

# СУДЬБЫ И КОНТУРЫ ЦИВИЛИЗАЦИЙ

А.Н. Ильин

## ИНДИВИДУАЛИЗМ И АПОЛИТИЧНОСТЬ В УСЛОВИЯХ КУЛЬТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

**Аннотация.** Культура потребления в последнее время стала доминирующим типом культуры в России и в странах Запада. Соответственно, она является предметом изучения социологов, философов, культурологов, психологов. Однако до сих пор не создано единой теории консюмеризма и не осмыслен тот широкий массив рисков и угроз для человека и общества, которые выступают результатом распространения культуры потребления. Проблема статьи связана с осмыслением влияния ценностей консюмеризма на рост индивидуализма и ослабление политической активности. Это влияние выступает предметом исследования.

В качестве теоретико-методологической базы исследования использованы теории социологии потребления, философии культуры и социальной философии современных российских и зарубежных авторов.

Научная новизна выражается в следующих положениях. Социальная атомизация и деполитизация связаны с ростом потребительских ценностей. Потребитель ограничивается интересами, которые касаются его личной жизни. Происходит отказ от членства в объединяющем политическом целом. Место моральных обязательств, социальных отношений занимает автономия. Культура потребления осуществляет призыв к индивидуальной активности, но к социальному бездействию. Деконсолидация и индивидуализация сопряжены с утратой идеологических, политических и гражданских установок. Перманентная революция индивидуализма, выраженная в соответствующих изменениях культуры и ценностных ориентаций, устраняет политический активизм, вытесняет политический дискурс из сознания. Глобальным социальным проектам и метанарративам предпочитают микронарративы и микропроекты личной судьбы. «Человек социальный» уступает место «человеку индивидуальному», политически активный гражданин капитулирует перед потребителем, гражданское общество – перед потребительским. Когда деконсолидация приобретает массовый характер, возникает парадоксальное явление «социального исключения большинства».

**Ключевые слова:** культура потребления, аполитичность, деконсолидация, общество потребления, индивидуализм, солидарность, атомизация, микронарратив, ценностные ориентации, проект.

**Abstract.** The culture of consumption in recent years has become the dominant type of culture in Russia and in Western countries. Accordingly, it is the object of study of sociologists and philosophers. Culturologists, psychologists. However, so far not established a unified theory of consumerism and not understood that a wide array of risks and threats to humans and society, which are the result of the spread of consumer culture. The problem of the article is associated with the comprehension of values impact of consumerism on the rise of individualism and the weakening of political activity. This influence is the subject of the research. As a theoretical-methodological basis of the study used the theory of the sociology of consumption, philosophy of culture and social philosophy of modern Russian and foreign authors. Scientific novelty is expressed in the following provisions. Social atomization and de-politicization associated with an increase in consumer values. The consumer is limited to interests that relate to his personal life. Is rejection of membership in the unifying political General. Place moral obligations, social relations is autonomy. The culture of consumption performs a call to an individual activity but a social inaction. The deconsolidation and individualization are associated with the loss of ideological, political and civil installations. The permanent revolution of individualism, expressed in the relevant changes of culture and values, eliminates political activism, political discourse displaces from consciousness. Global social projects and metanarratives prefer micronarrative and microprojects personal fate. "Social person" gives way to the "individual person", a politically active citizen surrenders to consumers, civil society – in front of the consumer. When the deconsolidation becomes widespread, there is a paradoxical phenomenon of "social exclusion of the majority".

**Key words:** atomization, solidarity, individualism, consumer society, deconsolidation, political apathy, consumer culture, micronarrative, value orientation, project.

Работа выполнена при финансовой поддержке Минобрнауки России (государственное задание).

Сегодняшнее общество можно назвать деполитизированным и чрезмерно атомизированным. На наш взгляд, именно вследствие выхода на авансцену потребительских практик усиливаются тенденции деполитизации и деконсолидации. Конечно, эти тенденции обусловлены различными причинами, однако мы предполагаем, что потребительская культура является одной из наиболее значимых причин индивидуализации общества и утраты социальных связей. В предыдущих работах мы рассмотрели проблематику деконсолидации и деполитизации в потребительском обществе [1]. В настоящей статье мы продолжаем и углубляем анализ этой проблемы.

Человек в атомизированном обществе потребления принимает интраполитические решения, т.е. решения, касающиеся его личной жизни и управления собой ради самоустройства, и отказывается от членства в объединяющем людей политическом целом. Автономия индивида ставится выше моральных обязательств и социальных отношений. Исчезает чувство ответственности не только за другого, но и за себя. Отношения приобретают поверхностный, недолговечный и прерывный характер и перетекают в режим «лёгкой» социальности, которая, с одной стороны, не вызывает агрессии к другому индивиду как к «чужому», а с другой, делает восприятие людей сугубо функциональным и рыночным [2]. *Деконсолидация есть добровольная маргинализация. И когда она приобретает массовый характер, следует констатировать парадоксальное явление «социального исключения большинства».*

Даже акции протеста всё менее массовы, а если и предполагают большое количество вовлечённых в них людей, то говорить следует о каком-то возмущившем широкие слои (обычно единичном) поводе, а не о глубоком объединяющем эффекте, фундированном сильным чувством солидарности, сопричастности и взаимопомощи. Профсоюзное движение скатывается к сугубо формальному существованию.

Политическая оппозиция настолько разобщена, что инвестировать чаяния в её силу и мощь не представляется возможным. Конечно, нет такой формы идентичности – оппозиционер. Оппозиция – это мозаика разных структур, дискурсов, программ, точек зрения и действий, которые не просто отличны друг от друга, а зачастую находятся в непримиримых противоречиях, поэтому она априори самоотдалена.

