

Н. В. Романова

Луганск, Украина

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРОТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: культура, культуротворческая деятельность, ценности, массовая культура, элитарная культура.

АННОТАЦИЯ: В статье рассматривается культуротворческая деятельность как специфическая форма культурной практики, направленная на порождение ценностных доминант в системе определенного антропологического типа. Рассмотрена аксиология классического культуротворчества, проанализирована специфика культуротворческой деятельности в современной социокультурной системе.

N. V. Romanova

Lugansk, Ukraine

SPECIFIC OF MODERN CULTURE-CREATION ACTIVITY

KEY WORDS: culture, culture-creation activity, values, mass culture, elite culture.

ABSTRACT: The article deals with the culture-creation activity as specific form of cultural practice, which is focused on creation valuable dominants in the system of certain anthropological type. In the research the axiology of a classical culture-creation is considered, specifics of culture-creation activity in modern sociocultural system are analyzed.

Процессы культуротворчества в современном мире сущностно определены нестабильностью, постоянными изменениями и кризисами. Поскольку постмодернистское мировоззрение отождествляет культурные формы со знаково-символическими, творчество в системе культуры понимается как создания новых знаковых форм, отличающихся от предыдущих в основном количественно, а не качественно. Всевозрастающие потоки информации, с одной стороны, усложняют культурное самоопределения, предлагая множество форм социокультурной деятельности, а, с другой стороны, унифицируют и стандартизируют эту деятельность, поскольку регулятивно-манипулятивные стратегии СМИ ориентируются на впечатляющие, шокирующие, экспрессивные и т.п. информационные явления, гомогенизируя их структуру от программ новостей до обсуждения политических событий.

Трансформация аксиологической системы культуры в условиях интенсивных процессов глобализации сопровожда-

ется значительным влиянием масс-медиа на формировании ценностных ориентаций общества. Негативные последствия этого влияния можно увидеть уже сейчас: «мозаичность» и фрагментарность индивидуального сознания, редуцирование представлений к простейшим формам восприятия, массовое потребление, замена реальных ценностей жизни виртуальными. Целью статьи является рассмотрение особенностей современной культуротворческой деятельности и ее основных форм.

Общество как система не возможна без деятельности, основанием которой является культурное наследование, а вхождение человека в социум конституировано культуротворческой деятельностью. Каждый индивид, социализируясь и воссоздавая культуру социума через свою активность, воссоздает ее по-своему, создает новую вариацию наследования [5. С. 213-221]. Однако эта вариация представляет собой депривацию, отклонение от культурных моделей (норм, правил, ритуалов), совокупность которых и составляет основу

культурной системы общества. Является ли значимой для общества исключительно только сама модель и ее ценностные формы или обладают значимостью так же и сами отклонения от этой модели – это определяется доминирующим в обществе типом культуротворческой деятельности.

Исторический тип культуротворчества манифестирует себя в системе определенного антропологического типа, выступающего как высшая моделирующая система в структуре ценностных ориентаций [6. С. 333-360]. Идеал человека системно определяет собой направленность (вектор) социокультурной деятельности, дифференцируясь на частные ценности в зависимости от предметных областей этой деятельности, а социокультурная деятельность, в свою очередь, представляет собой создание человека – социально адаптированного индивида, которой включен в ту или иную систему ценностей. Наиболее общими типами ценностных ориентаций культурно-интегративного характера, на наш взгляд, являются ценностные ориентации двух культурных надсистем: традиционной и инновационно-креативной (новаторской) [8. С. 73-76].

Ценностные ориентации в системе традиционной культуры формируются вокруг рекурсивного воспроизведения культурных моделей. Высший антропологический тип здесь – это человек, который полностью остается в пределах культурного канона общества и не противопоставляет свои индивидуальные ценности ценностям коллектива. Общей ценностной ориентацией, характерной для обществ с выраженной традиционной культуротворческой деятельностью (архаического, древневосточного, античного и средневекового), является реализация культурных моделей посредством традиционного воспроизведения традиционного содержания. Культура в традиционном обществе полностью зависит от традиции как принципа культурогенеза, а субъект культуротворчества в ней является деперсонифицированным и представляет собой весь существующий социум, бессознательно и сознательно соотнося девиации своего индиви-

дуального воспроизведения культурных моделей к традиционным формам. Поэтому для традиционных культур в первую очередь значимыми являются не индивидуалистские (персоналистические), а социальные ценностные ориентации. Представления о мире и обществе в традиционной культуре в первую очередь репрезентируются через мифологически-религиозный дискурс, который легитимирует традиционное воспроизводство культуры и выступает как основная форма выражения ценностных ориентаций.

