

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ И КРИЗИС ИДЕНТИЧНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

This article considers the problem of identity both of modern man, and modern society in the process of transformation of values in conditions of globalization. The author of this article marks, that the man of modern society has lost ability to choose and to evaluate independently. The crisis of identity leads to the problem of self-understanding of a man. Man and society can find an original identity only on the basis of local cultures, nationality, religion, family.

Происходящий сегодня процесс глобализации проблематизирует существование ценностей, например, нравственных, а также приводит к кризису личностной идентичности и самоопределение общества как культурно-этнической локальности. В традиционном обществе идентификация личности через механизмы социализации и воспитания была связана с отождествлением себя с определенной социальной группой, такой как семья, община и т. п., другими словами, личность имела изначальное предназначение, ее идентичность была предопределена, а значит, самой проблемы идентичности вообще не существовало. В эпоху модерна формируется другой тип процесса идентификации, предполагающий различие реального социального статуса индивида и представления о нем. Процесс глобализации связан с формированием нового типа – виртуальной идентификации, т. е. личность идентифицирует себя уже не столько с общиной или обществом в целом, сколько с постоянно сменяющимися друг друга группами индивидов, чья идентичность не обозначена и проблематизируется как реальность. Этой проблеме кризиса идентичности и связанной с ней трансформацией ценностей в современном обществе постмодерна посвящена данная статья.

Характерной особенностью современной эпохи является глобализация всех сфер общественной жизни, представляющая собой такие социальные изменения в развитии современных обществ, которые заключаются в формировании единого всемирного рынка, всемирной информационной открытости, появлении новых информационных технологий и в увеличении глобальной культурной связи между народами. Так, ссылаясь на определение глобализации, данное Э. Гидденсом, ее можно рассматривать как процесс интенсификации социальных отношений, которые связывают отдаленные районы таким образом, что локальные феномены формируются под влиянием событий, происходящих на очень большом от них расстоянии, а глобальные в большей степени определяются локальными изменениями. Отсюда глобализация является комплексной тенденцией, затрагивающей не только экономические и политические, но культурные и информационные ас-

пекты. Поэтому закономерно, что процесс глобализации приводит к трансформации ценностей тех или иных социальных групп, а значит, порождает противоречия и конфликты, среди которых особую значимость приобретает кризис идентичности как отдельного человека, так и общества в целом. Под кризисом идентичности будем понимать несоответствие критериев самоидентификации и самоидентификации новому порядку вещей, неспособность дать ответ на вопрос: «кто я такой?». Кризис идентичности напрямую связан и с изменениями, происходящими в сфере морали.

Итак, глобализация предполагает трансформацию ценностей. В философии XX в. можно выделить две модели полагания, или определения, ценности: объективная М. Шелера и субъективная М. Хайдеггера. Шелер определяет ценности как объективные качественные феномены, предписывающие человеку нормы должностования и оценки и образующие особое царство трансцендентных надэмпирических сущностей, находящихся вне пространственно-временной реальности. Носителями ценностей выступают блага, вещи, люди, в которых ценности проявляются и становятся действительными. Ценности существуют лишь постольку, поскольку они могут чувствоваться. Отсюда полнота мира ценностей человека зависит от развитости его чувствования. Полагание ценности, с точки зрения Хайдеггера, представляет собой переоценку, под которой им подразумевается изменение самих способов оценивания. Отсюда ценность – это точка зрения, т. е. через проекцию точки зрения, направления смотрения человек формирует новые ценности. Таким образом, как бы ни определялись ценности: объективно или субъективно, мир человека расширяется, но и в том и в другом случае человек предстает как необходимый субъект полагания ценности. Индивид современного общества позднего модерна (постмодерна) утрачивает способность как самостоятельно оценивать собственное ощущение ценности, так и самостоятельно полагать ее выбором своего направления смотрения. Позицию «свободы выбора» человек заменяет на позицию «я вынужден».

Кризис идентичности проблематизирует самопониание личности. В условиях глобализации

человек находится в неведении как относительно ценностей, так и целей. З. Бауман метко определяет современного человека как «бродягу», для которого проблема состоит в том, какую идентичность выбрать и как суметь вовремя от нее отказаться. Неопределенность и нестабильность приобретает фундаментальный характер, т. к. в современных условиях ни образование, ни профессия, ни собственность не делают человека защищенным от перемен в судьбе, более того, значимые, но недостижимые вещи человек заменяет менее значимыми, которыми можно управлять. Так идентичность предстает как суррогат сообщества.

Глобализация означает «конец больших социальных групп» [1]. Речь в данном случае идет об ослаблении национальных государств в результате развития глобальной экономики и политики. Прежний способ идентификации индивида через принадлежность к гражданскому обществу определенного государства теряет смысл в условиях двойного – тройного гражданства. Поэтому подлинная идентичность заменяется «гранфаллуном», что, по определению Э. Аронсона и Э. Пратканиса, представляет собой социальную идентичность, созданную на основе какого-либо несущественного, второстепенного признака, который объединяет определенную группу людей, вследствие чего со стороны эта группа выглядит как полноценная, но и как бессмысленная (например, группы, образуемые в соответствии со знаками Зодиака). Таким образом, идентификация становится производной от потребления и потребляемого продукта, случайно выбранного стиля жизни, т. е. комплекса интегрированных социальных практик.