Внутренняя самоотдалённость оппозиции объясняется не только идейными противоречиями, не только разобщённостью перед избиратель-

ной урной. Приобретает особую силу фатализм, выражаемый словами «что бы мы ни делали, всё равно ничего не получится». Такое убеждение в безнадежности служит некоей индульгенцией на пассивность. Ещё один из важных факторов – утрата доверия людей друг к другу, которая не позволяет даже абсолютным единомышленникам сплотиться в единый сильный союз. Это недоверие появилось вследствие потребительской культуры индивидуализма, социал-дарвинистские общественно-фрагментирующие ценности которой в пост-перестроечной России стали активно и даже агрессивно внедряться в общественное сознание.

Падает интерес к глобальным проектам, ставящим перед собой в качестве цели не столько избавление от насущных проблем, сколько построение абстрактного общества будущего в долгосрочной временной перспективе. Для реализации такого проекта необходимо коллективное действие, которое отсутствует как вследствие утраты веры в коллективизм, так и вследствие утраты веры в социальную проективность, которая сменилась приземлённым индивидуальным прагматизмом.

*Происходящая перманентная революция индивидуализма, выраженная в соответствующих изменениях культуры и ценностных ориентаций, устраняет политическую революционность, вытесняет политический дискурс из сознания человека.* По замечанию А.С. Табачкова, в мире расчёта, вненравственной и антиидеальной количественной редукции человека и культуры, где идеальное – лишь информация, маловероятны революции, требующие рождения идей и людей, готовых брать на себя экзистенциальный риск их реализации [3]. Пламя политических преобразований снизу гаснет из-за глубокой акцентированности на частной сфере. Причём тотальное постмодернистское обесмысливание всего, что выходит за пределы индивидуальных интересов, закат великих идеалов и целей вовсе не рождает пессимизм, скорбь, трагизм и метафизические мучения. Консьюмер не тяготится бессмыслием, так как находит в бессмыслии свой местечковый «вещистский» смысл.

Политическая идеология теряет возможность мобилизовать общество, в котором падает роль авторитетов, величественных образов, серьёзных замыслов будущего и программ коллективных действий, и возрастает значимость гедонизма и вещизма. Человеческая жизнь утрачивает связь с тем, что превосходит индивидуальное, вещное и повседневное, понятие «res publica» (общее дело) обесмысливается под напором потребительского индивидуализма. Система смыслов потребителя не выходит за грани жизни, наполненной вещно-по-

вседневным бытом. Происходит закат социальных метанарраций, ставящих акцент на героике и великих целях, притягивающих всеобщее внимание, актуализирующих всеобщую активность и направляющих её в единое строго определённое русло. Наблюдается расцвет микронарраций – принципиально де-героизированных, де-глобальных, локализованных в личной сфере. На авансцену выходит феномен социального безразличия ко всему, кроме собственного благосостояния. Притупляются чувства, направленные к социальной жизни, душевные порывы исчезают. По меткому выражению В.П. Визгина, мир потребления страшен беспросветностью своей аутопичности, так как нет ни утопии, ни сил на неё, ни высшего консолидирующего людей упования [4]. Приведём слова Э. Гидденса: «Не существует больше “великих сказаний”, или метасказаний (metanarratives) – общих концепций истории или общества, – которые имели бы какой-то смысл.... Постсовременное общество характеризуется крайним плюрализмом и неоднородностью... Мы вступаем в контакт со многими идеями и ценностями, но они мало связаны с историей тех регионов, в которых мы живём, или же с нашими собственными частными историями. Кажется, что всё находится в постоянном движении...» [5, с. 26].

Глобальные мысли и чувства, идеологический титанизм и прометеев дух стали исторической архаикой. «Эпоха, когда умами и чувствами россиян владели идеи глобального и эпохального масштаба, безвозвратно ушла в прошлое. Эпоха, осуждённая и оплёванная неблагодарными потомками, но непонятая в её трагическом величии» [6, с. 416]. «Ушла идеология, и на месте “большого нарратива” советских времён образовалась зияющая пустота, воронка, с чудовищной силой втягивающая в чёрную дыру всё “сверхиндивидуальное”, “всеобщее”, бескорыстное – всё, что наполняло смыслом частное, индивидуальное бытие. Исчезла “вертикаль” идейная, осталась только вертикаль властная. А ведь это мы уже проходили!» [7, с. 185]. Где нет надперсональных целей, нет ни великих проектов, ни великого энтузиазма. «Твёрдые тела, чья очередь быть брошенными в плавильный тигель настала и которые уже находятся в процессе переплавки в наше время, – время текучей современности, есть связи, соединяющие индивидуальные действия в коллективные планы и действия – паттерны коммуникации и координации между индивидуальными линиями поведения, с одной стороны, и политическими действиями коллективов людей, – с другой» [8, с. 12].

Пламя политических преобразований гаснет из-за глубокой акцентированности на част-

ной сфере. Причём тотальное постмодернистское обесмысливание всего, что выходит за пределы индивидуальных интересов, закат великих идеалов и целей вовсе не рождает пессимизм, скорбь, трагизм и метафизические мучения. Консюмер не тяготится бессмыслием, так как находит в бессмыслии свой местечковый смысл.

