

УДК 130.2:008

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ ТЕХНОГЕННОГО ЦИВИЛИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Е.Б. Ильянович

Статья посвящена анализу специфики системы ценностей, которая складывалась на протяжении нескольких столетий социокультурного развития техногенной цивилизации. Подчёркивается, что в современную эпоху человечество переживает аксиологический кризис, который является одним из аспектов антропологического.

Ключевые слова: *ценность, человек, техногенная цивилизация, кризис.*

Цель предлагаемой статьи - выявление системы ценностей техногенной цивилизации. Объектом выступает социокультурная специфика новоевропейского цивилизационного развития, а предметом - западноевропейские ценности, которые складывались на протяжении нескольких веков.

Актуальность. Фундаментальные ценностные устои общественного развития нескольких столетий, ранее считавшиеся основанием и условием всеобщего социального прогресса европейской цивилизации, сегодня, перед лицом аксиологического кризиса, поставлены под вопрос. В связи с этим они нуждаются в тщательном исследовании и переосмыслении с позиций философской рефлексии.

Новизна. Исследована специфика и социокультурный контекст формирования системы ценностей техногенной цивилизации, также рассмотрены признаки трансформации ценностного сознания в современную эпоху, которые можно наблюдать в социальной, политической, научной и культурной сферах.

Одна из фундаментальных особенностей человеческой жизни состоит в том, что никто не может объективно указать на цель бытия человека как личности. Однако, с другой стороны, людям свойственно не просто воспроизводить условия собственного существования, но и придавать своему индивидуальному и общественному бытию определенный смысл. Это стремление к осмысленности представляет собой не что иное, как одну из первостепенных экзистенциальных потребностей человека. Смыслообразующие компоненты человеческой деятельности воплощаются в неких общих принципах — системе ценностей (ценностных смыслов), которые «...усваиваются индивидами и образуют смысловую основу их собственных мотивов и целей. Можно полагать, что именно эти смыслообразующие ценностные принципы образуют ядро, "душу" той целостности, которую мы называем цивилизацией» [1, с. 76].

Общеизвестно, что система ценностей образует внутренний духовный нерв, стержень культуры, квинтэссенцию потребностей и интересов индивидов и социальных общностей. В культуре каждой общности принята определенная

система ценностей и соответствующая их иерархия. Ценность связана с представлением о том, что свято как для отдельного человека, так и для общества в целом.

Определённая система ценностей задаёт специфику отношения к миру. «Ценности — это относительно устойчивое, социально обусловленное избирательное отношение человека к совокупности материальных и духовных общественных благ» [2, с. 40]. На протяжении всей истории человечества складывались различные ценности. Они всегда были связаны с нравами эпох. Процесс смены ценностных ориентаций может происходить в рамках одной культуры, но очень часто он сопровождается её гибелью.

Можно сказать, что система ценностей выступает неким социокультурным геномом. Она является фундаментом всякой культуры и играет определяющую роль в формировании культурной идентичности.

Само же понятие ценности может употребляться в следующих значениях:

как «жизненные смыслы», или жизненно-практические установки;

как субъективный образ или представление, имеющее антропологическое измерение (значимый для человека);

как ориентир (индивидуальный или социальный);

как культурно-историческая константа (однако, в рамках одной культуры, несомненно, может произойти смена ценностных ориентаций. К примеру, американский социолог Д.Белл [см. 3] продемонстрировал, что на протяжении истории капитализма радикальным образом изменялись ценностные ориентации от протестантской этики до модернизма)

как стандарт поведения, связанный с оценкой «хорошо» или «плохо», «достойно» или «недостойно».

С нашей точки зрения, ценность, прежде всего, связана с потребностью. На протяжении всей своей жизни человек испытывает различные потребности — витальные или биологические (потребность в пище, воздухе, воде и т.д.), когнитивные (потребность в познании мира), социальные (потребность в признании, идентичности, т.е. отношению и сопричастности к социальной группе — будь-то семья, или религиозная конфессия, или нация и т.д.), эстетические и этические (например, потребность в любви, прекрасном, гармонии, порядке). Потребности также имеют свою иерархию. В основном, фундаментом такой иерархии выступают витальные потребности, далее — когнитивная, социальная и эстетическая, — могут быть на одном уровне. Что же в этом смысле можно назвать ценностью? Дадим определение данному понятию. Ценность — это потребность, которая предстаёт перед человеком или социумом через призму оценки.