Однако уже в рамках традиционной культуры образуется такое отношение к ценности культурных моделей, которое концентрирует не на наследовании традициям, а на интерпретации традиции, творческого (новаторского) отношения к ней. Эта ценностная ориентация наиболее проявила себя в античности, когда в полисах Древней Греции возникает понимание ценности творчества, а творчество легитимируется как традиционный феномен. Однако следует подчеркнуть, что даже творческий характер культурных артефактов античности определен традиционной мифологической картиной мира и конституирован традиционными ритуалами. Интерпретация здесь важна, но важна она не сама по себе, а именно как интерпретация традиции, ее реактуализация, переосмысление ее традиционной ценности в новых условиях. Сакрально-ритуальное повторение мифа здесь превращается в социально-ритуальное. Ярким примером этого может быть античный театр, возникший из ритуальных праздников (дионисийских мистерий).

Творчество как самоценный, независимый от традиции феномен, выходит на первый план в структуре инновационно-креативной культуры. Общей ценностной ориентацией, характерной для обществ с инновационно-креативной культурой (ренессансного, нововременного и современного) и является само творчество, то есть стремление к созданию новых техник, форм деятельности и поведения, к кардинальным преобразованиям общественного и естественного бытия, уникаль-

ной и неповторимой индивидуальности. В этой системе ценностных ориентаций формируется и развивается индивидуализм и персонализм, манифестирующие себя в создании субъективных ценностей, личных ценностных ориентаций. Высшим антропологическим типом является в данной культуре человек индивидуальный (уникальная личность), а для аксиологической репрезентации представлений о мире в первую очередь используются политический, художественный и научный дискурсы. Интерпретация фундируется уже не традицией, а преодолением традиций, а переосмысление как реактуализация традиционных тем сменяется преобразованием как созданием новых тем. Однако такой критерий творчества в культуротворческой деятельности постепенно приводит к формальной экспликации и манифестации ценностей инновационно-креативной культуры, поскольку содержательно культуротворчество не может не осуществляться как опирающаяся на традиции (в том числе и в отрицании этих традиций) деятельность. Творчество как одна из традиционных форм общества возможна лишь в том случае, если общество придерживается традиций, однако творчество, которое зиждется на отрицании традиций, противоречит своей социальной сущности. Соответствующая этому противоречию формализация культуротворчества (сведение к формальным, структурным новациям) приводит к кризису, который характерен для ценностной ориентации современной культуры.

Специфика современной культуротворческой деятельности заключается в том, что в ее основании лежит всеобъемлющий кризис аксиологии инновационно-креативной культуры: кризис рациональных, индивидуальных и креативных ценностей, выразившийся в появлении примитивной массовой культуры и противостоящей ей излишне усложненной и зачастую бессмысленной элитарной культуры [7. С. 110-129], распаде и негации классических социальных институтов [19. С. 9-194] и возникновении глобальных проблем человечества [16. С. 687-688; 17]. Как от-

мечает И. Бестужев-Лада: «Культура теряет свое рациональное, конструктивное, полезное для общества значение, превращается в антикультуру, иррациональную, деструктивную, подталкивающую человечество к развернувшейся перед ним пропасти» [2. С. 29]. Основной формой кризиса инновационно-креативной культуры является деструкция ценности творчества, который привел к распаду культуры на массовую и элитарную [9. С. 50-60]. Базовые аксиологические характеристики как традиционного, так и креативного культуротворчества сохраняются, но на их фоне возникают массовая и элитарная культура, соответственно упрощая и усложняя ценностно-смысловые тезаурусы и культурные модели.

Массовая культура приходит на смену народной культуре, функционирующей вокруг традиций и через традиции. Массовая культура ориентируется не на индивидуальное уникальное творчество, а на процессы экстенсивного потребления, определенные модой и рыночными законами отношений между массовым спросом и соответствующим ему предложением. Это потребление определено средним массовым стандартом, рассчитанным на воздействие на как можно более широкие массы, и выступает одновременно и как возможность человека свободно удовлетворять свои потребности, выбирая из множества вариантов предложения, и как тотальное подчинение человека искусственно формируемым потребностям. Генеральным аксиологическим принципом массовой культуры является массовое стереотипное производства, и на основе его ценностных моделей формируются другие виды артефактов.

