

УДК 17.022.1: 159.923.2

**ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ
РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА
В КОНТЕКСТЕ АКСИОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕДПОСЫЛОК
ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ЛИЧНОСТИ И ОБЩЕСТВА**

В.Н. Фомин

**TRANSFORMATION PROCESSES
OF THE RUSSIAN SOCIETY
IN THE CONTEXT OF AXIOLOGICAL BACKGROUND
OF THE RELATIONSHIP OF PERSONALITY AND SOCIETY**

V.N. Fomin

Аннотация. В статье рассматриваются трансформационные процессы взаимоотношения личности и общества в аксиологическом контексте. Отмечается, что социальные трансформации общества влияют на область ономастики, где имя, отображающее онтологическую форму личности, переходит в формы социального содержания. Теперь имя может стать арт-проектом, легитимирующим творчество в качестве продукта арт-рынка, в котором искусство уже неотделимо от рекламы и СМИ. В процессе вовлечения в общество потребления личность уже сама предстает в качестве продукта, элиминируя свою качественность. Постиндустриальное общество представляет новые ценностные ориентиры, где материальный субстрат товара превращается в знаки возможностей, а личность, сменяя различные идентичности, метафоризирует данные возможности в собственное «Я».

Abstract. The article discusses the transformational processes of the relationship between the individual and society in an axiological context. It is noted that the social transformations of society affect the field of onomastics, where the name that reflects the ontological form of the personality passes into forms of social content. Now the name can become an art project that legitimizes creativity as a product of the art market, in which art is no longer inseparable from advertising and the media. In the process of engaging in a consumer society, the person herself appears as a product, eliminating her quality. Postindustrial society presents new value orientations, where the material substrate of the goods turns into signs of opportunities, and the individual, replacing various identities, metaphorizes these opportunities into his own "I".

Ключевые слова: личность, аксиология, общество потребления, имя, арт-рынок, ценности, трансформационные процессы, симулякр.

Keywords: personality, axiology, consumer society, name, art market, values, transformation processes, simulacrum.

В связи с трансформационными процессами общества меняются ценностные приоритеты как социума в целом, так и каждой индивидуальной личности. С одной стороны, вслед за экономическими изменениями меняется культура, но, с другой стороны, культура также ставит ценностные ориентиры для дальнейшего развития экономического базиса, в частности,

посредствам этического и эстетического контекста. В данной связи аксиологические взаимоотношения личности и общества претерпевают изменения, которые не всегда положительно влияют на процессы личностной самоидентификации. Взрослое поколение россиян, привыкшее к ценностным ориентациям коллективизма, тяжело адаптируются к социальным переменам несущим индивидуализацию личностного начала, что является проблемой современного российского общества. В данном контексте небезынтересным является вопрос о том, насколько в современных трансформационных процессах перехода от индустриального к постиндустриальному обществу с новой наукоемкой экономикой меняется личность в социокультурном контексте.

В первую очередь следует отметить, что русская философия уделяет ценностному основанию огромную роль. На первый взгляд современного человека кажущиеся незначительными нюансы имеют под собой фундирующие ценности личностного начала. Примером подобной «незначительности» может являться область ономастики, имеющая под собой социальные, этические и эстетические основания. Например, по мнению протоиерея Павла Флоренского, имя и личность взаимосвязаны. Имя выявляет онтологическую форму личности, выражая ее тип, будучи тончайшей «плотью личности» [12, с. 211–212].

Но личность невыразима. Она облекается в многообразные формы социальности, усваивая материал и опыт мистического, психического и иного рода. Личность, отражая данные категории, самой последней представляет нам имя, являющееся началом ее формообразования. И если убрать все социальные слои, включающие в себя родственников, друзей, творческую деятельность и прочее, мы увидим личность в более монументальном виде. Имя «наиболее обобщенно показывает нам личность, удерживая ее индивидуальный тип, без которого она не была бы сама собою» [12, с. 212].

По мнению мыслителя, в западном и арабском мире дополнительные имена, выражающие утонченные оттенки, влияют на образование личности. Знатность индивидуализирует личность, делая ее носителем родового состояния и, она ощущает себя лишь его хранителем. В таком человеке нет достаточной формообразующей силы, нет и цельности, его личность лишена творчества, и как следствие она обречена на исчезновение, как «и исчезло имя ее под тяжестью золота и украшений этого имени» [12, с. 230–231].