Что же касается непосредственно системы ценностей, жизненных смыслов и установок, характерных для техногенного развития, то она включала не только специфическое понимание сущности человека, но также и его отношения к миру, которое мы и попытаемся раскрыть в данной статье. Как любой тип цивилизационного развития, техногенная цивилизация характеризуется особенностями, соответствующими той культуре, представителем которой она выступает. Эти особенности и выражаются системой фундаментальных ценностей,

неких социокультурных констант. Несомненно, если учесть динамизм развития техногенной цивилизации, то следует отметить, что ценности могут варьироваться и даже изменяться, но всегда будут выступать в качестве глубинного социокультурного инварианта. «Система ценностей и мировоззренческих ориентиров составляет своего рода "культурную матрицу", нечто вроде генома культуры, который обеспечивает воспроизводство и развитие социальной жизни на определенных основаниях. Эта матрица выражена пониманиями того, что есть человек, природа, пространство и время, космос, мысль, человеческая деятельность, власть и господство, совесть, честь, труд и т.п. В этих категориальных смыслах выражена предельно общая система мировоззренческих ориентаций, которая определяет человеческую жизнедеятельность в рамках определенного типа цивилизационного развития» [4, с. 5-6].

Возникновение техногенной цивилизации неотделимо от становления капиталистических, экономических и общественных отношений. «В Италии, в частности в богатой Флоренции, где в XIV в. деньги стали играть большую роль в хозяйстве и натуральный обмен все больше вытеснялся денежным, постепенно входит в быт важнейший элемент капиталистического хозяйства - счет, отчетность, бухгалтерский учет - "клеточка" капиталистически-рациональной экономики. Благодаря этому человек, по словам В. Зомбарта, "приучается к чисто количественному воззрению на мир". В XV в. во флорентийском деловом мире распространился способ рационального ведения коммерческих и вообще хозяйственных дел, о чем свидетельствуют в частности "Семейные книги" флорентийца Леона Баттиста Альберти...: "Врожденный талант флорентийцев вносить всюду расчет и подводить итоги своим действиям сказывается в торговых книгах того времени, сельскохозяйственных записях и, наконец, в тех счетах, которые они вели даже в домашнем быту; во всем этом они опередили прочих европейцев XV века"» [см. 5].

В сфере общественной жизни главными принципами становятся обновление, рост, прогресс; меняется характер взаимоотношений между людьми, между личностью и социумом. Бурное развитие техногенной цивилизации мобилизует творческий потенциал отдельного, свободного индивида, что требует большей степени автономии по отношению к социальной группе, чем ранее. Таким образом, независимость статуса индивида от его социального происхождения становятся одним из основных принципов общественной жизни.

Отметим, что в становлении техногенной цивилизации исключительно важная роль принадлежит Реформации. Специфическое для протестантизма понимание веры и знания как принципиально разных сфер, предполагало, что Бог трансцендентен и представляет собой предмет исключительно области веры. Что же касается области знания, то она есть сфера применения разума и ограничивается миром природы («земных вещей»). «Предоставив дело спасения души "одной лишь вере", протестантизм тем самым вытолкнул разум на поприще мирской практической деятельности - ремесла, хозяйства, политики. Применение разума в практической сфере тем более поощрялось, что сама эта сфера, с точки зрения

реформаторов, приобретает особо важное значение: труд выступает теперь как своего рода мирская аскеза, поскольку монашескую аскезу протестантизм не принимает. Отсюда уважение к любому труду - как крестьянскому, так и ремесленному, как деятельности землекопа, так и деятельности предпринимателя. Этим объясняется характерное для протестантов признание особой ценности технических и научных изобретений, всевозможных усовершенствований, которые способствуют облегчению труда и стимулируют материальный прогресс» [см. 5]. Таким образом, на заре техногенной цивилизации прогресс науки, техники, технологий, создание принципиально нового становятся приоритетными направлениями общественного развития. Более того, в это время был сформирован специфический стиль мышления и жизненной стратегии – сциентизм, который до сих пор определяет социокультурный облик европейской цивилизации.

