
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ КОНСЮМЕРИЗМА И СВЯЗАННЫЕ С НЕЙ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Ильин А. Н.*

В статье доказывается, что в условиях глобализации доминирующим в мире, глобальным типом культуры становится конsumerизм. Именно культура потребления осуществляет культурную экспансию. В результате конsumerизации мира стираются различия между национальными культурами, нейтрализуется их аутентичность. Другая проблема – не чуждость конsumerизма, а его внутреннее содержание, выраженное в антиценностях индивидуализма, эгоизма, бездуховности. В статье высказывается идея о необходимости поиска сопряженности традиционности и инновационности, выраженной в динамическом консерватизме. Также поднимается проблема осознанного, рефлексивного принятия чужих культурных ценностей в противоположность безрефлексивному заимствованию.

Ключевые слова: культура потребления, глобализация, культура, цивилизация, традиции, новации.

This article argues that consumerism becomes a global type of culture which is dominant in the world in the context of globalization. The culture of consumption carries out cultural expansion. As a result of the consumerization of the world, distinctions between national cultures disappear, their authenticity becomes neutral. Another problem is not the strangeness of consumerism, but its internal content, expressed in the disvalues of individualism, selfishness, lack of spirituality. The article expresses the idea of the necessity of search contingency of tradition and innovation, which is expressed in a dynamic conservatism. It also highlights the problem of conscious, reflexive adoption of foreign cultural values as opposed to unreflective borrowing.

Keywords: culture of consumption, globalization, culture, civilization, traditions, innovations.

В последнее время появляется все больше научных исследований, посвященных проблеме взаимосвязи между национальной культурой и так называемой глобальной, проблеме состояния национальных культур в условиях глобализации. Такой исследовательский интерес – закономерный научный ответ на происходящие в мире социокультурные процессы.

Национальные культуры давно перестали быть вещами в себе. Они сближаются, создают гибридные типы, взаимно открывают границы, обмениваются ценностями и продуктами искусства, взаимообогащаются. Но вместе с тем наблюдается пусть медленная и с виду не агрессивная, но все же культурная экспансия

* Ильин Алексей Николаевич – к. ф. н., доцент кафедры практической психологии Омского государственного педагогического университета. E-mail: ilin1983@yandex.ru.

того, что ранее абстрактно называли массовой культурой, а теперь именуют культурой потребления как более конкретным явлением.

Потребкульт сначала возник в США и Западной Европе благодаря развитию промышленности, информационных технологий, а также тенденций моды, дизайна, рекламы и маркетинга. Однако позже потребкульт подвергся экспорту в различные страны мира и стал поистине глобальным. Помимо того что потребительская культура несет в себе социально подрывной потенциал в виде вещизма, гедонизма, индивидуализма, антипатриотизма, интеллектуальной поверхностности, нравственной дефицитности и т. д., она отчасти смещает национально-культурные особенности различных народов и становится наднациональным, глобальным типом культуры. *Сегодня почти все общества, классы и страты объединила глобальная предметность, а вместе с ней и глобальная знаковость потребкульта.*

В век глобализации, как замечает У. Бек, локальные культуры и идентичности теряют корни и заменяются символиками товарного мира, создаваемыми рекламой и имиджным дизайном мультинациональных концернов: бытие повсеместно превращается в дизайн [Бек 2001]. Что бы ни вещали либеральные проповедники о диалоге культур, в условиях глобализации диалог зачастую трансформируется в захват культурного пространства мира англосаксонским типом массовой потребительской культуры, в культурную экспансию. Да, он стал наднациональным, глобальным, но его «родным домом» выступает западный мир. Примечательно, что консюмеризм восстал против других типов культуры и начал свою победное шествие тогда, когда в самом западном мире произошла культурная трансформация, которая выразилась в забвении традиций, норм и ценностей национальных культур Запада, выстроенных в процессе многовековой истории.