В несколько ином ключе высказывается Н.А. Бердяев. Для мыслителя «белая кость» есть антропологический факт, образовавший рыцарство, в котором «выковывалась личность» [4, с. 145–146]. Имя он рассматривает в трансцендентальном контексте, подчеркивая, что более глубоким делает человека его участие в инобытии. Но если человек не принимает в нем участия, то он «теряет право на свое имя, данное ему от века Богом» [4, с. 225].

В дальнейшем имя уже перестает нести онтологический характер и все менее связывается с личностью, переходя в социальный контекст. После российской революции 1917 года нарекаются новые имена, революционного и индустриального характера, такие как Пятилетка, Индустриализация,

Октябрина и другие [3, с. 12–19]. Издание «Красная газета» за 1927 г. указывает, что имена мучеников, содержащиеся в старых святцах, пока держатся в обиходе, но появляются новые «советские святцы» с именами Никель, Сталь, Энергий, Май и прочие. Их регистрируют в целях популяризации, притом имена должны быть только революционными [7, с. 4].

Современные исследования подчеркивают, что ономастическая метафоризация все более нарастает в контексте экономического дискурса. Глобализационные и экономические процессы превращают национальные онымы в общенациональные. Имена начинают выступать в контексте интердискурсивного пространства, объединяя различные дискурсы научного, художественно-литературного, экономического и иного характера. Имя личности в современном обществе может выражать его переходные состояния. Например, высказывание «новые Мавроди» передавало нестабильность экономической постперестроечной российской ситуации [6, с. 8–13].

Сегодня имя это еще и арт-проект, создающийся с целью продвижения собственных творческих инициатив в различных социокультурных областях. Например, имя художника способствует ценностной легитимации его произведений, что в современной ситуации арт-рыночных отношений имеет большую возможность для реализации художественного произведения в качестве товара [11, с. 14]. Арт-рынок представляет собой феномен, интегрированный в историко-культурный процесс, занимающийся осуществлением культурно-экономического взаимодействия между художником и публикой, а также легитимирующий художественные произведения как продукт в отношении к целостному общекультурному контексту [11, с. 8].

Исследования в данной области подчеркивают, что сегодня арт-менеджмент является частью новой прикладной отраслью философской науки в контексте этических, эстетических, а также социологических, экономических, управленческих и иных направлений. В этой области ответственность любого творчества должна быть объективно определена компетенциями творца, эксплицирующимися в объективной стоимости произведения арт-рынка. Или, иными словами, ответственности художника перед публикой. Но в данном контексте существует проблема прагматически-утилитарных интенций массовой культуры потребления постиндустриального общества, работающих в контексте «омасщевления» культуры [8, с. 50–55].

Массовая культура своей мифологизированностью и сайентифицированностью приучает к потребительско-фамильярному отношению субъекта к науке, искусству и всему обществу. Поп-арт воспроизводит имитацию и адаптацию модернизма, что способствует преобразованию элитарной культуры в массовую, где кич ассоциируется с лжекультурой и симулякром. Данные формы, а также формы тотального контроля со стороны «развитых государств», где нравственность все более элиминируется, личность усваивает в качестве обмана. Подобная интенция приводит к процессам глобализации и мондиализации принудительного характера [2, с. 37].

Ж. Бодриар подчеркивает рыночный характер современного искусства, которое ради эффективности перформанса отрицает присущий искусству принцип иллюзии. Оно стремится к сценичности, в связи с чем перестает отличаться от рекламы и СМИ. Это объясняется тем, что ранее иллюзия художника не затрагивала массы, ориентируясь на элиту, но сегодня художник ориентирован на общество потребления и рынок. Деятели искусства злоупотребляют своей властью и привилегированным положением более, нежели политики или интеллектуалы. Происходит доминирование концептов эффективности и информативности, которые на сегодняшний день «уже справились с концептом формы» [5, с. 107–108]. В данной связи иллюзия и миф уже не являются типичными формами для современного искусства. Дюшановское отделение и присоединение (*decolage/recollage*) дает новое измерение удваивающейся вещи, что спроецировало отделение искусства от самого себя. Подобным образом сегодня невозможно найти идею социального в социальном или идею политического в политическом [5, с. 108].