Итак, теперь попытаемся выявить основные элементы системы ценностей техногенной цивилизации, представляющей новоевропейскую культуру. Отметим, что предлагаемая нами аксиологическая модель не претендует на полноту и открыта для дополнений и уточнений, однако, всё же, отражает те фундаментальные ценностные ориентиры, которые характерны для западного мира и отражают особенности его мировоззрения и по сей день.

Итак фундаментальными ценностями техногенного цивилизационного развития выступают:

- человек как венец творения, он уникален и самоценен, стоит на высшем уровне иерархии живых существ;
- человек как личность-субъект, имеющий сверхприродный статус, статус абсолютной данности в его оппозиции к миру-объекту;
- разум (в мире господствует разумное начало, оно – источник и предпосылка всякой целесообразной деятельности; приоритет разума над чувствами в процессе отыскания истины [что является главной целью познания]);
- истинное знание, не нуждающееся в этике (основой этики считалось рациональное обоснование)
 - высокий статус научной рациональности;
 - просвещённость (обладание знанием);
 - прогресс (науки, техники, технологий и т.д.) как имманентный закон природы;
 - автономия личности, развитие индивидуального начала в человеке – ценность «Я» (персонализм);
- труд и творчество как новация (создание принципиально нового, постоянная генерация новых идей, концепций и т.д.);
- активная деятельность и преобразование, направленные на покорение природы, представляющей собой неорганическую, упорядоченную, закономерно устроенную сферу, универсальную и единую для всех, «объективную» реальность, устроенную в соответствии с неизменными «законами природы». Законы природы доступны рациональному познанию. Более того, разумное существо, способно осуществить свою власть над всеми процессами и объектами в мире, поставив их под свой контроль (основа – классическая эпистемологическая S-O оппозиция);
- власть;

- соблюдение прав;
- свобода;
- воля;
- уважение;
- материальный достаток и престиж;
- личный успех.

Что нового в этот список внёс XX век? Ответ прост: ценности «обладания» вещью «здесь и сейчас», комфорта, материального достатка, престижа и информации. Наряду с массовым производством возникло массовое потребление, спроецировавшее процессы стандартизации и нивелирования на все сферы жизни. В результате возникла массовая культура с ее одинаковыми стереотипами, вкусами, привычками, образом мышления, поведения и т.д. Если на заре становления новоевропейской культуры человеческая деятельность была направлена вовне, на преобразование внешнего мира, плоды которого мы пожинаем сегодня, то сейчас, впервые в истории, она ориентируется и на внутренний мир человека, что реализуется в виде различного рода манипуляций. Таким образом, в современную эпоху, в условиях антропологического кризиса техногенной цивилизации как никогда становится актуальной ценность здоровья как биологического, так и психологического и в целом - духовного.

Очевидно, что в XX столетии информация приобрела колоссально важное значение: она стала основным средством и инструментом управления. Более того, на наших глазах произошёл переход от традиционной словесно - книжно - письменной формы передачи информации к аудиовизуальной коммуникации. «На глазах одного поколения произошел слом формировавшейся в течение нескольких столетий медиаимперии, основанной на письме и чтении. Взамен искусства влиять на поведение людей понятиями и рациональными аргументами сложилась иная техника, основанная на образах. В современных масс-медиа все большее место занимают иллюстрации и картинки, и постепенно главным источником удовлетворения потребности в информации и эстетических ценностях становится голубой экран. Культура интерпретации и понимания письменных текстов стала стремительно закатываться. Наши дети уже не так охотно читают книги и гораздо больше времени проводят за телевизором» [6, с. 62]. Можно сказать, что СМИ перестают быть средством: скорее то, что инициируется ими и совершается вокруг них, превращается в средство. Приобщение к масс-медиа является для современного человека одним из основных, необходимых условий интеграции в глобализирующуюся, динамично изменяющуюся жизнь социума. Не только досуг и потребление, но процесс и управления обществом становятся медиа-процессами (например, трансляция предвыборных кампаний по радио и телевидению).

