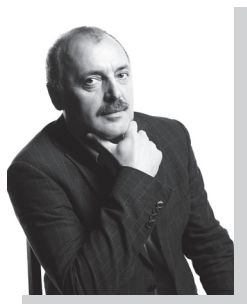


УДК 303.4

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ РЕАЛЬНОСТИ ПОСТСОВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА



Саранчин Юрий Константинович,

Уральский государственный экономический университет,
Зав. кафедрой философии,
доктор философских наук, профессор,
г. Екатеринбург, Россия.
E-mail: uks50@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматривается социокультурная реальность постсоветского общества как открытая система, которая раскрывается при помощи основных понятий синергетики; исследуется роль СМИ в формировании новых смыслов и культурных кодов.

Ключевые слова:

синергетика, бифуркация, флуктуация, аттракторы, самоорганизация социокультурной системы, гламур, антигламур.

В подвижной, развивающейся и многосложной системе социокультурной реальности постоянно происходит взаимодействие и взаимовлияние подсистем, автономных образований и индивидов – носителей социокультурных модификаций. Этот феномен социокультурных трансформаций можно объяснить с помощью синергетики, которая в настоящее время заняла место актуальной методологии в социально-гуманитарных науках. Принципы синергетики в качестве методологии используются в исторических науках (А.А. Штырбул, В.Б. Шепелева), философских науках (Г.И. Рузавин, А.Д. Урсул, С.В. Костарев), естественных науках (И.Р. Пригожин, Г. Хакен, С.П. Курдюмов).

Синергетические методы и категории («бифуркация», «аттрактор», «флуктуации») вошли в научный оборот историков, философов и культурологов и способствуют исследованию и описанию социокультурной реальности как единой

самоорганизующейся системы. Самоорганизация социокультурной реальности представляет собой процесс упорядочивания системы за счет внутренних факторов на фоне или в контексте воздействия на социокультурное пространство и общественное сознание внешней среды. Ядро – это внутренняя, центральная часть всей системы социокультурной реальности. В научной литературе ядром социокультурной реальности часто называют культурным кодом, включающим некоторые генетические пары или образования, характерные для конкретного культурно-исторического типа: традиции и поведенческие стереотипы; историческое и общественное сознание; эстетические каноны и этические нормы; религиозные и духовно-нравственные ценности; правовое и обыденное сознание и т. д.

Культурный код как система фундаментальных ценностей по-разному описывается в научных трудах: как парадигма, как способ мышления

эпохи, как ядро системы общества, как культурное ядро [1, 2, 3, 4]. При этом ядром культурного кода является определенная ценность, основополагающий принцип, который детерминирует другие явления и принципы. Система социокультурной реальности, состоящая из нескольких подсистем, множества разнонаправленных и различных частиц, тем не менее, едина и объединяет все подсистемы и частицы под действием определенного принципа, определяющего аксиологические основания жизнедеятельности общества. «Всякая великая культура есть не просто конгломерат разнообразных явлений, сосуществующих, но никак друг с другом не связанных, а есть единство, или индивидуальность, все составные части которого пронизаны одним основополагающим принципом и выражают одну, и главную, ценность» [5, с. 429].

Согласно классификации интегральных культурных сверхсистем Питирима Сорокина, существуют универсальные и всеобщие ценности для обществ различных культурно-исторических типов: идеациональный тип общества (фундаментальный принцип – единение, служение Богу, служение другим), чувственный тип общества (чувственная этика направлена на услаждение своих чувств, и это есть принцип эгоизма, максимального наслаждения ценностями материального мира) и идеалистический тип общества (синтез двух основных принципов и воплощение их в различных идеалах и ценностях общества). Динамика социокультурной реальности как системы происходит между двумя основополагающими принципами, идеальные типы которых были приведены выше. От сочетания этих двух сил зависят все остальные ценности, сферы культуры, социальные институты (семья, государство, религия и прочие).

Аттракторы как точки бифуркации внутри потоков негативных и позитивных очевидностей возникают в информационном пространстве на пересечении информационных потоков средств массовой информации (СМИ) одного из видов очевидностей, когда количество очевидностей того или другого характера переходит в определенное качество – социокультурный тренд определенной эпохи, включая культуру массового общества новейшей истории. В част-

ности, М.М. Бахтин пишет о «переворачивании» верха и низа в формах карнавальной, смеховой культуры.