В нынешнюю эпоху общество потребления глобализируется. Мировые СМИ акцентировались на потребительско-стимулирующей функции и, принявшись распространять аналогичные друг другу по нормативно-ценностному содержанию фильмы, ток-шоу, рекламу, стали формировать единые потребительские стандарты по всему миру. Такая стандартизация, с одной стороны, сближает общества, дает возможность адаптироваться к социально-культурным и психологическим особенностям иных стран, но с другой – происходят унификация национальных культур и широкое распространение ценностей потребления, в результате чего потребности и интересы людей все более становятся однородными и стандартизированными.

М. С. Стычинский пишет: «Формирование и распространение в глобальных масштабах единых культурных стандартов, в том числе и ценностей потребления, в условиях глобализации представляется на наш взгляд позитивной тенденцией. <...> Чем больше общего между людьми (в особенности и прежде всего принадлежащих к разным культурам), тем легче им понимать друг друга, вести межкультурный диалог» [Стычинский 2015: 300]. Он, ссылаясь на фразу из нашей работы о нетрансцендентальности, материальности потребкульта, замечает, что массовая потребительская культура способствует секуляризации в глобальном масштабе, и это, по его мнению, снижает межконфессиональную напряженность в мире. Во-первых, трудно усмотреть положительный потенциал в сближении

посредством культурной унификации, отрицать которую может только близорукый в культурном смысле человек. Также и снижение межконфессиональной напряженности методом нивелирования конфессий едва ли имеет позитивный потенциал; это примерно как лечить головную боль посредством отрубания головы. Крайней формой такой логики могут быть слова типа: «Нет культурных и религиозных различий – нет конфликтов» (не аналогична ли этому постулату печально известная фраза: «Нет человека – нет проблемы»?). Именно в культурных различиях кроется смысл самих культур, благодаря возможности сравнения себя с другой культурой каждая из них способна к саморефлексии. Различия – это цветы, произрастающие на почве всего культурного ландшафта человечества. Вторых, потребительские ценности индивидуализма, вещизма и эгоизма едва ли способствуют взаимопониманию и диалогизации на высоком духовном уровне. С таким же успехом, вслед за Стычинским, можно было бы заявить, что приобретающая глобальный размах идеология дегуманизации и эгоизации – позитивный феномен, способствующий солидарности. И такое заявление было бы ненамного абсурднее приведенных слов автора.

Прежде всего транснациональными корпорациями создается плацдарм для развития потребительства в виде насаждения искусственных потребностей и унификации культур. Для того чтобы корпорации продать свой продукт, да еще продать людям той общности, чья культура не нуждается в таких приобретениях (к примеру, «Макдоналдс», который недаром стал именно глобальным символом питания), необходимо создать потребность путем нивелирования культурного разнообразия как сильнейшего барьера для процветания глобального бизнеса. Успешно функционирует индустрия рекламы и маркетинга, которая предлагает одни и те же мировые бренды по всему человеческому социокультурному ареалу.

Постепенно в быт обществ вторгается потребительская культура, подающаяся как наиболее современная и отвечающая требованиям времени альтернатива традиционной культуре. С помощью ее усилий поддерживающие в прошлом этнографическое своеобразие обычаи, ритуалы и стили поведения постепенно исчезают, обмениваясь на новые «прогрессивные» стандарты. С. Батчиков пишет: «Последние 20 лет граждане России были объектом небывало мощной и форсированной пропаганды образа жизни западного общества потребления. Произошло “ускользание национальной почвы” из-под производства потребностей, и они стали формироваться в центрах мирового капитализма» [Батчиков 2015: 45]. В целом эти слова вполне отражают реальность, за исключением двух моментов. Западная пропаганда в отношении нашего народа ведется больше 20 лет, и еще во времена позднего Советского Союза она имела место, вызывая восхищение иностранными джинсами, жвачкой, кока-колой и многим другим. Непонятно, почему автор говорит в прошедшем времени, ведь эта пропаганда продолжается и уже давно не воспринимается как западная, то есть как исходящая извне. Она вполне успешно интегрировалась в национально-культурный телос (или же этот телос ассимилировала в себе).