Подобная ситуация, является признаком трансформации прежней системы ценностей и, несомненно, требует от человечества культивирования новых способностей для ориентации в мире образов, для противостояния кризису субъективности, виртуализации нашего «Я», вытеснению подлинной культуры массовой.

Очевидно, что сегодня мы переживаем аксиологический кризис, время коренной ломки классических ценностных ориентаций, трансформации ценностного сознания и формирования новых ценностей. Но способны ли они заменить традиционные ценности? Вряд ли. Хотя бы потому, что последние складывались веками, они проверены временем, а появляющиеся на наших глазах ценностные ориентации являются очередным суррогатом массового общества. Одна из основных его характеристик – ориентация на получение от жизни как можно большего, любой ценой, «здесь» и «сейчас». Появление массового общества многие исследователи датируют второй половиной XX века. Его широкое распространение связывают с тем, что наряду с массовым производством возникло массовое потребление [7, с. 449], которое, как писалось выше, спроецировало процессы стандартизации и нивелирования с производства на все сферы жизни, и «массам стало доступным то, что раньше было уделом лишь небольшой группы общества, увеличивается средний слой населения» [7, с. 450]. Как всякое изменение в обществе омассовление несет в себе множество проблем и противоречий, которые требуют разрешения. Одна из самых страшных, на наш взгляд, заключается в том, что господство массы таит в себе опасность манипулирования сознанием человека.

Разворачивающийся на наших глазах аксиологический кризис коснулся:

1) социальной сферы

- разрушение традиционных семейных устоев, способствующее кризису самого института семьи (отношения послушания, почитания, уважения старших вытеснены из современной жизни и заменены активным противостоянием авторитету взрослых, педагогов; потребительское отношение к жизни, связанное с культом материального благополучия, жизненного успеха, профессионального и общественного роста привели к катастрофическому падению престижа материнства и отцовства; изменено отношение к феномену брака как к священному, нерасторжимому, основанному на верности союзу; потеря самими родителями традиционных нравственных ориентиров препятствует подлинно духовному воспитанию детей; нарушены родовые и семейные связи между поколениями; трансформировалось традиционное понимание семейного воспитания, связанное с культивированием чувства ответственности перед семьей, обществом, нацией, государством и т.д. Все перечисленные признаки говорят о неустойчивости семьи не только как социального института, связанного с невыполнением функций рождения и социализации детей, но и о кризисном состоянии семьи как духовно-практического микромира, характеризующегося деградацией нравственного воспитания;

- проблемы в области образования (тотальная унификация знаний > изменение отношения к обучению > массовая безграмотность; появление частных образовательных структур, не соответствующих научному уровню, коррупция и т.д.);

2) политической

- общие для всех законы теряют свою силу в том случае, когда речь идет об интересах господствующей политической и экономической элиты и тем самым действует двойная мораль и двойное право: для управляющих - «своих» и

управляемых - «чужих»); навязываемая западным миром глобалистская идеология ориентирована на нивелирование ценностей локальных культур, что способствует обезличиванию и унификации, даже вырождению последних в этнографическую массу - население);

3) культурной

- отказ от традиционных ценностей Истины, Добра и Красоты во многих сферах духовного производства, которое теперь представляет собой лишь производство и трансляцию избыточной информации, перестаёт выполнять культуротворческую миссию [массовая культура, философия постмодернизма, образцы «скандала в искусстве», поставангардизм и др.]];

4) научной

- конструирование природы живого, в т. ч. и природы человека методами генной инженерии, создание техноценозов, технологий манипулирования человеком, средств массового уничтожения и т.д.