Современная массовая культура является специфически организованной индустрией культурного производства, артефакты которой циркулируют по каналам массовой коммуникации и предназначены для потребления миллионными людьми. Массовая культура обладает амбивалентной природой, поскольку, с одной стороны, позволяет ознакомиться с шедеврами высокой культуры и получить доступ к

высоким технологиям широким массам людей, а, с другой стороны, стандартизирует и примитивизирует восприятие этих масс с целью расширения возможностей потребления. И в первую очередь массовая культура активно воздействует на подсознательные пласты людской психики, стимулируя телесные и эгоистичные желания и инстинкты.

Сущность массовой культуры определяет и ее антропологический идеал – человека массового, потребляющего, одномерного. Эмоциональность у массового человека доминирует над рациональностью, на первое место выходит импульсивность, заменяя сдержанность, поскольку процесс потребления экстенсивнее, если человек руководствуется эмоциями, а не умом. Одномерность массового человека связана со стереотипностью его массовых ценностей и гиперболизацией его выхолащенной уникальности, фоном которой служат эти самые массовые бессодержательные ценности, а не сложные традиционные социальные и религиозные тезаурусы [14. С. 390-400].

Наряду с массовой культурой и элитарная культура представляет собой проявление кризиса креативных ценностей. Однако если массовая культура стремится стандартизировать и унифицировать содержание творчества, то элитарная культура скорее направлена на сверхусложнение творчества, на творчество ради творчества. Однако такая интенция разрушает содержательную ценность творчества, классическую аксиологию творения на основе образца и идеала, в результате чего сверхуникальность артефактов подобного творчество делает их просто-напросто бессмысленными: «Отныне нами правит пустота, однако такая пустота, которая не является ни трагической, ни апокалиптической» [11. С. 24].

Для элитарной культуры в аспекте культуротворчества характерно позиционирование объектов в неожиданном ценностно-смысловом контексте, постулируя такую «интерпретации» как обладающую неповторимым уникальным содержанием. При этом это содержание оформляется с

помощью новой, референциально усложненной семантики, которая требует от индивидов специальной подготовки и обширного культурного кругозора. Создавая особые культурные языки, доступные лишь узкому кругу избранных и призванные усложнить коммуникацию настолько, чтобы обыденное сознание оказалось в принципе неспособным адекватно декодифицировать язык элитарной культуры и расшифровать ее значения и ценности, элитарная культура апеллирует к избранному меньшинству своих субъектов, которые, в большинстве случаев выступают одновременно и как ее адресанты-творцы, и как ее адресаты-реципиенты, тем самым идеологически и коммуникативно противопоставляя себя масштабности массовой культуры. Опираясь подчеркнуто субъективными и отстраненными от обычной реальности интерпретациями повседневного и обыденного, представители элитарной культуры сводят освоение реальности к мысленному эксперименту над ней, что часто выражается в преобразовании реальности вместо ее отражения, деформации реальности вместо подражания и домысливания содержания вместо его осмысления. Для современной элитарной культуры особенно характерен личный эпатаж. Личность постулируется как настолько уникальная сущность, что ее не с чем сравнить, ее содержание невозможно уловить и помыслить. Но если невозможно логическое представление, то возможна интуитивная экспрессия, что и приводит к выражению уникальности посредством эпатажного поведения [18. С. 31-32].

Несмотря на противоречие между массовой и элитарной культурами, они обнаруживают свое единство в рамках системы ценностных ориентаций постмодерного общества: элитарная культура стремится к рецепции у масс, а массовая культура стремится использовать ее практики и артефакты для расширения своей сферы потребления. Постмодерный эклектизм характеризуется в аксиологическом отношении безразличием и всеядностью к форме и содержанию, поскольку для постмодерного сознания ценным является