Потребительские мифы, говорящие о необходимости приобретения товаров ТНК, оправдывают разрыв с национальным прошлым. Это разрыв дал толчок

к установлению существующего порядка вещей, приведению многих культур к единому знаменателю. Машинерия производства желаний и потребностей не знает отдыха... Международные корпорации превращают мир в плацдарм для реализации глобальных маркетинговых стратегий, ориентированных на стимулирование не менее глобального спроса, а маркетологи становятся агентами продуцирования потребительской идеологии. В условиях глобального рынка происходит всеобщая маркетизация, превращающая почти все культурные явления (в том числе и образование) в товар, а финансовые средства – в универсальный эквивалент.

Другой аспект деятельности транснациональных корпораций – это стремление к монополии. Конечно, любой бизнесмен будет стремиться занять лидирующее место в своей сфере, но что касается особо крупных корпораций, их продукция не всегда качественна, несмотря на то, что они все-таки остаются монополистами. Так, операционные системы Microsoft далеко не во всех случаях отличаются удобством и качеством, однако они лидируют. Примеров можно привести много. Монополист имеет право устанавливать свои – довольно высокие – цены и производить продукт, который уступает по своим характеристикам аналогичному продукту других компаний, которым далеко до конкурирования с тем, кто стоит выше их на иерархической лестнице глобального капитала.

Место национальной моды занимает глобальный аналог – гипермода. Ж. Бодрийяр убежден, что под властью моды все культуры смешиваются в тотальной симулякриванной игре [Бодрийяр 2000]. Мы согласимся с этим утверждением, если будем усматривать в моде не внутрикультурное (в национальном или территориальном смысле) явление, а общекультурную характеристику, которая, с одной стороны, связывает многие культуры, находит точки их сопричастности и соединимости, а с другой – не столько обнаруживает общие точки, сколько их создает, тем самым нивелируя культурные ценности, упраздняя, редуцируя многообразие культур к единой общекультурной основе. Но такое явление уже следует понимать не как моду, а как гипермоду. Гипермоду, которую следует рассматривать как неотъемлемую часть набирающего ход процесса глобализации.

Современные тенденции моды, рекламы и потребительства в России начались с перестройкой и продолжают оставаться ориентированными на западные образцы. Открылись модные бутики, торгующие одеждой по западным стандартам, а по телевидению транслируют многочисленные передачи, посвященные очередным пискам моды из Италии. Их одежда сместила «русский стиль» своей диковинностью, эпатажностью, причудливостью комбинаций и символизмом западного образа жизни, который до сих пор представляется привлекательным и формирует желание у россиян идентифицировать себя с ним. «Урбанизация и культивирование через Интернет и СМИ потребительского образа жизни меняют не только традиционный быт, но и модели общения и поведения, семейные отношения, способы воспитания и обучения подрастающего поколения, что ведет к деградации многих языков и этнического менталитета» [Никитина 2014: 78].

Хотя в России реклама продвигает в основном зарубежные товары, потребители эти товары часто воспринимают за свои. Само же лоббирование иностранных товаров (при условии наличия в России качественных аналогов) оказывает

негативное влияние как с экономической, так и с культурной точки зрения. С позиции экономики страна теряет рынки и уступает их инациональным компаниям или ТНК. С позиций культуры «фактором внешней и внутренней культурной динамики российского общества становится инокультурный габитус, так как покупая какой-то модный продукт, человек получает “в довесок” соответствующий этому продукту образ мышления и стиль жизни» [Глухова 2011: 71]. «Образ мышления» стоит понимать как культурно-географически (принадлежащий какой-то стране), так и собственно культурно, относительно не некоей географической общности, а того или иного культурного или субкультурного веяния. У культур есть своя география, которая отлична от межстрановых границ. Подражая в одежде, питании и прочем, мы как бы постигаем смысловые структуры чужого стиля жизни. Здесь наблюдается сближение культур, познание «другого», который перестает быть «другим», отчасти культурное обогащение, необходимое в эпоху глобализации и характерное для этой эпохи. Но зачастую это постижение происходит за счет отвращения от собственной культуры. Многочисленные заимствования из чужой культуры приводят к серьезным изменениям жизни человека в своей культуре и ее восприятии, к утрате различия между домашним и чуждым пространством, к утверждению одновременно ощущения бездомности и космополитизма, номадичности вместо оседлости, наконец, к потере национальной идентичности и чувства патриотизма.