Динамическое развитие техногенной цивилизации, связанное с постепенным процессом демократизации и либерализации общественной жизни, техническим оснащением основных производственных процессов, появлением новейших технологий и самой сферы электронной коммуникации привели к формированию массового общества потребления, ориентированного на достижение комфорта. В таком обществе триединство культурных ценностей Истины, Добра и Красоты утратило свой прежний элитарный статус и сменилось ценностями вещей¹ (и не только!), приносящих удовольствие. Подлинная культура как сфера самовыявления сущностных духовных характеристик человека сменилась массовой культурой, пронизанной «дионисийской волей к жизни», оказывающей влияние на «человека толпы». Само появление массовой культуры - неотъемлемый признак современного процесса глобализации, в рамках которого оказывается возможным создание особых условий для зарождения и существования феномена подобного рода. Массовая культура создаётся и тиражируется посредством выокоразвитой и высокооснащённой, соответствующей современному этапу развития техногенной цивилизации, технико-технологической индустрии производства и воспроизводства информации. Несомненно, благодаря этим технологиям она предоставила человеку возможность узнать то, чего он ранее не мог знать по причине ограниченности физическими условиями. Но, изменив его представление о пространственно-временных связях, она открыла особый плюралистический взгляд на мир как на простую сумму отдельных друг от друга, не связанных между собой картин. Массовая культура не способна сказать о мире в целом: у неё нет на это духовного ресурса, методы её примитивны и одномерны. Этим она и отличается от подлинной культуры, которую использует в коммерческих целях. Таким образом, массовая культура представляет собой «некий псевдокультурный феномен, некий культурный паразит, использующий формы и технологии культуры в прямо

¹ В смысле обладания вещами

противоположных² целях» [8, с. 28]. Она покоится на бездуховных основаниях: её фундамент – потребительство. В ней реализуется уже хорошо знакомое нам манипулятивное, субъект-объектное отношение к миру, характерное для техногенного развития в целом. Именно по этой причине массовая культура была предметом многолетней критики различных исследователей (Т. Адорно, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, Х. Ортега-и-Гассет и др). К примеру, британский социолог Д. Маккуэйл рассматривает её в качестве феномена, для которого характерны такие черты, как: нетрадиционность, заключающаяся в противоположности традиционной культуре, неэлитарность, популярность, массовость производства, коммерциализованность и гомогенность [9, с. 70]. А. Б. Гофман подчёркивает, что массовая культура – это особое состояние культуры, характеризующееся процессом распада её содержательных уровней и выражающее всеобщий кризис общества. Функционируя, она часто принимает формальный характер, лишается сущностного содержания (например - традиционных ценностей) [10, с. 88]. Некоторые исследователи, например, Д. Белл и Г. Маркова [см. 11], определяют массовую культуру в качестве явления, отражающего особенности механизма производства и воспроизводства культурных ценностей в обществе способа организации обыденного сознания в информационном обществе, особой знаково-символической системой, языком, помощи которого члены информационного общества достигают взаимопонимания. Она создаёт условия для коммуникации на массовом уровне между полноправными членами постиндустриального общества высокой специализации (узкими специалистами) и интегрированным в него [общество] «частичным», нецелостным человеком.

Проникая во все сферы жизни современного общества, массовая культура формирует собственное семиотическое пространство, смыслы которого не только примитивны, одномерны, но и неустойчивы (например, в рекламе как одном из явлений массовой культуры очень часто происходит подмена одного смысла другим: «Современная реклама, – пишет А. Левинсон, – всегда метафора плюс гэг, интрига плюс многомерность, разворачивание смысла в нескольких планах, языках одновременно, игра слов и самостоятельная игра визуальных символов» [12, с. 113]. Более того, она способна создать некий ценностно-идеологический код: постулировать определённый стандарт мышления, поведения и т.д. С этой точки зрения, описываемый нами феномен массовой культуры можно связать с растущим в современной техногенной цивилизации аксиологическим кризисом, чувством неукоренённости человека, с его отказом от долгосрочных перспектив, замкнутостью в мире потребительских, «сиюминутных» ценностей, формированию «мифа счастья». Массовая культура включена в систему современных рыночных отношений, степень развития которых позволяет говорить о формировании и прочном установлении потребительского образа жизни в социуме. В подобной ситуации складывается новый тип социальных связей - «производитель-потребитель». На предлагаемых к потреблению товарах и услугах изначально акцентируется особый позитивный смысл, значение и результат – они