Как отмечает Ж. Липовецки, сегодня касающиеся коллективной жизни узловые вопросы ожидает участь, подобная шлягерам хит-парадов – вершины сглаживаются, всё нивелируется из-за равнодушия. Социальные институты, великие ценности и конечные цели, создававшие предыдущие эпохи, теряют содержание, что указывает на массовое опустошение, превращающее общество в обескровленное тело, в упраздненный организм. Непомерная переоценка частного начала ведёт к демобилизации общественного пространства. Интерес к политическим выборам напоминает интерес к метеопрогнозам, бегам или спортивным состязаниям, так как политика покончила с ригористическим и идеологизированным сознанием и превратилась в развлечение. Заявление министра воспринимается не серьёзнее фельетона. Политические распри превращаются в пародию на соперничество, которую транслируют в развлекательных телешоу. Политика стала массовым развлечением. Всеобщее забвение социальных ценностей и конечных целей рождает нарциссизм. Незаинтересованность в социальном смысле своего существования и преувеличенное значение «Я» идут рука об руку. Самосознание заменяет классовое сознание, а нарциссическое сознание заменяет политическое. Наступает политическая апатия. Неонарциссизм как следствие разочарования в великих социальных целях и смысле настоящего характеризует шаткую, хрупкую и возбудимую личность, лишённую устоев и воли. «Мы не голосуем, но ценим возможность проголосовать; не интересуемся политическими программами, но ценим то, что у нас существуют партии; не читаем ни газет, ни книг, но ценим свободу слова» [9, с. 192]. Сама политика и политические действия становятся шоуизированными публичными визуальными практиками, деборовским спектаклем, зрелищностью [10]. В таком виде они перестают восприниматься именно как политические. Мы их смотрим также, как комедии, триллеры, фильмы ужасов или передачи «интимных откровений» вроде «Пусть говорят» или «Давай поженимся». Получается, что медийная зачастую шоуизированная экспансия политики приводит к восприятию её массовым реципиентом как не-политики, а значит, к его отходу от политической сферы. В России, пожалуй, апогеем

развлекательности политики стало выдвижение кандидатуры лидера рок-группы «Коррозия металла» С. Троицкого (Паука) на пост мэра Химок. Его предвыборные интервью были наполнены абсолютно противоречащими здравому смыслу призывами и политическими планами. Кроме смеха, ничего другого они в принципе вызвать не могли.

Консолидация на основе общих интересов и проблем не представляется условием реализации собственных (индивидуальных) интересов, а, скорее наоборот, видится как условие ограничения персональной свободы и пустая потеря личного времени. Особенно такое видение утверждается, когда люди смотрят на богатые образцы (среди которых бывают их близкие) и понимают, что успешные потребители достигли социально-экономических высот благодаря личной предприимчивости, а не коммунизму. На место охватывающего широкий временной и общественный ареал мегамышления и социальных побуждений приходят микро-мышление и индивидуальные побуждения. Согласно Э. Гидденсу, происходит переход от «политики эмансипации» к «жизненной политике», от борьбы за воплощение идеалов модернити (свобода, равенство, справедливость) к ориентации на индивидуальный жизненный стиль [11]. Такие наименования, как «классовая борьба», «социальная справедливость», «равенство», «свобода» и т.д., утратили мобилизующее влияние, превратились просто в ничего не означающие слова, лишённые смысла. Потребителям не свойственно верить в лучшую социальную жизнь, отсутствие которой не сопрягается у них с эсхатологическими и дискомфортными состояниями. Они не верят в её приход не только потому, что считают бесполезным прикладывать усилия для её устройства, сколько потому, что лучшая социальная жизнь сама по себе не является для них ценностью, в отличие от лучшей индивидуальной жизни. *Культура потребления таит в себе призыв к индивидуальной активности, но к социальному бездействию.*

Призыв к решению любых проблем мира, в том числе и экологической, вызывает у прагматика-гедониста вопрос «Что я от этого получу?», который демонстрирует верх меркантилизма, безответственности социальное равнодушие, моральную чёрствость и глухоту ко всему, что выходит за рамки индивидуальных потребностей. Вместо общечеловеческих ценностей наблюдается наступательное воздействие социальной дезинтеграции, аномии и отхода от объединяющей национальной идеи, в результате чего утрачивает ценность патриотизм, чувство личной причастности к судьбе страны и её народа.

Понятия социальной борьбы, предотвращения общественных угроз, патриотизма, социального целеполагания и всеобщего объединения не просто утратили серьёзность в глазах людей, а стали подвергаться остракизму. Идея общих интересов выдаётся как сомнительная, смешная и даже безумная. Идею общих интересов и восстановления социальной справедливости замещает индивидуализация и тенденция, выраженная в попытке атомарного и бесконфликтного проникновения, буквально просачивания в эшелон более высокого класса, в элитарную прослойку.

Культурную гегемонию одержал культурно-исторический тип, называемый мещанством. Он ненавидит культуру производства (напр., советскую культуру). Он противоположен творчеству, прогрессу, верности идеалам и социальной активности. Для него неприемлемы никакие движимые социальными идеалами активные действия.

Публичное пространство заполняется дискурсом интимности личной жизни и бытовых забот. Однако общество и страна жизнеспособны, когда каждый чувствует себя защитником и строителем целого и связан с каждым другим узлами ответственности и горизонтальной солидарности. Зачастую сама власть отказывается поддерживать социальную связность.

Однако следует заметить, что типичный потребитель – существо не только частное, но и во многом публичное. Его публичность заключается во взгляде на себя путём отражения одобрительных взглядов Другого. Так, потребитель конструирует себя посредством саморепрезентации перед другими людьми, прибегая к использованию модной брендовой одежды, гаджетов последней модели. Для него значимы восхищённые взгляды окружающих его людей, которые вызываются при помощи создания образа себя как обладателя знаковых вещей. В этом заключена его публичность. Но она аполитична. Однако и частность его далека от подлинности. Ведь в условиях современного капиталистического общества в личное пространство каждого из нас проникает огромный массив рекламных призывов, и мы не можем от него дистанцироваться. Соответственно, потребительская инфраструктура, а не мы сами, формирует в нас новые потребности путём нарушения нашей частной жизни, но при этом фокусирует наше внимание на частном. Здесь заключается диалектика частного и общественного.