Подобным образом средствами культуры через СМИ в 1990-е гг. осмеивалась «совковая» культура и возвышалась потребительская массовая культура (СМИ возрождают мещанскую, мелкобуржуазную массовую культуру), что приносит финансовые доходы олигархическим элитам, позволяющие им пользоваться плодами культурного высокого культурного наследия: замки, антиквариат для обихода, образование для детей, здоровое питание и образ жизни, др. Идеиные установки современного курса российских реформ при всей их кажущейся эклектичности в целом укладываются в рамки идеологии, определяемой как «либеральный фундаментализм». Она представлена в формуле: «Никакой идеологии, рынок все расставит по своим местам и приведет Россию к процветанию». Если вторая часть этой формулы провозглашает абсолютизацию рыночной идеологии, то первая подчеркивает, что никакой идеологии быть не должно. Отрицается не только коммунистическая идеология, но и любая другая нерыночная, в том числе христианская. Если Христос призывал изгнать торговцев из храма, то нынешнее чиновничество склонно превращать храм в рынок. На деле это означает утверждение идеологии главенства частного материального интереса над любыми прочими интересами.

При этом единство частиц системы предполагает внутреннюю сопротивляемость внешним воздействиям, определенную упругость, или, выражаясь языком синергетики, асимптотической устойчивостью. То есть, если социокультурная реальность пребывала в некотором устойчивом состоянии, притягивающим все частицы системы, то даже после внешнего воздействия, способного нарушить равновесие системы, она будет стремиться в первоначальное состояние. Социокультурная реальность, находящаяся под значительным влиянием внешней среды, обладает внутренней устойчивостью и при ослаблении факторов внешней среды возрождаются элементы автохтонного культурного кода.

Состояние разветвленности, выраженное в СМИ, точка бифуркации описана Е.Г. Ним,

которая охарактеризовала основные притягивающие аттракторы социокультурной реальности как «гламур» и «антигламур»: «Гламур можно смело назвать «парадигмой» современного российского телевидения. Он является не только содержанием многих развлекательных телешоу, но и формой отображения действительности в «серьезных» информационно-аналитических программах. Будучи демонстрацией изысканно-легкого, роскошного, беспроblemного существования, гламур стремится сгладить острые углы социальной жизни или эстетизировать их до неузнаваемости» [6, с. 89].

«Гламур» – это такое состояние системы, при котором происходит своеобразная модернизация умов, а не действительности. В этом состоянии культуры происходит виртуализация действительности и замещение ее негативных очевидностей красивыми «гламурными» виртуальными образами, транслируемыми в СМИ. «Гламур» призван отвлекать от настоящих проблем, «замыливать» и замещать их альтернативными развлекательными сюжетами. «Хроника происшествий – это факты, которые развлекают и отвлекают. Простейший принцип работы фокусников состоит в том, чтобы привлечь внимание к чему угодно, кроме того, что они на самом деле делают. Символическое действие телевидения частично – например, в том, что касается выпусков новостей – заключается в привлечении внимания к событиям потенциально интересным для всех, которые можно охарактеризовать как omnibus, т. е. для всех... Они способны заинтересовать всех, не затрагивая важных тем» [7, с. 31].

Противоположностью является аттрактор «антигламура», за которым стоит реальная модернизация как идея – восстановление и эволюция – разрушенных за годы реформ производств, важнейших социальных сфер – образования, науки, здравоохранения и т. д. Аттрактор «антигламура» как идея восстановления справедливости, духовных ценностей можно назвать современным проявлением идеалистического типа культуры.

Столкновение аттракторов, бифуркация социокультурной реальности проявляется в содержании СМИ, в котором под воздействием новой, внешней информации возрождаются

старые споры и дискуссии о значениях элементов культуры.

Если интерпретации в СМИ затрагивают значимые для общества элементы культурного кода или ядра социокультурной реальности, то возникают точки бифуркации (вилки, разветвления) в общественном сознании – общество разделяется во мнениях, оценках, способах аргументации различных точек зрения на определенные сюжеты истории и современной социокультурной реальности. Бифуркации общественного сознания – это разделение мнений (сносить или сохранить, модернизировать или реконструировать, перенести или оставить), образующие соответствующие аттракторы – области притяжения схожих оценок, проектов, предложений, мотиваций и аргументаций. В обществе и в культуре из множества различных мнений, проектов и предложений посредством их сближения по принципам сходства и аргументаций формируются определенные направления, траектории решения той или иной темы.