² В отличие от подлинной культуры

преподносятся в качестве эквивалента успеха, престижа, гарантированного достижения каких-то конкретных поставленных человеком для себя целей. Причём, зачастую, эти цели ставит перед собой не потребитель, а производитель – он их умело навязывает, как бы «открывает» глаза на ту или иную проблему, которой в действительности может и не существовать, или вещь, которая раньше не выступала предметом особого интереса для попавшего на подобную уловку человека. Стимуляция потребительского интереса и повышение символической ценности продукта, осуществляемые при помощи технологий рекламы, способствуют повышению ценности этого продукта в экономическом поле, т.е. увеличению прибыли от его сбыта. «Идеология “потребительства” способна создать у человека иллюзию удовлетворения его высших потребностей за счет товаров-символов, рекламной альтруистической заботы, или же предложения ему готовых клише его “индивидуальности”. Количество товаров и ассортимент растут, поэтому “престижный” образ жизни превращается в погоню за новым, лучшим, модным...» [13, с. 169].

Выводы. Система ценностей техногенной цивилизации, основанная на рационально-технологическом способе мироотношения, «эволюционировавшая» за несколько столетий в аксиологический кризис как одну из составляющих антропологического кризиса, в начале XXI века с очевидностью обнаружила свою неуниверсальность и, в связи с этим, нуждается в философской рефлексии, переосмыслении и переориентации для формирования принципиально нового, субъект-субъектного, неманипулятивного, гармоничного отношения человека к миру, другому и самому себе.

Список литературы

1. Дилигенский Г. «Конец истории» или смена цивилизаций? Г. Дилигенский // Цивилизации. - М.: Наука, 1993. – Вып. 2. – С. 61-79.
2. Лисовский В.Т. Тугариновские чтения / В.Т. Лисовский [мат. науч. сесс.]. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2000. - Выпуск 1. – С.40-44. – (Серия «Мыслители»).
3. Белл Д. Культурные противоречия капитализма (фрагмент из книги) / Д. Белл // Этическая мысль: Научно-публицистические чтения. – М., 1990. – С. 243-246.
4. Степин В.С. Научная картина мира в культуре техногенной цивилизации / В.С. Степин, Л.Ф. Кузнецова. - М.: ИФ РАН, 1994. – 274 с.
5. Гайденок П.П. История новоевропейской философии в её связи с наукой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/>
6. Марков Б.В. Проблема человека в эпоху масс-медиа / Б.В. Марков // Перспективы человека в глобализирующемся мире. - СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2003. – С. 62-84.
7. Хевеши М.А. Человек в толпе/ М.А. Хевеши // Философия человека: Сб. науч. трудов. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2004. – С. 439-456.
8. Лазарев Ф.В. Вселенная культуры: стратегемы и ценности / Ф.В. Лазарев, Брюс А. Литтл. – Симферополь: СОНАТ, 2005. – 192 с.
9. Савельева И.Г. Массовая культура и масс-медиа в современном обществе: перспективы развития / И.Г. Савельева // Тонус. - 1996. – № 1. – С. 67 - 74. – (Научно-публицистический альманах факультета журналистики, социологии и психологии Казанского государственного университета).

10. Гофман А. Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман [Труды / Ин-т социологии РАН] – М.: Наука, 1994. – 160 с.
11. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл; [пер. с англ. В. Иноземцева]. – М.:ИФ РАН, 1993. – 250 с.
12. Левинсон А. Заметки по социологии и антропологии рекламы / А. Левинсон // Новое литературное обозрение. – 1996. – №22. – С.113-114.
13. Сахно Е.Г. Власть потребления и кризис социализации / Е.Г. Сахно // Социальный кризис и социальная катастрофа: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. – С.167-172.

Ильянович К. Б. Фундаментальні цінності техногенного цивілізаційного розвитку

Стаття присвячена аналізу специфіки системи цінностей, яка складалася протягом кількох сторіч соціокультурного розвитку техногенної техногенної цивілізації. Підкреслюється, що в сучасну епоху людство переживає аксіологічну кризу, яка є одним з аспектів антропологічної.

Ключові слова: цінність, людина, техногенна цивілізація, криза.

Ilyanovich K.B. Fundamental values of technogenic civilization's development

The article is devoted to the analysis of specificity of system of values which was folded during a few centuries of social and cultural technogenic civilization's development. It is emphasized, that in present time the mankind experiences the crisis of values which is one of aspects of anthropological.

Keywords: value, the person, technogenic civilization, crisis.

Поступило в редакцію 13. 01.2009