Культурно-цивилизационный обмен необходим, тем более в условиях глобализации взаимопроникновение культур становится неизбежным, отходит назад жесткая идентификация с определенными культурными стандартами, и часто возникает состояние (бывает, весьма оправданное) неудовлетворенности какими-либо элементами своей культуры, музыкой, кино, живописью и т. д. Только тотальное приобщение к иной культуре усиливает состояние неудовлетворенности своей, которое становится уже неоправданным, и национальная культура утрачивает доминирующую и интегрирующую роль. Обмен должен происходить именно как обмен, то есть на уровне компромисса или сотрудничества, а не на уровне односторонних уступок, приспособления или подавления, когда один субъект обмена распространяет себя за счет другого – подавленного им – субъекта.

Исходя из антиинтеллектуализма, бездуховности и безнравственности потребительской культуры, признаем, что словом «культура» она именуется весьма условно. Более целесообразно связывать консюмеризм именно с цивилизацией, а конкретно – с цивилизацией высокого развития, но имеющей «слабую» культуру. Цивилизация, основой которой стали гаджеты и информация, затмевает собой культуру. Имеет смысл заявить о неравномерности распределения в обществе высших достижений культуры и цивилизации: гаджетами пользуются все, а высокими идеалами добра, истины и красоты – единицы. Следовательно, в некоторых аспектах развитие цивилизации идет вразрез с развитием национальной культуры; эти процессы могут быть не взаимодополняемыми, а наоборот, взаимоисключающими. Консюмеризм – восстание цивилизации против культуры. Культура же призвана ограничивать цивилизацию, как мораль – ограничивать рациональность. Цивилизация достраивает многообразие мира или, можно сказать, порождает все новые и новые миры, но культура ограничивает «дурное до-

страивание». Посредством гиперинформатизации и стремительного роста технологий цивилизационные аспекты человеческого бытия приобретают довлеющий статус над культурными. Здесь мы видим актуальнейший парадокс современности: *при прогрессе цивилизации произошел поворот к регрессу культуры*.

В галактике консюмеризма господствуют вещизм, индивидуалистическая логика и нарциссизм. Они принципиально антитрадиционалистичны. Изолированному от общества индивиду-потребителю, который устанавливает свои интересы выше любого закона и нравственного императива, свойственно отказываться от традиций предков, основывавшихся на непотребительских и коллективистских ценностях.

Общество должно гармонично сочетать в себе культуру и цивилизацию, так как существование одного без другого не представляется возможным. Собственно, общественный прогресс – это культурно-цивилизационный прогресс. При усилении технизации общественной жизни не стоит забывать о ее гуманитаризации. Если же какие-либо крайне консервативные обычаи потеряли свою актуальность и способность конвертироваться в будущее, если они выступают барьером для дальнейшего общественного развития, если, выражаясь словами К. Маркса, традиции всех мертвых поколений тяготеют, как кошмар, над умами живых [цит. по: Грушин 1987: 66], они, будучи одним из проявлений культуры, могут уже не обогащать общество духовностью, а отравлять его пылью старых догм, превращаться в пережиток, свет угасших звезд. Это нормально, когда происходит недопреемственность, когда из прошлого принимается далеко не все. Если бы имел место процесс полной преемственности, трудно было бы представить развитие культуры. Некоторые универсальные ценности и традиции неподвластны времени, какие-то элементы культуры, переставшие соответствовать жизненной реальности, отмирают, а другие рождаются. Поэтому под понятием «традиционализм» мы подразумеваем вовсе не уклад, в котором инновации абсолютно неприемлемы. Такой уклад в принципе невозможен, так как любое общество вовлечено в процесс развития. Имеется в виду, что в традиционалистских обществах, в отличие от инновационистских, стремление к новациям выступает вторичной ценностью, подчиненной традиционности как приоритетной ценности.