Сходство даже при определенных различиях в технологиях решения соединяет отдельные аттракторы в целенаправленные действия по сохранению и даже воспроизводству тех сфер, образцов и моделей культурной деятельности, которые доказали свою востребованность обществом. Такие совместные действия в различных областях социокультурной реальности и есть самоорганизация. При этом фактор СМИ имеет важнейшее синергетическое значение, так как именно СМИ инициируют обсуждение проблем и «раскручивают» общественное сознание на их обсуждение.

В содержании СМИ отражаются двусторонние процессы взаимодействия информации и социокультурной реальности. Информационные сюжеты и целенаправленные потоки отражают во многом желаемую и игровую, моделируемую и конструированную социокультурную реальность, широко используя образы и средства культуры, вызывая тем самым ассоциативное мышление и поддерживая доверие к информации ее потребителей. «Социальная память и описание мира являются главными «продуктами» деятельности СМИ. Это и есть реальность массмедиа,

в ее втором значении (первое значение — это реальность самих наблюдающих операций системы, вне которых она не существует). Общественная роль СМИ состоит даже не в передаче информации от знающего к незнающему, и не в культивировании социального конформизма. Их подлинная миссия — формирование фонового знания, «фоновой реальности», создающей предпосылки для всех последующих коммуникаций. Это некая основа повседневной жизни индивидов (как психических систем) и всего общества в целом» [8, с. 102].

Чтобы поддерживать доверие к себе, СМИ вынуждены, пусть дозированно и в интерпретациях, отражать и реальные событийность и повседневность, с которой люди в различной степени сталкиваются в жизни. Тем более, что многие подсистемы социокультурной реальности создают одинаковые трудности бедным и богатым, а точнее — людям разного достатка. Здравоохранение, образование, безопасность личной собственности и жизни своей и близких людей, недоброкачественные товары, транспортные проблемы и общее «неуютство» российского социокультурного пространства — одинаково чувствительны всем социальным слоям, сословиям, стратам, не зависимо от степени индивидуальной обустроенности и комфорта.

Таким образом, информационные средства являются индикатором развития всей системы социокультурной реальности. Они отражают столкновение негативных и позитивных очевидностей социокультурных реалий, интерпретаций исторических и геополитических событий, конкуренция личных и общественных интересов с учетом фактической раздробленности и неоднородности общества.

При этом технико-технологические возможности СМИ объективно обуславливают свободу субъекта СМИ — производителя и транслятора информации, которым является автор, авторский коллектив и финансовый заказчик. Иначе говоря, обилие СМИ, которое не способен воспринять и охватить никакой индивид, делает человека — потребителя информации свободным в ее выборе. Свобода потребителя реализуется в выборе ТВ-передач, печатных СМИ, альтернативных

носителей информации и так вплоть до личных комментариев и высказываний в собственном блоге, социальных сетях или иных СМИ. Человек свободен в выборе именно средств информации, которые существенно различаются по идеологической, политической и художественно-образной направленности. Иначе говоря, человек свободен в выборе СМИ в контексте той социокультурной парадигмы, которая близка и соответствует уровню и качеству его развития, образования, общекультурному потенциалу индивида, его ценностным приоритетам, эстетическому вкусу, этическим запросам, профессиональным потребностям и т. д.

В процессе самоорганизации системы сменяются циклы порядка и хаоса, в которых системы ценностей конкурируют с другими за доминирование в системе. Это приводит к хаосу во мнениях и значениях, в самых разных областях социокультурной реальности, включая науку, искусство, религию, эзотерику и т. п. Поэтому в годы перемен, конкуренции значений, проявляется множество конкурирующих идеологий.

Хаос мнений, в свою очередь, сменяется порядком, доминированием какой-то ценностной системы. Любые проявления хаоса в культурно-историческом процессе как в сложной системе — революция, перестройка и т. п., согласно законам самоорганизации, неизбежно упорядочиваются со временем.

Сегодня конкуренция ценностных смыслов явно присутствует в социокультурной реальности, в ее подсистемах и частицах. Конкуренция ценностных смыслов видна и в интерпретациях, выражаемых в виртуальной реальности СМИ.