О «конце социального» в этом смысле говорит и Ж. Бодрийяр, отмечая, что люди перестают различаться по социальному происхождению или положению, основой же их дифференциации становятся потребляемые ими знаки. Другими словами, через употребление конкретных знаков человек уподобляется группе тех, кто эти знаки потребляет, и отличается от тех, кто данные знаки не потребляет. Более того, именно код контролирует, какие предметы люди потребляют и что они делают. Например, имея деньги, индивид может приобрести все, что захочет. Но проблема заключается в том, что захотеть он может лишь только то, что хотят члены той группы, к которой он принадлежит. Таким образом, идентификация становится производной от потребления и потребляемого продукта, случайно выбранным стилем жизни. Потребность как бы элиминируется из современного общества: в обществе постмодерна люди не покупают то, в чем они нуждаются. Индивиды приобретают товары потому, что они являются символами власти,

престижа, т. е. эти символы не столько удовлетворяют конкретные потребности, сколько служат знаками отличия, свидетельствующими о принадлежности к определенной группе. В современных условиях и моральные ценности переводятся в сферу социальных технологий успеха и вытесняются ценностями эстетическими. Так, например, погружение нравственного явления в контекст средств массовой информации может существенно изменять его природу, превращая в рекламный продукт, элемент пиара. Современные средства массовой информации манипулируют не только массовым моральным сознанием, но также и самими нравственными ценностями. С одной стороны, воздействие нравственных убеждений людей несомненно усиливается, если они продублированы в средствах массовой информации, но, с другой стороны, такая трансляция нравственных ценностей как информации изменяет их природу, содержательный контекст морали. В результате ценности в глобализирующемся мире приобретают проблематичность в связи с заменой морального политическим, экономическим или эстетическим отношением человека к миру.

Воздействие средств массовой информации и коммуникации на образ жизни современного человека приводит к тому, что основным источником производительности и власти становятся переработка и передача информации. Наблюдаемый сегодня сдвиг к информационным технологиям изменяет пространственно-временные характеристики общества и, как результат этого, изменяет содержание понятий суверенности и самостоятельности, которые давали идеологическую основу для идентичности. Современное общество предстает в виде фрагментарной реальности, в которой взаимодействие индивидов, групп, общностей осуществляется как бесконечное путешествие в информационной сети. В информационном обществе становится абсолютно неважно, куда и зачем человек двигается по информационному потоку, важно, чтобы в данный момент он себя обозначил каким-нибудь именем, содержание которого вообще не должно раскрывать его сути, ценностных ориентаций и даже половых признаков. Важен сам обмен информации, а не ее содержание и нравственный контекст.

В условиях глобализации трансформируются социальные пространство и время, но также сохраняется потребность в локальной автономии. Изменение роли национального государства, появление транснациональных пространств не лишает людей национальной принадлежности. Стремление сохранить национальность можно назвать сакрализацией локального. В условиях глобализации это даже увеличивает интерес к локальным местам, явлениям. Размывание личностной идентификации

в условиях глобализации компенсируется усилением этнического самосознания личности, которое в обществе постмодерна необязательно должно выражаться в тождестве языка и этноса. Само тождество этнического и языкового нельзя понимать узко, только как тождество этнического и вербального. Это имеет принципиальное значение в понимании того, почему белорусы, не пользующиеся в домашнем обиходе родной речью, тем не менее считают себя белорусами. Язык, в том числе и белорусский, как система знаков не может быть сведен только к вербальным знакам речи и письма, но является также и языком жестов, мимики, своеобразными темпоритами, представлениями и т. д. Поэтому в настоящее время средством языкового воспроизведения этнической идентичности оказывается не только родная речь, но форма, стиль жизни, сфера повседневности.

Традиционной ячейкой идентичности для человека всегда была семья, и, несмотря на кризис ее традиционных форм и развития новых форм (У. Бек отмечает три возможных сценария будущего семьи: возврат к традиционной форме, уравнивание всех членов семьи по образцу мужчин, появление новых форм за пределами мужской и женской роли) [2], она сохраняет за собой эту функцию. Поэтому, коль скоро оборотной стороной глобализации является укрепление локальностей разного рода, семья может рассматриваться как одна из них.

Основой сохранения локальной идентичности может выступить религия, в частности православие. Так, по мнению А. С. Панарина, такие характеристики православной цивилизации, как соборность, исключение подавления личности механическими коллективистскими

схемами социальной практики, особая историческая миссия православной цивилизации и т. д., могут привести к обострению не национальной изоляции, а чувства общечеловеческой истории, формирования подлинной идентичности [3].

Семья, национальность, религия как сакрализация локального могут выступить основой идентичности, но не для всех. Возникает парадокс: в эпоху глобализации проблема идентичности заключается в проблеме достижения ее универсализации. Вариантом решения этой проблемы является «золотое правило нравственности»: относиться к другому так, как хочешь, чтобы он относился к тебе. Так, американский философ Р. Рорти раскрывает содержание этого правила как свойственное всем ощущение боли и знания о страдании. Поэтому основой его утопического либерального общества является признание всеми равной способности чувствовать боль и определение жестокости как наихудшего из того, что человек может сделать. По мнению Рорти, именно данное признание лежит в основе солидарности, к сожалению, утопической.

В заключении отметим, что глобализация вызвала кризис идентичности, но только от сохранения локальных культур будет зависеть возможность воспроизводства ее сакрального уровня.

### Литература

1. Бек, У. Общество риска. На пути к новому модерну / У. Бек. – М., 2000. – С. 128.
2. Там же: С. 178.
3. Панарин, А. С. Православная цивилизация в современном мире / А. С. Панарин. – М., 2002. – С. 190. ·