое потребление у человека, ориентирующегося на принцип «иметь», может создавать иллюзию индивидуализации, так как способность обладать определенной вещью или статусом, по его мнению, выделяет его из толпы. Однако на самом деле это обладание определяет его неоспоримую принадлежность к «толпе потребителей». Человек, у которого есть все, в том числе и возможность постоянно потакать своим самым разным желаниям и прихотям, ощущает некую пустоту – одиночество. Парадоксально, но подобным образом в обществе потребления сочетаются тенденции массовизации и индивидуализации, понимаемой как социальная атомизация.

Получается, что процесс роста подобного индивидуализма, достигая в консюмеризме некой кульминационной точки, далее заходит в тупик. Для подавляющего большинства людей выход из этого тупика неясен, так как им нечем заменить свои эгоистичные желания, которые уже не приносят прежнего ощущения радости, удовлетворенности и наполненности жизни. В конечном итоге все то, что создается человеком для облегчения повседневной жизни, оборачивается против него. Человек уже живет ради того, чтобы потреблять и производить, и, несмотря на то что сами эти вещи и предметы потребления не являются «губящими», они становятся таковыми, когда человек начинает цепляться за них, сам же превращая их в оковы для внутренней свободы и самовыражения.

Одним из факторов, в значительной степени влияющих на состояние современного общества и его массовизацию, является изменение механизмов и характера коммуникации. Практически «общим местом» при характеристике современности стало указание на важность распространения коммуникативных технологий, которые влияют на все сферы жизни. Коммуникативные технологии представляют собой платформу, которая не только позволяет интенсифицировать социальные взаимодействия и перевести их в новое русло, но и ведет к кардинальной перестройке самой реальности, которая начинает достаточно быстро (в сравнении с прежними типами общества) меняться, впитывая в себя новейшие информационные технологии.

Интернет-технологии лежат в основе конституирования особой виртуальной реальности. Процесс виртуализации породил киберпространство, а значит, привел к разделению социальной реальности на объективную, детерминированную множеством внешних независимых факторов, и виртуальную, не ограниченную по сути дела ничем, кроме несовершенства технологий. Всемирная компьютерная сеть, являясь надежным помощником современного человека, выполняет множество функций, чему способствуют свобода обмена информацией, доступность, открытость глобальной сети.

С одной стороны, новые инфокоммуникативные технологии расширяют возможности человека, позволяют ему осуществлять аудиовизуальные коммуникации, испытывать реальные чувства и эмоции. С другой стороны, сетевые социальные медиа через влияние на общество в целом воздействуют на каждого индивидуума в отдельности, формируя определенные стандартные эмоции или же одинаковое мнение различных социальных индивидов о проблемах и событиях. Эту деятельность нельзя однозначно охарактеризовать как гуманную, поскольку человек не может контролировать направленное на него воздействие и оказывается беспомощным перед подобными внушениями. По этому поводу шведские исследователи А. Бард и Я. Зодерквист в своей работе «Нетократия...» предположили, что в современном обществе потребления появляется новый тип социальной массы – информационная масса, или консюмариат. Она состоит из людей, деятельность которых ограничивается потребительскими практиками, поэтому их можно охарактеризовать как пассивных участников цепи потребления, которыми манипулирует информационная элита – нетократия, создающая информационные продукты, рекламирующие определенные стандарты потребления [4].

Е.М. Николаева и С.С. Федченко, характеризуя новый тип человека массы в информационном обществе – «избирательного пользователя», отмечают, что его избирательность и рациональность ограничены, поскольку основаны на механизмах массового сознания. У человека этого типа отсутствует потребность в самостоятельном поиске источников информации и их анализе. Он, как правило, ограничивается интернет-ресурсами, ориентируется на их способ подачи информации и пытается минимизировать свои интеллектуальные и критические усилия. Главная же опасность состоит в том, что он не осознает своей принадлежности к массе и детерминированности ее характеристиками. Это мешает индивиду преодолеть установки и стереотипы массового сознания, не позволяет задействовать потенциал критического мышления и рефлексии [5].

Интернет-коммуникация имеет неоспоримые преимущества. Здесь любой человек получает равные с другими права и возможности для самовыражения. При этом в виртуальной среде основными факторами социальной эффективности становятся личностные качества и коммуникативные навыки (владение письменной речью и компьютерной грамотностью), снижается ряд коммуникативных барьеров, связанных с выраженными во внешнем облике характеристиками партнеров по коммуникации, например их стилем одежды или степенью внешней привлекательности. Именно поэтому для некоторых людей виртуальный мир становится чуть ли не единственным местом, где они могут свободно общаться и самовыражаться. Кроме того, анонимность виртуальной коммуникации дает возможность большей свободы взаимодействия, расширяет спектр потенциальных форм идентичности отдельной личности.