Отвлечения на общественное возможны, когда общественное *непосредственным* образом влияет на индивидуальное. Заботы и страхи стали бытовыми, заземлёнными, измельчёнными, оповсед-

невенными, уже не связанными с какими бы то ни было историческими трагедиями. «Человек социальный» уступает место «человеку индивидуальному», политически активный гражданин капитулирует перед потребителем. «Быть потребителем намного более комфортно, чем быть гражданином, и в прямой конкуренции государственная идентичность неизбежно проиграет идентичности потребительской» [12, с. 14]. «Обыденное сознание привыкает скользить по поверхности, оперировать рекламными слоганами, клипами, лозунгами, оставаясь, в лучшем случае, на уровне здравого смысла, который, может быть, и удобен для повседневного обихода, но испытывает растерянность в сложных ситуациях морального и политического выбора. Однако именно это соответствует целям бюрократического общества, контролируемого консьюмеризма: создать иллюзию выбора, скрыть за выбором потребителя необходимость и возможность выбора гражданина» [13, с. 176]. Гораздо проще собрать людей под рекламным лозунгом «Распродажа!», чем под знаменами политического идеала. Развитие инфраструктуры потребления приводит к симулякризации гражданственности и социальности. Это явление вполне укладывается в неолиберальный проект, в согласии с которым всё большей властью наделяются корпорации, ответственные за массовую рекламу и брендинг (а значит, и за рост потребительских тенденций) и нуждающиеся в консьюмертариате, но не в гражданском обществе.

Ослабление социальности вызывает нарастание энтропии в обществе. Ухудшения социальных связей сопряжено с коррозией гражданственности. «...интересы индивидуума уже не могут ассоциироваться с каким-то конкретным обществом и с какой-то конкретной территорией. Если индивиду надо покинуть это общество и эту страну, чтобы улучшить своё самочувствие, он может и даже должен сделать это. <...> Тем самым гипертрофированный индивидуализм автоматически приводит к космополитизму» [14, с. 140].

*Потребительский индивидуализм нейтрализует два рода глубины – глубины внутреннего мира человека и глубины доверительных отношений между людьми.* Консьюмеризм призывает ограничиваться поверхностным «слоем» индивидуального хотения-развлечения и не углубляться в «слой» социальной справедливости, добра, истины и красоты. Он максимально отдаляет политическое от жизненного мира человека, хотя для формирования ответственного гражданского общества политическое, наоборот, должно быть максимально приближено к личной сфере, к повседневности и к экзистенциальному опыту каждого. Стоит вести

речь о негативном характере безразличия к миру, о своемерной, своезаконной отрицательной свободе, основанных на монолизме совести, своецентризме, нарциссическом представлении своего Я как мерила всех вещей. Критериями нарциссического расстройства личности по DSM IV-TR, являются: «1) паттерн грандиозности (в фантазиях или поведении); 2) эксплуататорский стиль межличностных отношений; 3) убежденность в своей уникальности; 4) потребность в восхищении; 5) чувство своей избранности; 6) недостаток эмпатии; 7) зависть; 8) высокомерие, самонадеянность и надменность» [15, с. 31].

Как отмечала Х. Арндт, кто не знал ничего, кроме приватной стороны жизни, и, как раб, не имел доступа к общественному или, как варвар, не учредил открытую всем публичную сферу, собственно человеком не был [16]. Согласно Арндт, там, где люди живут совместно, но деполитизированно (например, в родоплеменных обществах, в деспотически управляемых социумах или в частной сфере семейной жизни), нет свободы [17]. Хотя трудно в полной мере согласиться с видением свободы, по Арндт, можно сказать, что типичный консьюмер, озабоченный сугубо частной сферой, не является свободным человеком. Даже если власть не оказывает серьезного давления на общество и не нарушает гражданских прав, деполитизированный человек сам отходит от свободы. Поэтому вовсе неочевидна верность тезиса: «чем меньше политического давления, тем больше свободы», ибо свобода не означает безответственную аполитичность, и, будучи связана с ответственностью, свобода предполагает личную политическую активность. Мы можем забывать о политике, уходить с головой в частную жизнь, но политика вряд ли забудет нас.

Сегодня выбор нового вкуса чипсов молодёжь интересуется больше, чем выборы во власть. Индустрия развлечений приобщает интерес не к актуальным вещам современности, не к злободневным проблемам, а, наоборот, к информации, внимание к которой не требует никакого напряжения от реципиента и заглушает в нём голос критического осмысления действительности. Сознание усыпляется примитивным развлекающим китчем, ликвидирующим интерес к действительно важным проблемам, или же оно пробуждается более интеллектуально и эстетически высокими формами воздействия, но это пробуждение происходит для направления сознания в сторону неверного понимания происходящих в стране и мире событий, искажения реальности, снижения мировоззренчески-методологической зрелости реципиентов.

Не желая воспринимать сигналы об угрозах, потребитель просто отключает систему восприятия угроз. Он помещает себя в некое культурно-психологическое зазеркалье. Общественное и индивидуальное удаляются друг от друга так, что индивидуальное остаётся наличествовать в повседневном бытии, а общественное уходит в некую недостижимую область, отдалённость которой обесценивает попытки дотянуться до неё и, соответственно, нивелируется восприятие смысла и полезности этой области для реальной жизни с её прагматизмом. В результате любые призывы к общественным действиям типа отстаивания своих прав вызывают скепсис и становятся похожими на глас вопиющего в пустыне. Культура потребления тривиализирует и дегероизирует человеческую жизнь. В результате человек как бы выпадает из социальной жизни, становится почти вне-социальным индивидом (термин «почти» здесь необходим, так как полная десоциализация – тем более массовая – в принципе невозможна).