Еще дореволюционный российский мыслитель и правовед К.Д. Кавелин, говоря об искусстве своего времени, констатировал тот факт, что при внешнем великолепии форм и приемов отражения объективного мира приходит в упадок внутреннее содержание его формы, что, в конечном итоге, приводит к упадку, с которым он отождествляет свою эпоху. Но в ней есть большой положительный опыт поколений, который открывает путь исторического процесса. «Путь этот развитие и укрепление нравственной личности, нравственного характера людей» [10, с. 1006–1009].

Сегодня личность, сформированная в постмодерне, эстетизирует как социальные институты, включая власть и политику, так и методы познания. Манипуляция сознанием современного общества происходит посредством рекламы, где события и явления разного рода интерпретируются в качестве произведений искусства, создавая тем самым арт-рынок. Истинностью реализованных артефактов являются продажи. Проблема вовлечения в арт-рынок проявляется в том, что посредством вещей сама личность превращается в вещь, развивающуюся абсолютно бессмысленно в эстетическом контексте, под влиянием рекламы, эстетизирующей покупки [9, с. 90–94].

Существует и иной, более утешительный, взгляд на современные формы взаимоотношения личности и общества в социокультурном процессе. Так, по мнению американского исследователя М.Н. Эпштейна, современные процессы подразумевают социализацию эстетического в социопозье, интерпретируемой в качестве поэтической стороны социальной реальности, опосредованной творчеством и характеризуемой сменяемостью различных идентичностей и социальных ролей. Это особенно проявляется в развитых странах, где пенсионеры, обеспеченные со стороны государства могут менять различный род деятельности и много путешествовать [13, с. 374–376].

В постиндустриальном обществе потребитель уже не является родовым накопителем вещей, но выступает в качестве самотворящего субъекта, посредством метафоризации товара, сменяющего различные возможности, в собственное «я». При этом «я» сегодняшний и «я» будущий способствуют

быстрому изнашиванию вещи. В данном контексте общество потребления выступает в качестве поэзии вещиности, трансформирующей материальный субстрат товара в знаки возможностей. Поэтому обвинение мыслителей «Великой традиции» в отчуждении человека от бытия и помещения личности в бездушном пространстве посредством развития науки и техники является критериями индустриального общества. В постиндустриальный период развития наука, уходящая от линейности, вносит элементы поэтичности разума, что дает право говорить о «ноопозье» в новой науке [13, с. 376–377].

По нашему мнению, небезынтересным будет подчеркнуть то, что славянофилы основывались на целостном взгляде, на картине мира, где наука должна сочетаться с поэзией. Например, по мнению отечественного мыслителя И.С. Аксакова в России личностное начало в силу различных причин запоздало в своем развитии и было насильственно насаждаемо реформами Петра I, в связи с чем народное начало нивелировалось, и на смену ему как основной путь культурного развития пришел европоцентризм, способствовавший народной обезличенности. Однако это послужило процессу развития, так как народность становится объектом самосознания, и впервые в отдельно взятой русской стране появляется собственное, «русское» течение в политике и литературе, которое через поэзию приводит и науку из «школьного» состояния к собственным открытиям. Так, по его мнению, первым нашим выдающимся ученым и поэтом, вдохновленным собственной поэзией становится М.М. Ломоносов [1, с. 584–587].