все. Основным методом творчества становится синтез и стилизация, а основными культурными формами распространения ценностных моделей и артефактов как массовой, так и элитарной культур становятся средства массовой информации, в первую очередь выражающие себя в массовом тиражировании. Стирая грань между копией и оригиналом, массовое тиражирование нивелируют творческую ценность культурных артефактов, в первую очередь – художественную ценность произведений искусства [3]. Ряд исследователей прямо отождествляет массовую культуру со средствами массовой информации, поскольку она невозможна без СМИ, а сами СМИ формируют соответствующее им общественное сознание и влияют на характер и содержание коммуникаций в обществе [10; 13]. Информационные медиа формируют культурное пространство таким образом, что культуротворчество невозможно без использования этих медиа: «реципиент, открывающийся этому многоголосому потоку, сам превращается в продукт масскультуры. Взаимодействие между человеком и СМИ можно назвать субъект-объектным, где первый выступает пассивным объектом информационного воздействия, в то время как вторые являются активными субъектами (интерактивные СМИ, виртуальная реальность). И даже самые аскетичные представители современного общества, принципиально ограждающие себя от влияний масс-медиа, не способны в полной мере избежать последних. Не зря Ж. Бодрийяр, учитывая всепроникаемость СМИ, наделяет их вирусной силой и вирулентной заразительностью; они испускают излучение, сравнимое с облучением тел в Хиросиме, но это излучение со знаками, образами, программами, сетями, информация теперь – не знание, а то, что заставляет знать» [7. С. 235].

В современном мире СМИ не только являются необходимым каналом для передачи информации, но и создают эту информацию и окружающий ее контекст, т.е. создают ценности, которые выгодны именно СМИ. Как отмечает Н. Болыц,

«вследствие того, что наши знания о реальности опосредствованы СМИ, стало нелепо отличать отображение от отображенного явления... Чем является тот или другой политик или событие – это вообще возможно понять лишь в их инсценировке. Реально происходящее становится общественным событием только через свое медийное отображение» [20. С. 26].

Формирование ценностей посредством СМИ используется информационно-финансовым тоталитаризмом. Например, правящая элита является монополистом на наиболее весомые электронные масс-медиа и информационные агентства, что позволяет эффективно использовать СМИ в целях формирования массового настроения, а также осуществлять телевизионный террор, особенно за счет навязчивой и бездуховной рекламы. Влияние информационной власти на формирование ценностей не ограничивается индивидуальным влиянием, он также осуществляется за счет социальных и групповых механизмов. Как указывает Н. Луман, в современном обществе, в отличие от традиционного, «именно СМИ генерируют социальную память и придают социальное значение происходящим событиям. Именно этим они программируют не только настоящее, но и будущее» [12. С. 174].

Понятно, что без постоянного информационного взаимодействия полноценное развитие человека и нормальное функционирование социальных групп и общества в целом невозможны, но при этом следует помнить, что информационно-коммуникативные процессы могут представлять реальную угрозу для развития личности и общества. В традиционных культурах иерархия ценностей формирует относительно однозначную картину мира, которая дает четкие жизненные ориентиры и стабильное понимание смысла жизни, чем, например, и объясняется привлекательность традиционных ценностей в современном информационном обществе, переживающим кризис, как экономический, так и культурный. Инновационно-креативная культура в определенном смысле так же репрезентирует однознач-

ную картину мира, однако это динамическая картина мира, которая предполагает возможность изменения культурных моделей и отказ от ценностной иерархии социальных явлений в пользу сетевого принципа ценностной организации социального пространства [15. С. 208].

Эффективная творческая деятельность в современных условиях уже немыслима без СМИ, поскольку вне современных технологических систем коммуникации невозможны ни согласованность действий масс, ни формирование единых идеологических и мировоззренческих установок, ни приобщение к новейшим достижениям науки. Несомненно, информационное влияние СМИ несет в себе много плюсов, преимуществ, новых возможностей, как для отдельных индивидов, так и для общества в целом. Но вместе с тем информационное влияние СМИ имеет и ряд негативных моментов (масовизация и унификация культуры, замена коллективных ценностей эгоистическими гедонистическими ценностями и пропаганда основанных на них моделей поведения, управление общественным сознанием с целью ориентации его на примитивные нормы и ценности и т.п.). Следует особенно отметить, что деятельность информационных масс-медиа проблематизирует постижение реальности, предоставляя в первую очередь ее виртуальную копию: «Индивидуальное сознание, попадая в информационный мир, оказывается как бы в зеркальном зале, стены, пол и потолок которого отражают друг друга и теряющиеся внешние воздействия столь причудливо, бесконечно и разнообразно, что лишают наблюдателя чувства реальности – и, соответственно, целого ряда иных связанных с этим чувством качеств, включая ответственность. Он начинает соотносить себя уже не с реальностью, но преимущественно (и в этом качественное отличие информационного мира от обычной ситуации!) с господствующими в его окружении мнениями об этой реальности» [4. С. 62-63].