Однако, несмотря на все свои возможности, виртуальная коммуникация не позволяет полностью восполнить дефицит непосредственного эмоционального общения «лицом к лицу». С помощью техники современный человек расширяет границы свободы, но вместо зависимости от окружающего мира незаметно для себя он впадает в еще более жесткую зависимость от техники. Обратной стороной виртуальной свободы и анонимности становится то, что человек перестает «быть собой», его идентичность конструируется по шаблонам, принятым в интернет-среде. Социальные медиа диктуют определенные роли поведения, формируют социальные установки, материальные потребности и желание подражать. В результате жизнь становится фальшивой, иллюзорной и утрачивает свою подлинность. Получается, что человек современного общества, желая подражать, теряет свою прежнюю индивидуальность, но и не приобретает новую. Весьма интересно, что чаще всего это происходит под замаскированными лозунгами, призывающими человека «подчеркнуть свою индивидуальность». Но «человек массы» не выбирает свою индивидуальность самостоятельно, опираясь на личные устремления или желания, ему ее навязывает среда, оказывая на него вездесущее давление. В этом смысле в «массовом» обществе не существует ни аутентичных ответственных личностей, ни подлинных человеческих отношений.

Таким образом, развитие новых коммуникативных технологий, призванное оптимизировать и облегчить жизнь человека, побочно провоцирует нивелирование ценности и индивидуальной значимости отдельной личности. Пространство одиночества в массовом обществе «разрастается», поскольку снижается возможность «духовного обмена» при общении с другими людьми. Соответственно, снижается ценность самого контакта, качество начинает заменяться количеством. Информационные сети отгораживают людей друг от друга, виртуальная среда нередко полностью заменяет реальное межличностное общение.

Тем не менее, несмотря на глобальную массовизацию, современное общество зачастую характеризуют как индивидуализированное. Например, Филип Слейтер квалифицирует современное общество как индивидуалистическое потому, что в нем невозможно удовлетворение потребности в полноценном общении и сопричастности общественной жизни, что чревато распространением негативных форм одиночества [6]. Однако многие современные исследователи определяют индивидуализацию не только как понятие, описывающее жизненные ситуации и биографии людей, но и как общеисторическую категорию. Ульрих Бек показывает, что изменения труда, капитала, потребления и демократии в постиндустриальном обществе приводят к так называемой «тройной индивидуализации», которая включает в себя: освобождение от традиционных взаимоотношений «господства – подчинения»; утрату стабильности и предсказуемости социальной жизни и собственной биографии; появление новых форм социальной интеграции [7]. Индивидуализация, понятая таким образом, вовсе не означает безусловный рост свободы человека и расширение гуманистических ценностей. На самом деле человек утрачивает контроль над большинством социально значимых процессов, которые раньше регулировались традициями и потому были предсказуемыми. Возникающая при этом социальная неопределенность и увеличивающиеся риски подрывают экзистенциальную безопасность личности.

Это показывает Зигмунт Бауман в своей работе «Индивидуализированное общество», понимая индивидуализацию как утрату определяющего влияния прежних форм социальности и связывая ее, как это ни парадоксально, с деперсонификацией. Человек, утрачивая зависимость от

прежних групповых идентичностей, с неизбежностью попадает под влияние процессов массовизации и стандартизации. Бауман отмечает, что современное индивидуализированное общество не является следствием действий отдельных индивидов, а появилось в результате действия объективных деперсонифицированных процессов. Поэтому индивидуализация – это скорее судьба современного человека, а не его сознательный выбор [8]. Именно эти характеристики позволяют философам-постмодернистам говорить о завершении прежней гуманистической традиции и констатировать «смерть субъекта» в современной культуре.

Таким образом, при тщательном рассмотрении становится понятно, что тенденции массовизации и индивидуализации в современном обществе тесно переплетаются и переходят друг в друга. Бинарная оппозиция «индивидуализм – деперсонализация» является одной из значимых социокультурных характеристик современности, отражая амбивалентные тенденции ее развития: с одной стороны, индивидуализация, предполагающая не только автономизацию индивидов, но и их атомизацию, влекущая за собой риски и социальную неопределенность; с другой стороны – массовизация, разрушающая социальную субъектность, но одновременно увеличивающая возможность самовыражения и удовлетворения потребностей.