Ностальгию вызывает и разница между настраиваниями в обществе советском в сравнении с настоящим. В СССР пропагандировались идеалы доброты и справедливости, в широких слоях общества царил дух коллективизма, товарищеского отношения друг к другу. Данная ситуация противоположна современным социальным реалиям, в которых царит безнравственность, дух потребительства и индивидуализма (человек человеку волк). Поэтому у людей, выросших в СССР и ностальгирующих по этому государству, вызывают недовольство попытки исказить прошлое

и принизить те идеалы и ценности, на которых они выросли. Возникает обратный процесс – отторжение идей и ценностей либерализма, демократии и правового государства.

Именно в такой конкуренции значений, в спорах знатоков и ученых, свидетелей и обывателей происходит развитие социокультурной реальности, которая отбрасывает одни устаревшие и ненужные знаки и образы, восстанавливает смыслы и значения прежних и признает необходимость других – уже новых смыслов и ценностей. Происходит самоорганизация системы социокультурной реальности, которая едина, но «бурлит» флуктуациями, отклонениями, поисками новых средств и форм художественного выражения ценностных трансформаций, сопротивляется или приспособляется к внешним вызовам. Флуктуации, иногда локально затухая, а иногда глобально и стихийно распространяются в общественном мнении, и новая идеология распространяется на всю систему и становится доминирующей.

Конкуренция моделей социокультурной реальности в виде диалогов в виртуальной реальности СМИ отражает существующий запрос общества на обсуждение актуальных проблем текущей повседневности и выявления социокультурных доминант. Общество требует другого содержания СМИ, где были бы представлены различные интерпретации событий и образов. Общество заинтересовано в новых произведениях, книгах и фильмах, в которых отражались бы интересы и ценности, реальные коллизии жизни и прогнозистика перехода социокультурных стихий к упорядоченной стабильности, главной ценностью которой должны быть человек и защищенность его жизни.

Синергетический процесс изменения социокультурного содержания (отраженный в СМИ), с одной стороны, направлен «снизу», со стороны простого зрителя и гражданина, как упорядочение и отторжение культурных ценностей или принятие этих ценностей в качестве базовых.

С другой стороны, самоорганизация проявляется в виде процесса изменения социокультурного пространства «сверху», со стороны институтов власти, предпринимателей и других представителей элиты, которые по-своему ищут способы и ответов на этот запрос.

Современный запрос российского общества на переосмысление ценностных значений чувствуют даже иностранные мыслители, не находящиеся внутри системы. В журнале «Эксперт» за 27 декабря 2010 года опубликована статья И. Валлерстайна, который считает, что российскому народу сегодня не хватает чувства гордости» [9].

Подобным образом и после революции в 1930-е годы происходила реабилитация русского народа, возрождение памяти национальных героев – полководцев, мыслителей, писателей и т. д. В. Р. Мединский предложил вспомнить «целую серию талантливых художественных фильмов, «вдруг» вышедших на советский экран в конце 1930–40-х годов: «Александр Невский», «Адмирал Нахимов», «Адмирал Ушаков», «Кутузов», «Суворов»! Прекрасно скроенные талантливые (а в случае с «Александром Невским» – гениальные!) произведения уверенно утверждали новые положительные мифы о выдающихся государственных и военных деятелях дореволюционной России» [10, с. 206].

Запросы общества «удовлетворяются» через современную модернизацию культурных форм и содержательных смыслов культуры и отражают этот процесс. При этом большая социокультурная и цивилизационная система движется «по инерции», и содержание в частицах изменяется постепенно, не «вдруг». Один из запросов общества уже возвращается в виде процессов «модернизации» и «инновации», которые инициированы государственной властью. «Модернизация» и «инновация» воспринимаются зрителями сегодня скорее как негативные очевидности, так как не замечаются в действительности. Однако сама по себе необходимость этих процессов очевидна – изношенное состояние хозяйственной инфраструктуры России, которое досталось в наследство от СССР, уже проявляется катастрофами в реальности. Поэтому следующим запросом общества должна стать реабилитация труда, который является ключевой сферой духовного и материального производства.

Содержание СМИ показывает, что со стороны общества подан запрос – вернуться, хотя бы частично и в другой форме, к моральным установкам прошлого. Под воздействием этого запроса общества и под влиянием внешней среды (миро-

вой финансовый кризис, кризис капитализма) социокультурная реальность самоорганизуется, приспосабливается, изменяется. Происходит фильтрация внешних по отношению к системе знаков и отбор необходимых знаков внутри семантического поля СМИ.