Жесткий традиционализм страдает обычно фундаменталистским диктатом, неприятием прогресса и отчасти иррационализмом. Ему может быть свойствен нормативно-нравственный догматизм, монументализация ценностей, несмотря на то что они перестают соответствовать времени. Консервируя все и вся, он затрудняет возможность для общества развиваться и адаптироваться к мировым условиям, к глобальному прогрессу, к «мировой текучести». Такая стабилизация, не приемлющая развития и разнообразия, как бы парадоксально это ни прозвучало, сама становится гарантом собственного подрыва, так как именно разнообразие и развитие – условия поддержания стабильности (в хорошем смысле этого слова). К примеру, без прогресса в вооружении страна может быть захвачена своими геополитическими соперниками, которые достигли более совершенного уровня в вооружении.

Крайне нигилистический в своем отказе от традиционности инновационализм отягощен инфантилизмом и амнезией к мудрости предков. Например, кризис тра-

диций приводит к нравственной вседозволенности, к расшатыванию семейных устоев, выраженных в увеличении количества разводов, числа неполных семей, распространении аборт, усилении ценности личной независимости в противовес таким ценностям, как долг, забота о родителях, ответственность за семью. В отличие от традиционалистской догматизации морали, инновационизму свойственна позиция относительности моральных норм, нравственный релятивизм, что бросает общество в сторону нейтрализации нравственности. Инновации бывают как положительными, так и отрицательными (тот же глобальный потребитель). Поэтому каждый из описываемых типов, представая в гиперболизированном облике, несовершенен в деле обеспечения культурной самодостаточности и глубины. Как традиции в своей закостенелости, так и инновации в своей абсолютизации ценности новизны способны приводить к деградации культуры.

Общество без традиций невозможно, так как оно перестанет быть обществом в культурно-историческом смысле, оно утратит чувство уважения к своей истории и культуре и, соответственно, способность к их сохранению. Недаром говорится о потенциале пластичности, которым должна обладать традиция [см.: Шемякина 2011]. В этом смысле стоит говорить о том, что рост обеспечивается сильными корнями. Благодаря традициям происходит отфильтровывание внешних влияний или их ассимилирование, «подгонка» под свои социально-культурные особенности. Традиции – защитный пояс народа, сохраняющий его жизнеспособность.

Общество без прогрессивных инноваций также не представляется жизнеспособным, поскольку инновации как результат проявляемого творчества необходимы для дальнейшего общественного развития. Правда, инновации бывают разными, так как концентрационные лагеря фашистов, приведшие к обеднению значительной части населения реформы Гайдара, ювенальные технологии и многие другие продукты деятельности, ориентированной на новизну, следует считать инновациями, но явно не прогрессивными в социальном, экономическом и других смыслах. Новое – не всегда ценное. Поэтому под инновациями необходимо понимать не просто нововведения, а нововведения необходимые, причем не узкой категории лиц (олигархам, чиновникам и т. д.), а большинству населения. Правильная формула не «новое-для-себя», а «новое-для-общества». Любые новшества требуют по отношению к себе оценки с позиции перспектив, которые они способны принести человеку и обществу. Новое должно не уничтожать старое, а улучшать или дополнять его, ибо любое социокультурное развитие ограничено определенными рамками (жизненно необходимые традиции, специфика прочтения собственной истории, особенности отношения к себе, к миру, к различным видам деятельности и т. д.), при переходе за которые оно способно смениться своей противоположностью. Таким способом прокладывается путь к устойчивому развитию, не сопряженному с деструктивной тенденцией кардинального слома прошлой культуры и социосистемы, а предполагающему ее планомерное совершенствование.