«Обладание теми или иными предметами становится одним из основных энергетических источников, подпитывающих индивидуальное его участников общества. В этой ситуации коллектив отсутствует, т.е. интерес любой общности заведомо вступает в противоречие с вещным интересом агента потребления...» [18, с. 135]. Коллектив сужается до семьи. Наряду с индивидуалистичным чувством остаётся чувство связи с семьей, но чувства связи с родиной и обществом серьёзно ослабевают. Семья воспринимается не как ячейка общества, а как убежище. Формирующиеся на основе родственных и дружеских связей социальные сети не доходят до уровня гражданских инициатив по защите общественных интересов. Поэтому если микросоциальные сети и оказывают посильную жизненную поддержку входящим в них людям, эта поддержка, естественно, не меняет существующий порядок, а лишь позволяет к нему приспособляться, в чём заключается её принципиальная неполнота. Представляется существование взаимообуславливающей силы между сплочением в семье и малые группы и отдалением на более масштабном – общесоциальном – уровне. Всё это указывает на недостаток общественных качеств, позволяющих организовать действия не на выработку и реализацию какого-то надличностного проекта, а хотя бы на защиту элементарных прав и свобод. Впрочем, потребители не испытывают чувства ущемлённости прав и свобод вследствие своей деполитизированности и сфокусированности на личном микромире.

Потребитель крайне трагично относится к потере своих «игрушек», но абсолютно индифферентно – например, к расхищению национальных

богатств его страны. Результат «воспитательного» воздействия консьюмеризма – социальная апатия. Благодаря ей какие-либо серьёзные проблемы страны и общества в глазах людей предстают как мелочи. Когда перед ними рушатся целые системы хозяйствования, они воспринимают этот процесс как недостойный внимания, не задумываясь о том, что от данных систем зависит их личное благосостояние. Хладнокровным взглядом обходит социальные проблемы, успокаивая себя ритуальным закливанием «всё равно я не смогу ничего изменить», – значит соучаствовать в проекте реализующейся деструктивности. Когда же происходят неполадки в их личной жизни, консьюмеры воспринимают их невротично-апокалиптически. Они превращаются в детей, узкие интересы и ограниченная масштабность мышления которых не распространяются за пределы своего микромира. Наблюдается тенденция занижения до минимума ранга серьёзных социальных проблем и завышения до максимума личных неурядиц. Потребителей волнует не глобальная проблематика, а лишь те проблемы, которые становятся на их личном пути и служат барьером для реализации их личных целей.

Редко консьюмеры задумываются о том, что личные проблемы зачастую имеют глубокие корни, растущие не из местечкового локального аспекта, а из функционирования масштабных систем, и потому выбрасывают накопленное негодование совсем не на тот объект, который заслуживает справедливого гнева. *Люди, наполненные апатией и равнодушием к серьёзным проблемам, и, напротив, сверхчутким вниманием к личным проблемам, не могут создавать здоровое и развитое общество, готовое к каким-либо инновационным прорывам.* Они в своём малодушии и неведении отпускают от себя бытие, дистанцируясь от него, позволяют бытию ускользать от их влияния, предпочитают бытию быт, микромир индивидуализма. Присутствие в мире размывается на присутствие в микромире. В обществе, где укоренены сугубо потребительские ценности плеонексии (с греч. «pleo» больше и «echei» иметь), стяжательства, эгоизма, алчности, личной выгоды (в том числе за счет других людей), индивидуализма и обладания возникает дефицит желания жить согласно ценностям солидарности и тем самым проявлять девиантность. Так происходит замыкание круга меркантилизации.

Нечувствительность к проблемам общества, страны и мира способна актуализировать множество других угроз. Эту нечувствительность можно назвать эмоциональной анестезией, проявляющейся в утрате эмоциональной реакции на негативные социальные процессы, на которые нрав-

ственно состоявшийся человек просто не может реагировать безучастностью.

Потребительские заботы не приносят свободы в системе властных отношений, но создают удовлетворяющий симулякр свободы и автономии в системе частного выбора продуктов, гаджетов, мест отдыха и т.д. Естественно, потребитель благодаря функционирующей психологической защите склонен рассматривать этот симулякр не в его подлинной сути, а как истинную свободу действий.

Нет встреч микрополитики индивидуальных интересов и макрополитики общественных интересов. Нет соединения частных неудач в общественные интересы, нет обобществления частного; оно остаётся приватизированным. Вместо этого происходит подача в СМИ частного под видом общественного, совершается тотальная подмена, а потому разъединение этих двух сфер, уничтожение общественного и за счёт этого отдача максимально широкого пространства на откуп частному, которое не способно осуществлять производство социальных связей. С. Жижек пишет, что трудно согласиться с тем, будто частной жизни угрожает медийный тренд выставлять на публичное обозрение самые интимные подробности жизни. Наоборот, исчезает публичная жизнь [19]. Как заметил З. Бауман, частное выставляется напоказ в своём неприличии, но оно от медийного тиражирования не становится общественным [20].

Важные вопросы жизни общества в медийном пространстве (особенно в ток-шоу) замещаются слухами, сплетнями, местечковыми скандалами личного характера. Массовые медиа-ресурсы используются для обсуждения семейных, сексуальных и т.д. проблем. Политическая и социальная реальность подменяется идеализированной бытовой реальностью. Подмена серьёзного «откровениями» индивидуально-местечкового одерживает верх и учит людей замыкаться в себе, в своих личных проблемах и в решениях своих личных проблем. Она не учит объединяться, смотреть за линию горизонта, видеть за деревьями лес, мыслить о значительно более глобальном и серьёзном, чем правильный выбор товара в магазине. Гламуризация масс-медиа забалтывает, пропевает и затанцовывает реально актуальное и социально проблемное. Как заметил И.И. Евлампиев, в обществе потребления удовлетворение наличных материальных потребностей направляет человека в сторону не более глубоких (духовных) потребностей, а материальных. Внутренняя духовная свобода замещается внешней свободой, свободой формального выбора. Возникает симулякр выбора, связанный с возникновением (точнее, с навязыванием)

всё новых (и всё более искусственных) материальных потребностей [21].

