

ТРАНСФОРМАЦИЯ ГУМАНИСТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

**Е.Н. Родина, кандидат философских наук, доцент.
Мордовский государственный педагогический институт
им. М.Е. Евсевьева, г. Саранск**

Рассмотрен кризис ценностных оснований современной культуры как результат становления общества потребления с его культом выгоды, предприимчивости, успеха, эффективности, переходящих в более утрированные формы алчности, потребительства, карьеризма, эгоцентризма. Показаны парадигмальные основания подобного мировоззрения в концепциях марксизма, прагматизма и утилитаризма, а также его критика в работах ряда представителей франкфуртской школы социальной философии.

Ключевые слова: кризис культуры, потребности, общество потребления, массовая культура

TRANSFORMATION OF HUMANISTIC VALUES IN THE CONDITIONS OF CRISIS OF MODERN CULTURE

E.N. Rodina. Mordovian state pedagogical institute named after M.E. Evseviev, Saransk

The article discusses the crisis of the axiological foundations of modern culture as a result of the formation of the consumer society with its cult of profit, entrepreneurship, success, efficiency, moving in a more exaggerated form of greed, consumerism, careerism, self-centeredness. Showing paradigmatic foundation of this philosophy in the concepts of Marxism, pragmatism and utilitarianism, as well as his criticism of the works of a number of representatives of the Frankfurt school of social philosophy.

Keywords: crisis of culture, needs, consumer society, mass culture

Проблема кризиса современной культуры является предметом многих философских дискуссий. Все более усугубляющиеся глобальные проблемы начала нового века актуализировали такие тенденции общественного сознания, как переоценка жизненных ценностей, выражающаяся в нигилизме по отношению к традиционной морали, в утверждении идеологии дарвинизма, социальной разобщенности, в доминировании «растиражированных» китчевых стереотипов красоты, любви, не требующих глубокой рефлексии.

Многие современные исследователи констатируют, что конец XX в. ознаменовался масштабными изменениями в культуре, смещением традиций, ценностей, появлением новых форм и стилей жизни. Разработкой проблемы кризиса культуры занимались многие ученые, среди которых: Н.А. Бердяев, О. Шпенглер, П.И. Новгородский, Р. Генон, Р. Гвардини, Х. Ортега-и-Гассет, Э. Фромм, Г. Маркузе, П.А. Сорокин, Ф. Ницше, Г. Лебон, Ю. Хабермас, Э. Тоффлер, Ж. Делез, Ф. Гваттари, П. Слотердаjk, В. Франкл, А. Камю, А.Ф. Лосев, С. Булгаков, Г. Федотов, Б.П. Вышеславцев, Р.Ф. Абдеев, Т.А. Сидорина.

Существует множество определений кризиса культуры. Согласно О. Шпенглеру, кризис не есть стадия перед новым процветанием, он – завершение цикла, окончательное угасание культуры [1, с. 112]. Иная точка зрения содержится в книге «Социальная и культурная динамика» П.А. Сорокина. В ней автор утверждает, что каждой культуре свойственно умирать, то есть каждая культура имеет свой определенный срок существования. Иными словами, каждая система ограничена и имеет свой предел [2, с. 156].

Поврежденность ценностной парадигмы современности позволяет говорить о кризисном сознании, которое дает противоречивую интерпретацию таких феноменов, как нравственный поступок, ответственность, творчество, любовь – более не воспринимающихся как обязательные категории человеческой жизни. Сакральное восприятие их сменяется

доминированием прагматических установок, связанных с культом выгоды, предприимчивости, успеха, эффективности, зачастую переходящих в утрированные формы алчности, потребительства, карьеризма, эгоцентризма.

Истоки подобного мировоззрения находятся, прежде всего, в философских концепциях марксизма, прагматизма и утилитаризма. Данные концепции отразили логику развивающегося капиталистического общества, достигшего к 70-м гг. XX в. в Европе и США статуса общества потребления, и стали его парадигмальными основаниями.

По мнению С. Царегородцева, современные капиталистические общества признают базовые положения марксизма, связанные с трактовкой человека как существа, у которого доминируют материальные потребности и интересы, изменив пропаганду с призывов строить коммунистическое общество на пропаганду культа потребления, денег, отдыха, войны всех против всех [3, с. 28]. Даже сами термины, служащие квинтэссенцией современного капиталистического общества, такие как «общество потребления», «теория возрастающих потребностей», «удовлетворение растущих потребностей общества и его граждан», являются разработкой идей марксизма.

Маркс обращался к анализу потребностей как исходной посылке материальной, идеологической и духовной деятельности, осуществляющих взаимосвязь процесса производства и потребления. Философ сформулировал исходные положения закона возвышения потребностей, содержание и состав которых меняются от эпохи к эпохе, считая всемирную историю историей развития потребностей людей.