Утвердившийся консюмеризм с характерным для него продуцированием технологий, большинство из которых не отличаются действительной полезностью, способен привести культуру к ее противоположности. Нарращиваемая потребкуль-

том скорость возникновения и смены новаций мыслится как дурная бесконечность, хаос новизны. Поток гаджетовых новаций, актуализируемый потребительской экономикой, близится к абсурду. Если большинство из них обладают сомнительной ценностью, то консюмеристские идеалы, пришедшие на смену предыдущим идеалам, обладают антиполезностью, а потому их следует считать вредными культурными новациями. Движение цивилизации вперед способно привести к движению культуры назад, эволюция техники – к деэволюции человека, общества и естественной среды обитания. Наконец, необходимо движение не к прогрессу ради прогресса, не к сопряженному с культурным регрессом гаджетопроцветанию. Необходимо движение не *вперед* к прогрессу технологий, оборачивающемуся своими интеллектуальными, нравственными, экологическими и прочими издержками, а *вверх*, к совершенствованию человека, общества и культуры.

Консерватизм в своей радикальности означает стремление к удержанию мира в его косности, а радикализм новационизма предполагает разрушение идентичности мира. Культура и социосистема жизнеспособны и способны к развитию, когда они совмещают в себе обе противоположные тенденции, не скатываясь ни к одному из полюсов. Создаваемые инновациями качественные различия с предшествующими типами культуры и цивилизации должны сопрягаться с сохранением линий преемственности, ибо культура хранит и транслирует традиции, а также генерирует новые ценности и смыслы. *Ликвидация неизменного приводит к исчезновению фундамента, а отказ от изменчивого формирует невозможность обновлений.*

Традиции и новации, как культура и цивилизация, призваны дополнять друг друга, ибо утрата первого приведет к потере культурного стабилизирующего ядра, а утрата второго – к потере способности социума двигаться вперед. Высказанная нами мысль в своем метафизическом содержании отсылает к диалектичности одновременного сосуществования устремленности в будущее и укорененности в прошлом. Общество призвано развиваться, а не стоять на месте. Но процесс развития нельзя ни замораживать сверхконсервативностью, ни давать ему полную свободу безграничной инновационностью. Последняя перебрасывает мост в построенный проект грядущего, делает это грядущее более близким к настоящему, максимально активно двигает настоящее к проекту будущего, но бесконечно отдаляет его от прошлого, наполненного мудростью, которая может пригодиться всегда. *Призыв к будущему важно сочетать с опытом прошлого, а будущее представлять не как «возвращенное в прошлое», а как будущее, вобравшее в себя прошлое.* Ведь без постоянного нет фундамента, а без изменчивого – обновления. Наиболее целесообразно назвать предлагаемый нами путь динамическим консерватизмом. Такой консерватизм препятствует движению не вперед, а именно назад. Он оберегает от безудержного энтузиазма в отношении нововведений самого разного облика, но в то же время характеризуется тонкой чувствительностью к различным потенциалам, могущим реализоваться. Он вместо замороженных форм предполагает творческое переосмысление традиционности, так как только развивая традиции можно двигаться вперед и – как ни парадоксально это на первый взгляд звучит – оставаться современным. В ином случае полный разрыв

с традициями вместо современного статуса знаменует собой упадок в некое безвременье, временную неукорененность.

Любой народ отличается своими ценностями, поэтому в каждой стране возможен свой консерватизм. Никакого глобального консерватизма, его универсалистского проекта, быть не может. Следовательно, консерватизм носит не универсалистский, а национальный характер. «Вместо модели “общества потребления” русский консерватизм постулирует модель “общества созидания”» [Кобяков 2015: 98]. По крайней мере, должен его постулировать.

Для существования народа и развития областей его жизнедеятельности нужна гармония устойчивости и подвижности, чтобы новшества не отменяли ценную традиционность, но и чтобы традиции не противостояли разумным требованиям современности, а даже наоборот, становились условием позитивных сдвигов вперед, позволяя экономить силы для освоения новшеств и отвечать вызовам современности. «...В масштабах общества или отдельного человека **благополучие достигается путем баланса между традициями и новациями**» [Шелейкова 2015: 130]. Именно такой баланс позволит преодолеть крайности нравственного догматизма и морального релятивизма в некоей срединной точке реализма.