Общественное пространство из места встречи личных и социальных интересов превратилось в место публичного разглашения подробностей частной жизни, в место извращённого нарушения интимности. Массовый интерес тянется к бессодержательным сенсационным «открытиям», касающимся, например, личной жизни звёзд шоу-бизнеса, – к тем явлениям, которые по уровню действительной актуальности и общественной значимости сравнимы чуть ли не с пылинкой на ветру. Дискурсивное поле, область наррации представляет собой узкое в содержательном и смысловом аспекте явление, которое всячески вытесняет нарративы, говорящие об альтернативных вариантах жизни и жизнеустройства. Комплекс артикуляций и нарративов существенно ограничивается.

Огромное засилье развлекательных телешоу погружает социум в поле развлечений, в «матрицу личного быта». Теперь для них главное – это состояние счастья, получаемое от просмотра телешоу и юмористических телепередач, юмор которых весьма далёк от интеллектуализма. Весь этот китч парализует протестную волю народа. Человеку хочется быть счастливым, и он отвлекается от проблем реальности, погружается в чудесный мир, созданный СМИ, и обретает счастье. Политика СМИ, пиар и реклама обволакивает реципиента паутиной требований, предложений, ложных потребностей.

*Политика теперь не столько устанавливает жёсткий контроль, сколько создаёт ему альтернативу – соблазн аполитичности, выраженный в потреблении. Инструментом реализации этого соблазна выступает «шоуизированный» масс-медийный контент. Вместо грубого физического принуждения актуализируется мягкая принуждающая способность знаков и символов, которые присущи вещам. Посредством этих символов потребитель вовлекается в поток гедонизации и символизации, конструирования своего статуса, которое становится максимально значимым и замещающим собой другие (в том числе коллективные) формы деятельности.*

Новые гаджеты, стимулирующие всё большее потребление, переносят идею перемен с политической арены на арену быта, в лоно повседневности, где последняя модель сотового телефона – самая совершенная – важнее всего остального. Эпоха перманентных научно-технических открытий не только обогащает сферу быта, но и засоряет производством гаджетов и фиктивных потребностей, которые отвлекают внимание от макромира и уводят в микромир домашних стен.

Большие проекты сменились на микроскопические, ограниченные частными интересами. Попытки преобразования мира сменились на стремление оградиться от мира и его угроз, на абсолютизацию проекта частного мирка. Потребительство предлагает решать проблему контроля над жизнью путём аутореферентности, сводимой к многочисленным покупкам и вовлечения в рынок услуг. Причём потребительское внимание настолько сузилось, что его предметом стала не личная жизнь в целом, а некие её однодневные фрагменты, и жизнь превратилась в кратковременный цикл. Лонгитюдное видение жизненных перспектив сменилось короткими индивидуальными проектами (short individual project) с характерными им планами исключительно на короткое время. Жизнь в кратком времени сугубо индивидуального бытия является барьером для поддержания межпоколенных и вообще социальных связей и возможного объединения с другими людьми ради достижения более или менее длящихся во времени стратегических целей.

Общество разделяется на множество точек и пространственных единиц и тем самым перестаёт быть антропной вселенной, теряет свою пространственность, выраженную в совместности бытия. Такой риск характерен для гипер(пост)капиталистического потребительского общества, где нравственность как социальный фундамент заменилась утилитарной и прагматичной логикой.

В потребительском обществе «своих» нет. Там есть борьба за выживание всех против всех, способствующая дальнейшей дегуманизации социума. Конечно, основанные на взаимопомощи процессы интеграции тоже происходят, но их количество и качество снижаются в индивидуализированном обществе потребления. Помимо них, вследствие морального спада, идут также процессы криминальной интеграции.

Товарищество было системой связей, характерной для СССР и пронизывающей общество в целом. «...Чем теснее интегрирован человек в общество, тем выше его способность ощущать коллективную ответственность и социальный стыд. Если родственник пьянствовал, прогуливал, тунеядствовал, то тень общественного порицания ложилась на всю семью, многих это удерживало в рамках. Иметь в родне вора было настоящей трагедией для семьи» [22]. Сейчас товарищество, коллективизм и социальная ответственность ушли с социально-культурной сцены. Остались бесконечно дробящиеся меньшинства, но нет единого в своей истории и судьбе народа. Соглашаясь со словами А.А. Гусейнова «добродетель есть то, что связыва-

ет, соединяет человеческое общежитие, делает его возможным» [23, с. 174], заметим: нет ничего добродетельного в осуществляемой консьюмеризмом социальной атомизации.

Если воспринимать общество как совокупность отношений между людьми в разнообразных областях их деятельности [24], возникает вопрос: не утратила ли социология в современных условиях объект своего изучения, не исчез ли он с появлением новой формации, которая нивелирует общественное, в которой вместо общества фигурирует население и господствует индивид – «необщественный человек»? Имеет смысл говорить не об обществе, а об обломках, руинах социальности.