Несомненно, каждый индивид переживает свою личную неповторимость глубоко внутри себя, но его формирование и реализация возможны только в процессе взаимодействия с другими людьми. В той или иной ситуации человек может действовать сознательно, целенаправленно выбирая те или иные манеры поведения, но при этом он опирается не только на свой неповторимый личностный опыт. Можно сказать, что индивидуализация является циклическим процессом, предполагающим проникновение «внутри» и «вне» индивидуальности, а индивидуальность – результат циклических процессов, которые детерминируют последующие. В конечном итоге происходит создание неповторимого пути конкретного человека, индивидуализация потребностей и способностей, целей, знаний, смыслов и ценностей [9, с. 214]. В современной ситуации масса, которая «не замечает человека», – это барьер, который устанавливает человек на пути к самому себе. Человек пытается заглушить в себе самом осознание своей же изолированности, но рано или поздно она заявляет о себе и разрушает иллюзию массового единства.

Современному человеку для сохранения своей индивидуальности необходимо прилагать намного больше усилий. В нынешней культурной ситуации у него практически нет безусловных ограничений или запретов, скорее, наоборот: современный мир непрестанно бережет его желания и потребности. Современный человек желает быть самим собой, самостоятельно строить и распоряжаться своей жизнью, отойти или вовсе освободиться от правил и ролей, навязываемых ему обществом, не быть похожим на других. Однако в действительности, что означает такая свобода? Человек продолжает жить в стандартизированном обществе и подчиняться его правилам, свобода оказывается иллюзорной.

Подлинная индивидуализация, с ее рисками и неопределенностью, предполагает социальную гетерогенность. Именно многообразие личностей способствует свободной интеграции и делает социальные объединения более прочными, нежели единообразие безликих масс. Разнообразие индивидуальностей не только предполагает возможность социально значимых коммуникаций между людьми, но и предохраняет от безусловной власти внешнего управления и навязанной стандартизации.

Ссылки:

1. Хевеши М.А. Массовое общество и его истолкование в XX веке // Социс. 2001. № 7. С. 3–12.
2. Чернов Г.Ю. Понятие массовизации: антропосоциокультурный подход // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 4 (259). Философия. Социология. Культурология. Вып. 23. С. 85–88.
3. Фромм Э. Иметь или быть? М., 2010. 320 с.
4. Bard A., Söderqvist J. *Netocracy: The New Power Elite and Life After Capitalism*. L., 2002. 288 p.
5. Николаева Е.М., Федченко С.С. Избирательный пользователь в интернет-пространстве как носитель производной субъектности // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2016. № 1 (46). С. 128–134.
6. Slater Ph. *The Pursuit of Loneliness: American Culture at the Breaking Point*. Boston, 1976. 316 p.
7. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000. 384 с.
8. Бауман З. *Индивидуализированное общество*. М., 2005. 390 с.
9. Герт В.А. Индивидуальность и индивидуализация человека // Педагогическое образование в России. 2014. № 4. С. 209–214.

References:

- Bard, A & Söderqvist, J 2002, *Netocracy: The New Power Elite and Life After Capitalism*, London, 288 p.
- Bauman, Z 2005, *Individualized society*, Moscow, 390 p., (in Russian).
- Beck, U 2000, *Risk society: towards a new modernity*, Moscow, 384 p., (in Russian).
- Chernov, GYu 2012, 'The concept of massification: an anthropological sociocultural approach', *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Kul'turologiya*, no. 4 (259), iss. 23, pp. 85-88, (in Russian).

- Fromm, E 2010, *To have or to be?*, Moscow, 320 p., (in Russian).
- Gert, VA 2014, 'Individuality and individualization of a man', *Pedagogicheskoye obrazovaniye v Rossii*, no. 4, pp. 209-214, (in Russian).
- Heveshi, MA 2001, 'Mass society and its interpretation in the 20th century', *Sotsis*, no. 7, pp. 3-12, (in Russian).
- Nikolaeva, EM & Fedchenko, SS 2016, 'Selective consumer in the internet as a carrier of derivative subjectivity', *THE CASPIAN REGION: Politics, Economics, Culture*, no. 1 (46), pp. 128-134. <https://doi.org/10.21672/1818-510x-2016-46-1-128-134>.
- Slater, Ph 1976, *The Pursuit of Loneliness: American Culture at the Breaking Point*, Boston, 316 p.