С точки зрения философии К. Маркса, из кажущейся случайности потребностей отдельных индивидуумов формируется естественноисторическая закономерность, приводящая к росту возможностей общества в целом. Порождаемая ими деятельность служит, с одной стороны средством удовлетворения личных потребностей, а с другой – выражением общественной закономерности. Личное потребление, которое может быть материальным, социальным и духовным, воспроизводит целостного человека в системе общественных отношений «... каждый заботится лишь о самом себе. Единственная сила, связывающая их вместе, это стремление каждого к своей собственной выгоде, своекорыстие, личный интерес. Но именно потому, что каждый заботится только о себе и никто не заботится о другом, все они в силу предустановленной гармонии вещей или благодаря всехитрейшему провидению осуществляют дело взаимной выгоды, общей пользы, общего интереса» [4, с. 187]. Так, с точки зрения К. Маркса, осуществляется детерминация личного поведения законами общественного развития и, вместе с тем, индивидуальные действия воспроизводят совокупное движение целого.

Бентам считал причиной всех действий человека его потребности в получении пользы и удовольствия. По мнению С.В. Бойко, в программе утилитаризма социально узнаваемые персонификации пользоориентированной деятельности – это торговец, ростовщик, предприниматель [5].

Прагматизм в качестве этического учения получил широкое распространение и всеобщее признание в начале XX в. благодаря трудам американского мыслителя У. Джемса. В центре данной мировоззренческой позиции находятся понятия «польза» и «потребность», интерпретирующиеся как синонимы или две стороны одного желания, поскольку то, к чему стремятся, – полезно, а сам акт стремления – «потребность» [6].

Моральные понятия («добро», «зло», «обязанность») не обозначают, по Джемсу, «абсолютных сущностей» и не отражают умозрительные, возвышающиеся над всем законы, но являются объектами чувства и желания [5]. В качестве критерия добра рассматривается полезность для индивида, достигаемая любыми путями.

Потребительское общество породило массового потребителя, который чаще всего определяется как средний класс, ставший стержнем социальной жизни. Материальные потребности человека и определенный тип потребительского поведения приобрели статус высшей социальной ценности.

Потребляемые вещи и услуги становятся своеобразным маркером социального статуса, успеха. Еще в 1899 г. Т. Веблен в работе «Теория праздного класса» писал: «Основа, на которой, в конечном счете, покоится хорошая репутация... денежная сила. И средствами демонстрации денежной силы, а тем самым и средствами приобретения или сохранения доброго имени» [7, с. 120]. По мнению исследователя, в определении потребительской стоимости товара решающее значение имеет не функциональная утилитарность, связанная с прямым удовлетворением потребности человека в одежде, пище и т.д., а дополнительная утилитарность как способность приносить потребителю товара почет и признание.

Подстегиваемый рекламой, современный человек сосредотачивается на том, чтобы следить за новшествами в области бытовой техники, автомобилей, ориентируя денежные расходы свыше значений, обеспечивающих физическое благополучие, пытаясь «держаться на уровне общепринятых требований благопристойности в качестве и количестве потребляемых товаров» [7, с. 134].

В массовом сознании закрепляется культ материального успеха, приравняемого к личным ценностям и заслугам. По мнению Р. Мертона, в нашем конкурентном обществе богатство приобрело символическое значение, мотивируя людей к тому, чтобы стремиться к возможно большему благополучию.

Данная проблема подверглась глубокому осмыслению в работах социальных философов Франкфуртской школы, таких как Э. Фромм, Г. Маркузе. Фромм полагает, что потребление становится самоцелью, формируя в человеке воспринимающую ориентацию, целью которой является постоянное приобретение нового. Философ развивает идею отчуждения, ставшую одной из значимых в марксизме, сместив акцент с процессов труда, производства на процессы потребления. Заявляя, что современный человек отчужден не только от выполняемой им работы, а также от потребляемых им вещей и удовольствий, Э. Фромм подчеркивает его пассивность, бытие его в качестве объекта манипуляций со стороны индустрии, создающей невозможность распоряжаться собой и собственным досугом, ориентируя на потребление определенных товаров и развлечений.

Подобная стандартизация, предопределенность чувств и предпочтений рассматриваются философом как проявление давления группы на индивида, его связь с толпой и подчинение как способ преодоления одиночества и отчуждения, попытка реализации одной из глубинных человеческих потребностей. В работе «Здоровое общество» [8] Фромм указывает на наличие у человека общих с животными витальных потребностей, которые должны быть удовлетворены. Вместе с тем он считает их полное удовлетворение недостаточным фактором психического здоровья, гораздо важнее, по его мнению, удовлетворение специфически человеческих потребностей, наличие которых обусловлено особым бытием человека. К ним он относит потребность в приобщенности, укорененности, ощущении тождественности в системе ориентаций и поклонения, в преодолении ограниченности собственного существования.