Интересно мнение З. Баумана, говорящего, что «общество» – это уловка, обозначающая согласие и принятие определённых ценностей, а также сила, придающая статус величественности согласованному и принятому; если принятое безумно, но принято всеми, оно перестаёт быть безумным [25]. *Потребительское общество – мир одинокого в своей индивидуальности консьюмера-солипсиста. Это «общество», отрицающее свою социальную суть и возможность своего именно социального существования. Оно из-за деконсолидированности представляет собой кучу песка, совокупность индивидов как целое, которое меньше суммы своих частей, в то время как здоровое общество, объединённое национальной идеей, проектом и многочисленными социальными связями, является совокупностью, где целое больше суммы своих частей.*

Человек потребляет не столько вещи, сколько знаки, но это потребление происходит посредством вещей. Поэтому термин «вещизм» остаётся актуален, но, наверное, более актуальным выступает термин «знакизм», означающий абсолютизацию знаков, которые несут в себе вещи. Именно брендовые вещи заключают в себе знаки, указывающие на статус их потребителя, но социальным и политическим действиям данная знаковость не присуща. Происходит пресыщение вещным знакизмом на фоне нехватки солидаризма. Точнее, именно профицит вещиности формирует дефицит солидарности. Политическое и социальное растворяются в потребительском...

Следует заметить необходимость отказа не от частного, а от его сакрализации, абсолютизации, происходящей в ущерб ценности коллективного. Прагматизм и расчётливость способны объединить людей, чьи интересы временно совпадают, но они не могут служить объединяющей основой на всенародном уровне и выступать вдохновляющими идеями, скрепляющими социум. Политическое и социальное растворяются в потребительском...



## Список литературы:

1. Арендт Х. Что есть свобода? // Вопросы философии. 2014. № 4. С. 32-49.
2. Балацкий Е.В. Концепция текучей реальности З. Баумана и её приложения // Общественные науки и современность. 2011. № 3. С. 134-146.
3. Бауман З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005. 390 с.
4. Бауман З. Рассказанные жизни и прожитые истории // Социологические исследования. 2004. № 1. С. 5-14.
5. Бауман З. Текучая современность / Пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
6. Визгин В.П. Русская философия сегодня (Размышления о семинаре и книге) // Вопросы философии. 2014. № 12. С. 118-129.
7. Восканян М.В. Игра в индивидуализированном обществе // Общественные науки и современность. 2009. № 2. С. 170-176.
8. Вотинцева Н.Н., Ильин А.Н. Культура потребления и реклама. Пермь: ПИЭФ, 2014. 132 с.
9. Девиантность в обществе потребления / Под ред. Я.И. Гилянского и Т.В. Шипуновой. СПб.: Изд. Дом «Алеф-Пресс», 2012. 464 с.
10. Евлампиев И.И. Актуальные уроки русского либерализма. Статья первая: критика западной традиции // Вопросы философии. 2015. № 6. С. 90-99.
11. Звездкина Э.Ф. Рец. на кн. А.А. Гусейнов. Великие пророки и мыслители. Нравственные учения от Моисея до наших дней // Вопросы философии. 2010. № 11. С. 173-178.
12. Зиновьев А.А. Русская трагедия. М.: Алгоритм, 2014. 464 с.
13. Иванов П.В. Потребление как агент легкой социальности в городском пространстве // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. № 5(58). Т. XIV. С. 142-147.
14. Ильин А.Н. Деконсолидация и деполитизация, характерные для общества потребления // Социологический журнал. 2014. № 3. С. 101-115.
15. Ильин А.Н. Культура, стремящаяся в никуда: критический анализ потребительских тенденций / Науч. ред. Д.М. Федяев. Омск: Изд-во ОмГПУ, 2012. 266 с.
16. Ильин А.Н. Культура общества массового потребления: критическое осмысление. Омск: Изд-во ОмГПУ, 2014. 208 с.
17. Ильин А.Н. Социальная деконсолидация и деполитизация в эпоху потребления // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. 2014. № 1(17). Т. 2. С. 71-77.
18. Интервью редакции журнала «Вопросы философии» с Н.И. Лапиным в связи с 80-летием // Вопросы философии. 2011. № 12. С. 3-9.
19. Каминская И. Как нам не разрушить Россию, которую мы не потеряли. URL: <http://www.yburlan.ru/biblioteka/kak-nam-ne-razrushit-rossiyu-kotoriguyu-my-ne-poteryali> (дата обращения: 17.11.2014).
20. Кукарцева М.А., Дмитриева И.А. Политическое как эстетическое // Вопросы философии. 2015. № 7. С. 17-27.
21. Липовецкий Ж. Эра пустоты. СПб.: Владимир Даль, 2001. 332 с.
22. Науменко Л.К. Б.Ф. Славин. Идеология возвращается // Вопросы философии. 2010. № 9. С. 184-188.
23. Носов Д.М. Ханна Арендт – философ? // Вопросы философии. 2014. № 4. С. 25-31.
24. Павлова О.Н. Цивилизационный феномен нарциссизма: векторы объективации в парадигме психоанализа // Вопросы философии. 2010. № 6. С. 20-32.
25. Санина А.Г. Информационное общество и государственная идентичность // Информационное общество. 2013. № 6. С. 9-15.
26. Семенов Е.В., Прокопьева М.Ю. Патриотизм и потребление // Реальность. Человек. Культура: трансформация бытия человека в обществе потребления. VI Ореховские чтения: материалы Всерос. науч. конф. (Омск, 24 октября 2014 г.). Омск: Изд-во ОмГПУ, 2014. С. 133-137.
27. Табачков А.С. Информационное общество в контексте истории // Вопросы философии. 2014. № 10. С. 37-45.
28. Шихардин Н.В. Анри Лефевр о бюрократическом обществе, контролируемом консьюмеризмом // Реальность. Человек. Культура: трансформация бытия человека в обществе потребления. VI Ореховские чтения: материалы Всерос. науч. конф. (Омск, 24 октября 2014 г.). Омск: Изд-во ОмГПУ, 2014. С. 173-176.
29. Žižek S. Against Human Rights // New Left Review. № 34. July-August 2005. P. 115-131.
30. Голенок Г.В. Индивидуализм как мифология // Психология и психотехника. 2010. № 1. С. 73-78.