Информационные масс-медиа радикально преобразуют как общество в целом,

так и процессы культуротворческой деятельности в частности. Существенно расширяя континуум общения, содействуя демократизации общественной жизни посредством масштабного освещения события и доступности информации, СМИ (например, Интернет) открывает человеку невиданные прежде возможности самовыражения и творчества. Но при этом СМИ порождают и негативные эффекты в организации общества, самым серьезным из которых является трансформация информационных масс-медиа в орудие манипуляции массами.

Таким образом, для современной эпохи характерен в первую очередь кризис инновационно-креативного типа культуротворческой деятельности, который вызван как изменениями в общественной практике, так и в ценностном моделировании. При этом возвращение к традиционным ценностным моделям и тезаурусам является невозможным из-за фундаментальных изменений в социальном бытии. Современная динамика культуротворчества формируется на пересечении тройного ценностного моделирования: инновационно-креативного, основанного на преодолении традиционных ценностных ориентаций; масс-медиа, развивающегося на фоне кризиса инновационно-креативных ценностных ориентаций; традиционного, подвергающегося критике одновременно и инновационно-креативные, и масс-медиа ценностные ориентации. Однако при этом и традиционная, и инновационно-креативная системы ценностных ориентаций являются зависимыми от масс-медиа, поскольку для репрезентации своих аксиоматических тезаурусов используют СМИ, и тем самым вовлекаются в аксиологическое пространство массовых коммуникаций. Таким образом, именно медиа система СМИ представляет собой основную форму осуществления культуротворческой деятельности в пространстве современной культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева Е. Постмодернизм. Искусство второй половины XX – начала XXI века. – СПб.: Азбука-классика, 2007.
2. Бестужев-Лада И.В. Перспективы развития культуры в проблематике социального прогнозирования. – СПб.: ГУП, 1997.
3. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Учение о подобию. Медиаэстетические произведения. – М.: РГГУ, 2012.
4. Братимов О.В., Горский Ю.М., Делягин М.Г., Коваленко А.А. Практика глобализации: игры и правила новой эпохи. – М.: ИНФРА-М, 2000.
5. Воеводин А.П. Перформативные механизмы социальной регуляции / // Філософські дослідження. – Вип. № 12, Ч. 1.
6. Воеводин А.П. Эстетическая антропология. – Луганск: РИО ЛГУВД им. Э.А. Дидоренко, 2010.
7. Ильин А.Н. Субъект в массовой культуре современного общества потребления (на материале китч-культуры). – Омск: «Амфора», 2010.
8. Каган М.С. Введение в историю мировой культуры: В 2 кн. Кн. 1. – СПб.: Петрополис, 2003.
9. Каган М.С. И вновь о сущности человека // Отчуждение человека в перспективе глобализации мира. – СПб.: «Петрополис», 2001.
10. Крото Д, Хойнс У. Медиа и идеология // Контексты современности – II. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001. – С. 99-108.
11. Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. – СПб.: Владимир Даль, 2001 г.
12. Луман Н. Реальность массмедиа. – М.: Праксис, 2005.
13. Маккуэйл Д. Теория массовой коммуникации // Контексты современности – II. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001.
14. Маркузе Г. Одномерный человек: исследование идеологии развитого индустриального общества // Эрос и цивилизация. Одномерный человек: исследование идеологии развитого индустриального общества. – М.: АСТ, 2003.
15. Муза Д.Е. Информационное общество сквозь призму власти: НЕТО-кратия или новый тоталитаризм? // Філософські дослідження. – 2011. – Вип. 14.
16. Осборн Р. Цивилизация. Новая история Западного мира. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2008.
17. Ростошинский Е.Н. Культурология и глобальные проблемы современности // Формирование дисциплинарного пространства культурологии. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001.
18. Сарабьянов Д.В. Стиль модерн. – М.: Искусство, 1989.
19. Фукуяма Ф. Великий разрыв. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004.
20. Norbert V. Die neue Gesellschaft // Frankfurter Hilfe. – 1995. – Vol. 1.