Таким образом, можно говорить о том, что в современном российском обществе аксиологические предпосылки социокультурного процесса динамики взаимоотношения личности и общества претерпевают трансформации. На первый взгляд незначительные ценностные категории, такие как область ономастики, трансформируются из сферы онтологического бытия личности в область социального бытия, где имя это уже арт-проект легитимирующий творчество как продукт арт-рынка. И если экономически Россия еще далека от постиндустриального экономического развития, то в области социокультурного пространства уже вполне догоняет Запад. Общество потребления формирует массовую культуру, где искусство в основной массе уже неотделимо от рекламы и СМИ. В данной связи наблюдается проблема вовлечения личности в общество потребления и отождествление ее с товаром, что способствует процессам обезличивания. Однако, с другой стороны, в постиндустриальном обществе в отличие от индустриального общества появляется «поэтичность» в контексте превращения материального субстрата товара в знаки возможностей, а личность предстает в новом качестве субъекта, сменяющего различные идентичности и возможности посредством метафоризации товара в собственное «я». Вопрос о том, приемлемы ли данные ценности для развития личности и российского общества, остается дискуссионным, так как появляется доминирование социального над духовным личностным началом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аксаков И. С. Наше знамя – русская народность / И. С. Аксаков ; сост. и коммент. С. Лебедева ; отв. ред. О. Платонов. – М. : Институт русской цивилизации, 2008. – 640 с.
2. Арпентьева М. Р. Актуальные проблемы исследования массового сознания : материалы 2-й Международной научно-практической конференции / М. Р. Арпентьева ; отв. ред. В. В. Константинов ; Пензенский государственный университет. – М. : Перо, 2015. – С. 35–116.
3. Баяндин В. И. Личное имя в сибирском городе в революционное время / В. И. Баяндин // Каинск (Куйбышевск) в истории западной Сибири : материалы зональных краеведческих конференций. – Куйбышев, 2007. – С. 12–19.
4. Бердяев Н. А. Философия неравенства / Н. А. Бердяев ; сост. и отв. ред. О. А. Платонов. – М. : Институт русской цивилизации, 2012. – 624 с.
5. Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / Ж. Бодрийяр ; пер. с франц. Н. Сулова. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 199 с.
6. Воякина Е. Ю. Ономастическая метафора в экономическом дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. Ю. Воякина. – М., 2011. – 24 с.
7. Детям можно менять имена. «Сталь», «Майя», «Будимр» – в новом быту // Красная газета. – 1927. – № 4. – С. 4.
8. Захарка А. В. Проблематика этики арт-менеджмента / А. В. Захарка, С. В. Костылев // Научный Форум: Экономика и менеджмент : сборник статей по материалам XVII Международной научно-практической конференции. – № 5 (17). – М. : МЦНО, 2018. – С. 50–55.
9. Извеков А. И. Кризис идентичности как социокультурное явление: духовная свобода личности и манипуляция массами : монография / А. И. Извеков, З. З. Бахтуридзе. – СПб. : Институт специальной педагогики и психологии, 2012. – 191 с.
10. Кавелин К. Д. Этнография и правоведение. Исследования, очерки и заметки / К. Д. Кавелин // Собр. соч. : В 4 т. – СПб. : Типография М.М. Стасюлевича, Вас. Остр., 5 л. 28, 1900. – Т. 3. Этнография и правоведение. Исследования, очерки и заметки. – 1348 с.
11. Лысакова А. А. Стратегии создания и потребления художественных ценностей в условиях трансформации арт-рынка : автореф. дис. ... канд. культурологии / А. А. Лысакова. – Екатеринбург, 2012. – 24 с.
12. Флоренский П. А., свящ. Сочинения. В 4 т. Т. 3. (2) / сост. игумена Андроника (А. С. Трубачева), П. В. Флоренского, М. С. Трубачевой ; ред. игумен Андроник (А. С. Трубачев). – М. : Мысль, 2000. – 623 с.
13. Эпштейн М. Н. От знания к творчеству. Как гуманитарные науки могут изменять мир / М. Н. Эпштейн. – М. ; СПб. : Центр гуманитарных инициатив, 2016. – 480 с.

REFERENCES

1. Aksakov I.S. Nasheznamya – russkaya narodnost' [Our banner is the Russian nationality]. Sostavlenie i kommentarii S. Lebedeva, отв. ред. О. Platonov. M., Institut russkoj civilizacii, 2008. 640 p. (In Russian).
2. Arpent'eva M.R. Aktual'nye problem issledovaniya massovogo soznaniya [Actual problems of the study of mass consciousness]. Materialy 2-j Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. Otvetstvennyj redaktor V.V. Konstantinov; Penzenskij gosudarstvennyj universitet. M., «Pero», 2015. P. 35-116. (In Russian).