Преемственность осуществляет коррекцию над инновационностью, особенно над (в некоторых случаях проявляемым) инновационным радикализмом, стремящимся вывести новацию за пределы культурных – нравственных, рациональных и т. д. – границ. Преемственность вписывает революционные сдвиги в культурные реалии. Социально-культурная самоорганизация должна происходить так, чтобы внешние заимствования абсорбировались, «редактировались» и создавался органичный традиционно-инновационный комплекс. Необходимо, чтобы под прессом внешних влияний у общественного сознания сохранилась способность осуществлять полезную гибридизацию «своего» и «чужого», трансформировать внешнее и адаптировать к себе, и приспособление к инновациям и внешним заимствованиям не углублялось, не радикализировалось настолько, чтобы требовало концептуального демонтажа общественного сознания.

Преображение традиций часто связано с их переосмыслением, приданием им новых смыслов. Это можно назвать осовремениванием архаики, при котором старые формы бытования смысла вписываются в современный контекст, что способно «помочь культуре выйти на качественно новый виток развития» [Сергеев 2011: 34], обеспечить преемственность, поддержать культурную идентичность. Однако современная культура строится не на фундаменте прежней, а на ее отрицании, из материала чужой культуры.

Новизна не всегда бывает положительной, что наглядно показал опыт посткоммунистической России, интегрировавшей западную новизну. Россия приняла массу негативных черт западной культуры консюмеризма: эгоизм, индивидуализм, аполитичность сознания, антиэкологизм и т. д. Хотя представители политического неolibерализма внушали, что при переходе на западный путь развития мы обустроим свою жизнь во всех отношениях, развития не получилось. Культура только обеднела, экономика и производственная сфера ослабели, социальное сознание демонтировалось. Как справедливо заметила В. Г. Федотова, *«Россия не переняла западные технологии настолько, чтобы стать постиндустриальной*

страной, но переняла многие внешние манеры и стили жизни, пытаясь следовать догоняющей модернизации. Она переняла пороки западной цивилизации еще до того, как освоила ее достижения» [Федотова 2005: 20]. Нередко новые заимствования насаждаются как единственно верные учения, не терпящие никаких альтернатив, – достаточно вспомнить перестроечный лозунг «Иного не дано». Так же и либерализация, и непосредственно связанная с ней консюмеризация насаждались как безальтернативные проекты, без учета вариаций и культурной самобытности страны.

Процессы глобализации должны сближать разные культуры, обеспечивать их диалогичность. Однако продолжает существовать и укореняться западоцентризм. В отдельных областях жизни – науке, философии, религии, в быту, политических, экономических и прочих ценностях – западная модель провозглашает свою приоритетность, невзирая на альтернативные проекты, не желая видеть Других, признавать их, смотреть им в лицо и осознавать значимость их проектов, не стремясь понимать и принимать различия. Модели пресловутой европейской демократии, стихийности рынка, так называемой защиты прав ребенка (крайне вредных идей ювенальной юстиции), толерантности к сексуальным извращениям активно экспортируются в разные регионы мира, а те страны, которые их не принимают (и правильно делают), объявляются Западом тоталитарными, варварскими и недоразвитыми. То есть Запад взял на себя право вершить высший суд, выставляя свой жизненный уклад как априорно образцовый, давать оценки даже тем, кого он не понимает и не желает понимать. Так экономический и политический колониализм дополняется культурным колониализмом. На его смену должно прийти не создание единой метакультуры под чьим-то национальным или региональным знаменем (именно европейское знамя как раз и виднеется повсеместно в мире), а взаимообогащение при сохранении многообразия, богатства и глубины национальных особенностей.

Причем эпоха культурного расцвета Запада давно миновала, и сейчас в нем лоббируются ценностные ориентации, разрушительные для общества и человека: пропаганда сексуальной «раскрепощенности», индивидуализма, потребительского вещизма, разрушающего семью тотального приоритета ребенка над правом родителя его воспитывать и т. д. В итоге мы наблюдаем отчасти трагичную, отчасти комичную ситуацию: Запад активно насаждает свои ценности тогда, когда его культура претерпевает упадок. Цивилизация, в которой угасает культура, в которой на место культуры пришло потребление, которая находится под протекторатом мирового полицейского в лице США, учит мир жизни и диктует правила «хорошего тона».