Заявляя о выхолащивании духовных и нравственных начал в современном обществе и его неясных нравственных перспективах, Г. Маркузе также развивает идеи теории отчуждения, ставя проблему ограниченности самореализации человека рамками общества, ставшего высокопроизводительной и эффективно функционирующей системой, определяющей, удовлетворяющей и контролирующей его потребности. «Товары и услуги, покупаемые индивидами контролируют их потребности и тормозят развитие их способностей. В обмен на удобства, наполняющие их жизнь, индивиды продают не только свой труд, но и свое свободное время. Улучшенные условия жизни – компенсация за всепроникающий контроль над ней» [9, с. 91]. При этом к средствам контроля философ относит предметы домашнего обихода, пищу, одежду, транспорт, индустрию информации и развлечений, формирующих предписываемые отношения и привычки, внушая модель одномерного мышления и поведения.

Трагизм современной ситуации Г. Маркузе усматривал в вырождении двухмерной культуры, построенной на сопоставлении трансцендентных элементов и социальной

действительности, смешению ее с рекламой, бизнесом, политикой и переводению в товарную форму. Философ утверждает, что «высокая культура становится частью материальной» [9, с. 321].

Современная массовая культура представляет собой точку пересечения экономических отношений и художественного творчества. Ее развитие в США в XX в. было обусловлено процессами становления «общества потребления», породившего массового потребителя. Искусство начинает подчиняться законам рынка, определяя художественное творчество динамикой спроса и предложения. Систему шоу бизнеса небезосновательно подвергают критике за стандартизацию вкусов публики, ведущую к формированию качественно невысоких художественных запросов, в результате порождающих усреднение уровня создаваемых художественных произведений.

Базируясь на архетипах коллективного бессознательного, подобная продукция использует инстинкты и эмоции человека, создавая символы, использует их в качестве источника потребительской мотивации и формирует соответствующие ценностные установки. Так, В. Пелевин в романе «Generation П», посвященном критике общества потребления, выразил типичный сюжет, характерный для масс-культы: «Черная сумка, набитая пачками стодолларовых купюр, уже стала важнейшим культурным символом и центральным элементом большинства фильмов и книг, а траектория ее движения сквозь жизнь – главным сюжетобразующим мотивом» [10].

Производство такой продукции обусловлено стимулами поточно-конвейерной индустрии. Происходит развитие потребительского сознания у реципиента (зрителя, слушателя, читателя), что, в свою очередь, формирует особый тип пассивного, некритического восприятия культуры у человека. При этом происходит воспитание конформизма личности «приспособившегося человека», который, по мнению Э. Фромма, не желает быть отдельным существом, обязанным выносить суждения и который неспособен быть независимым и творческим.

Массовая культура прочно укрепилась в обществе, являясь его информационной средой. Настоящее ее состояние не способствует росту общего культурного потенциала цивилизации. Ценности современного общества препятствуют реализации заложенных в каждом индивиде глубинных личных потребностей в подлинной самореализации, вызывая стандартность поведения, тяготение к ложным ориентирам.

Таким образом, требуется дальнейший анализ состояния ценностной парадигмы современного общества, с последующим определением потенциальной гуманистической перспективы. Преодоление кризисных явлений требует актуализации процесса социальной рефлексии, переосмыслению гуманистических ценностей в новом историческом контексте.

Литература

1. Шпенглер О. Закат Европы. М.: Феникс, 1998. 637 с.
2. Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика. М.: Астрель, 2006. 1176 с.
3. Царегородцев С. Механизм управления обществом (Как преодолеть догматизм современной философии). М.: Print Up, 2014. 123 с.
4. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т.1. Процесс производства капитала. М.: Политиздат, 1960. 907 с.
5. Бойко С.В. Нравственно-этические программы современного общества потребления // Фундаментальные исследования. 2013. № 6 (5). С. 1272–1276.
6. Пласковицкий А.Л. Этика удовольствия и пользы // PLAS. URL: <http://www.plas.by/filosof/pv/euip.php> (дата обращения: 21.05.2015).
7. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 367 с.
8. Фромм Э. Здоровое общество. М.: Изд-во АСТ, 2005. 571 с.
9. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: Изд-во АСТ, 2002. 526 с.
10. Пелевин В. Generation «П». М.: ЭКСМО, 2007.