3. Bayandin V.I. Lichnoeimya v sibirskom gorode v revolyucionnoe vremya [Personal name in a Siberian city in revolutionary times] Kainsk (Kujbyshevsk) v istorii zapadnoj Sibiri: Materialy zonal'nyh kraevedcheskih konferencij. Kujbyshev, Municipal'noe uchrezhdenie kul'tury «Muzejnyj kompleks g. Kujbysheva Novosibirskoj oblasti, 2007. P. 12-19. (In Russian).

4. Berdyaev N.A. Filosofiya neravenstva. [The philosophy of inequality] Sost. i otv. red. O.A. Platonov. M., Institut russkoj civilizacii, 2012. 624 p. (In Russian).

5. Bodrijar Z.H. Paroli. Ot fragmenta k fragment [Passwords. From fragment to fragment]. Per. s franc. N. Suslova. Ekaterinburg, U-Faktoriya, 2006. 199 p. (In Russian).

6. Voyakina E.Yu. Onomasticheskaya metafora v ekonomicheskom diskurse [Onomastic metaphor in economic discourse] : avtoref. dis. kand. filolog. nauk. M., 2011. 24 p. (In Russian).

7. Detyam mozjno menyat' imena. «Stal'», «Majya», «Budimr» – v novom bytu. [Children can change names. “Steel”, “Maya”, “Budimr” – in a new way of life] Krasnaya gazeta: gazeta = Krasnaya Gazeta: newspaper. 1927. № 4. P. 4. (In Russian).

8. Zaharka A.V., Kostylev S.V. Problematika etiki art-menedzhmenta [The ethics of art management]. Nauchnyj Forum: Ekonomika i menedzhment: sbornik statej po materialam XVII mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. № 5 (17). M., Izd. «MCNO», 2018. P. 50-55. (In Russian).

9. Izvekov A.I. Krizis identichnosti kak sociokul'turnoe yavlenie: duhovnaya svoboda lichnosti i manipulyaciya massami [The crisis of identity as a sociocultural phenomenon: spiritual freedom of the individual and the manipulation of the masses]: monografiya. A.I. Izvekov, Z.Z. Bahturidze. SPb., NOU «Institut special'noj pedagogiki i psihologii», 2012. 191 c. (In Russian).

10. Kavelin K.D. Etnografiya i pravovedenie. Issledovaniya, ocherki i zametki [Ethnography and Jurisprudence. Studies, essays and notes]. Sobr. Soch.: V 4 t. Sankt-Peterburg, Tipografiya M.M. Stasyulevicha, Vas. Ostr., 5 l. 28, 1900. T. 3. Etnografiya i pravovedenie. Issledovaniya, ocherki i zametki. 1348 p. (In Russian).

11. Lysakova A.A. Strategii sozdaniya i potrebleniya hudozhestvennyh cennostej v usloviyah transformacii art-rynka [Strategies for the creation and consumption of art values in the context of the transformation of the art market]: avtoref. ... diss. kand. kul'turologii. Ekaterinburg, 2012. 24 p. (In Russian).

12. Florenskij P.A., svyashchennik. Sochineniya [Works]. V 4 t. T. 3. (2). Sost. igumena Andronika (A.S. Trubacheva), P.V. Florenskogo, M.S. Trubachevoj; red. Igumen Andronik (A.S. Trubachev). M., Mysl', 2000. 623 p. (In Russian).

13. Epshtejn M.N. Ot znaniya k tvorchestvu. Kak gumanitarnye nauki mogut izmenyat' mir [From knowledge to creativity. How the humanities can change the world]. M. ; SPb., Centr gumanitarnyh iniciativ, 2016. 480 p. (In Russian).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Фомин В.Н. Трансформационные процессы российского общества в контексте аксиологических предпосылок взаимоотношения личности и общества / В.Н. Фомин // Вестник Армавирского государственного педагогического университета. – 2020. – № 1. – С. 73–79.

BIBLIOGRAPHIC DESCRIPTION

Fomin V.N. Transformation Processes of the Russian Society in the Context of Axiological Background of the Relationship of Personality and Society / V.N. Fomin // The Bulletin of Armavir State Pedagogical University, 2020, No. 1, pp. 73–79. (In Russian).