1. Кун, Т. Структура научных революций [Текст] / Т. Кун. – М.: АСТ, 2002. – 368 с.
2. Оруджев, З.М. Способ мышления эпохи. Философия прошлого / З.М. Оруджев. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 400 с.
3. Парсонс, Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения [Текст] / Т. Парсонс // Американская социологическая мысль. – М.: 1996. – С. 494–513.
4. Розов, Н.С. Структура цивилизации и тенденции мирового развития [Текст] / Н.С. Розов. – Новосибирск, издательство НГУ, 1992. – 300 с.
5. Сорокин, П.А. Социокультурная динамика [Текст] / П.А. Сорокин // Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат, 1992. – С. 425–505.
6. Ним, Е.Г. «Гламур» и «антигламур» на телевидении: опыт риторической деконструкции медиадискурса [Текст] / Е.Г. Ним // Вопросы культурологии. – 2010. – № 3. – С. 89.
7. Бурдье, П. О телевидении и журналистике [Текст] / Бурдье П. – М.: Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160 с. – С. 31.
8. Ним, Е.Г. Слово в защиту массмедиа: по мотивам наблюдений Никласа Лумана [Текст] / Е.Г. Ним // Вопросы культурологии. – 2010. – № 9. – С. 102.
9. Валлерстайн, И. «Ленин и ленинизм сегодня и послезавтра» [Электронный ресурс] / И. Валлерстайн // Эксперт. –

№ 1 (735). – 27.12.2010.

10. Мединский, В.Р. О русском пьянстве, лени и жестокости [Текст] / В.Р. Мединский. – М.: Олма Медиа Групп, 2009. – 560 с. – С. 206.

1. Kun, T. Struktura nauchnyx revolyucij [Текст] / T. Kun. – М.: АСТ, 2002. – 368 с.
2. Orudzhev, Z.M. Sposob myshleniya e'poxi. Filosofiya proshlogo / Z.M. Orudzhev. – М.: Editorial URSS, 2004. – 400 s.
3. Parsons, T. Ponyatie obshhestva: komponenty i ix vzaimootnosheniya [Текст] / T. Parsons // Amerikanskaya sociologicheskaya mysl'. – М.: 1996. – С. 494–513.
4. Rozov, N.S. Struktura civilizacii i tendencii mirovogo razvitiya [Текст] / N.S. Rozov. – Novosibirsk, izdatel'stvo NGU, 1992. – 300 s.
5. Sorokin, P.A. Sociokul'turnaya dinamika [Текст] / P.A. Sorokin // Chelovek. Civilizaciya. Obshhestvo. – М.: Politizdat, 1992. – С. 425–505.
6. Nim, E.G. «Glamur» i «antiglamur» na televidenii: opyt ritoricheskoy dekonstrukcii mediadiskursa [Текст] / E.G. Nim // Voprosy kul'turologii. – 2010. – № 3. – С. 89.
7. Burd'yo, P. O televidenii i zhurnalistike [Текст] / Burd'e P. – М.: Institut e'ksperimental'noj sociologii, 2002. – 160 s. – С. 31.
8. Nim, E.G. Slovo v zashhitu massmedia: po motivam nablyudenij Niklasa Lumana [Текст] / E.G. Nim // Voprosy kul'turologii. – 2010. – № 9. – С. 102.
9. Vallerstajin, I. «Lenin i leninizm segodnya i poslezavtra» [E'lektronnyj resurs] / I. Vallerstajin // E'kspert. – № 1 (735). – 27.12.2010.
10. Medinskij, V.R. O ruskom p'yanstve, leni i zhestokosti [Текст] / V.R. Medinskij. – М.: Olma Media Grupp, 2009. – 560 s. – С. 206.

UDC 303.4

SYNERGETIC APPROACH TO SOCIOCULTURAL REALITY OF POST-SOVIET SOCIETY

Saranchin Yuriy Konstantinovich,

Ural State Economic University,
Head of the Chair of Philosophy,
Doctor of Sciences (Philosophy), full professor,
Ekaterinburg, Russia.
E-mail: uks50@yandex.ru

Annotation

In article the sociocultural reality of Post-Soviet society as open system which reveals by means of the main concepts of synergetic is considered; the role of mass media in formation of new meanings and cultural codes is investigated.

Key words:

synergetic, bifurcation, fluctuation, attractors, self-organization of sociocultural system, glamour, anti-glamour.