## References (transliterated):

1. Arendt Kh. Chto est' svoboda? // Voprosy filosofii. 2014. № 4. S. 32-49.
2. Balatskii E.V. Kontseptsiya tekuchei real'nosti Z. Baumana i ee prilozheniya // Obshchestvennye nauki i sovremennost'. 2011. № 3. S. 134-146.
3. Bauman Z. Individualizirovannoe obshchestvo / Per. s angl. pod red. V.L. Inozemtseva. M.: Logos, 2005. 390 s.
4. Bauman Z. Rasskazannye zhizni i prozhitye istorii // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2004. № 1. S. 5-14.
5. Bauman Z. Tekuchaya sovremennost' / Per. s angl. pod red. Yu.V. Asochakova. SPb.: Piter, 2008. 240 s.
6. Vizgin V.P. Russkaya filosofiya segodnya (Razmyshleniya o seminare i knige) // Voprosy filosofii. 2014. № 12. S. 118-129.
7. Voskanyan M.V. Igra v individualizirovannom obshchestve // Obshchestvennye nauki i sovremennost'. 2009. № 2. S. 170-176.
8. Votintseva N.N., Il'in A.N. Kul'tura potrebleniya i reklama. Perm': PIEF, 2014. 132 s.
9. Deviantnost' v obshchestve potrebleniya / Pod red. Ya.I. Gilinskogo i T.V. Shipunovoi. SPb.: Izd. Dom «Alef-Press», 2012. 464 s.

10. Evlampiev I.I. Aktual'nye uroki russkogo liberalizma. Stat'ya pervaya: kritika zapadnoi traditsii // Voprosy filosofii. 2015. № 6. S. 90-99.
11. Zvezdkina E.F. Rets. na kn. A.A. Guseinov. Velikie proroki i mysliteli. Nравstvennye ucheniya ot Moiseya do nashikh dnei // Voprosy filosofii. 2010. № 11. S. 173-178.
12. Zinov'ev A.A. Russkaya tragediya. M.: Algoritm, 2014. 464 s.
13. Ivanov P.V. Potreblenie kak agent legkoi sotsial'nosti v gorodskom prostranstve // Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii. 2011. № 5(58). T. XIV. S. 142-147.
14. Il'in A.N. Dekonsolidatsiya i depolitizatsiya, kharakternye dlya obshchestva potrebleniya // Sotsiologicheskii zhurnal. 2014. № 3. S. 101-115.
15. Il'in A.N. Kul'tura, stremyashchayasya v nikuda: kriticheskii analiz potrebitel'skikh tendentsii / Nauch. red. D.M. Fedyaev. Omsk: Izd-vo OmGPU, 2012. 266 s.
16. Il'in A.N. Kul'tura obshchestva massovogo potrebleniya: kriticheskoe osmyslenie. Omsk: Izd-vo OmGPU, 2014. 208 s.
17. Il'in A.N. Sotsial'naya dekonsolidatsiya i depolitizatsiya v epokhu potrebleniya // Uchenye zapiski Komsomol'skogo-na-Amure gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Nauki o cheloveke, obshchestve i kul'ture. 2014. № 1(17). T. 2. S. 71-77.
18. Interv'yu redaktsii zhurnala «Voprosy filosofii» s N.I. Lapinym v svyazi s 80-letiem // Voprosy filosofii. 2011. № 12. S. 3-9.
19. Kaminskaya I. Kak nam ne razrushit' Rossiyu, kotoruyu my ne poteryali. URL: <http://www.yburlan.ru/biblioteka/kak-nam-ne-razrushit-rossiyu-kotoruyu-my-ne-poteryali> (data obrashcheniya: 17.11.2014).
20. Kukartseva M.A., Dmitrieva I.A. Politicheskoe kak esteticheskoe // Voprosy filosofii. 2015. № 7. S. 17-27.
21. Lipovetski Zh. Era pustoty. SPb.: Vladimir Dal', 2001. 332 s.
22. Naumenko L.K. B.F. Slavin. Ideologiya vozvrashchaetsya // Voprosy filosofii. 2010. № 9. S. 184-188.
23. Nosov D.M. Khanna Arendt – filosof? // Voprosy filosofii. 2014. № 4. S. 25-31.
24. Pavlova O.N. Tsivilizatsionnyi fenomen nartsissizma: vektory ob'ektivatsii v paradigme psikhoanaliza // Voprosy filosofii. 2010. № 6. S. 20-32.
25. Sanina A.G. Informatsionnoe obshchestvo i gosudarstvennaya identichnost' // Informatsionnoe obshchestvo. 2013. № 6. S. 9-15.
26. Semenov E.V., Prokop'eva M.Yu. Patriotizm i potreblenie // Real'nost'. Chelovek. Kul'tura: transformatsiya bytiya cheloveka v obshchestve potrebleniya. VI Orekhovskie chteniya: materialy Vseros. nauch. konf. (Omsk, 24 oktyabrya 2014 g.). Omsk: Izd-vo OmGPU, 2014. S. 133-137.
27. Tabachkov A.S. Informatsionnoe obshchestvo v kontekste istorii // Voprosy filosofii. 2014. № 10. S. 37-45.
28. Shikhardin N.V. Anri Lefevr o byurokraticheskom obshchestve, kontroliruemom kons'yumerizmom // Real'nost'. Chelovek. Kul'tura: transformatsiya bytiya cheloveka v obshchestve potrebleniya. VI Orekhovskie chteniya: materialy Vseros. nauch. konf. (Omsk, 24 oktyabrya 2014 g.). Omsk: Izd-vo OmGPU, 2014. S. 173-176.
29. Žižek S. Against Human Rights // New Left Review. № 34. July-August 2005. P. 115-131.
30. Golenok G.V. Individualizm kak mifologiya // Psikhologiya i psikhotehnika. 2010. № 1. S. 73-78.