Для правящей элиты России характерно не только массовое, но и чрезмерно западоцентричное (до необоснованности выраженный западоцентризм) мышление. Поэтому России навязывается догоняющий тип модернизации, и догонять предполагается Запад. Только данный проект игнорирует возможность «модернизационной вариативности», существующего многообразия модернизаций, которое основано на различиях в культурах, проблемах и задачах разных стран. Догонять кого-то – значит использовать некий чужой образец для подражания и придерживаться линейной точки зрения на прогресс. Тем более реализация западного пути

нам уже известна, так как такой реализацией она была только на словах, а на деле привела, наоборот, к разрыву с Западом по многим критериям: зарплата, система производства, промышленность, социальная защита и т. д. (в СССР наблюдался рост по названным показателям, а постсоветская Россия от такого роста отказалась). Ведь в 1990-е гг. осуществленное под лозунгами перехода на западные рельсы реформирование привело к тотальной деиндустриализации, снижению показателей почти во всех сферах жизни страны и сырьевой зависимости от Запада. Промышленность, оборона, сельское хозяйство, народное благосостояние серьезно пострадали от такой «модернизации», которую осуществляли отчасти под диктовку чикагских советников и других американских и проамериканских специалистов. Задача этих специалистов сводилась не к усилению России, а, наоборот, к ее ослаблению, к доведению до упадка своего геополитического конкурента и превращению его в страну, которая станет реализовывать не свои национальные интересы, а интересы тех, в чью зависимость она была брошена. Запад стремился построить в России не такую же экономическую систему, как у себя, а такую, которая будет его устраивать. Но реформирование сопровождалось риторикой и декларациями о построении общества и страны именно по западному образцу.

Приведем отрывок из Валдайской речи В. В. Путина: *«Практика показала, что новая национальная идея не рождается и не развивается по рыночным правилам. Самоустранение государства, общества не сработало, так же как и механическое копирование чужого опыта. Такие грубые заимствования, попытки извне цивилизовать Россию не были приняты абсолютным большинством нашего народа, потому что стремление к самостоятельности, к духовному, идеологическому, внешнеполитическому суверенитету – неотъемлемая часть нашего национального характера»* [Платонов 2015: 167]. Хочется верить, что эти слова – не просто очередная политическая декларация. Кстати, трудно полностью согласиться с тезисом, что попытки цивилизовать Россию извне не были приняты большинством. Это вопрос дискуссионный. В годы перестройки, конечно, новые власти без учета мнения большинства выстроили свой «инновационный» курс, но ведь и немало людей рукоплескали реформаторам. Да, они были обмануты лживой пропагандой, но все-таки их насчитывались далеко не единицы. Позже нас ненавязчиво убедили, что консюмеризм – это благо. И продолжают убеждать, о чем свидетельствует медиаконтент в СМИ. А чем в большей степени инновации принимаются в обществе – пусть даже это приятие осуществляется лживо-манипулятивным путем, – тем труднее им противостоять.

Но даже весь совокупный исторический опыт человечества не даст ни нам, ни любой другой национальной культуре готовый рецепт жизни в самом широком смысле этого слова. Поэтому некритичное заимствование (и необдуманная попытка кого-то догнать и перегнать) всегда деструктивно, особенно если оно происходит резко, революционно и перечеркивает ценности уже достигнутого, десакрализирует богатство прошлых времен. Любое заимствование требует осознанности, сознательного отношения к инокультурным явлениям и адаптации их к существующей культуре. Без(д)умное копирование есть негласное признание полного неуважения к себе и смерти национального духа. Безрефлективное пере-

нимание чужих образцов, тотальная экзогенность разрушают культуру. Народ, идентифицирующий себя с чужой культурой – да еще и с эгоистической, меркантильной и монетарной культурой потребления, обретает риск потери своей духовности, своей истории, наконец, утраты себя как национальной общности и самопревращения в иного, в совокупность номадических, забывших о своем родстве единиц.

Продукты иной культуры необходимо интериоризировать, усваивать, перекодировать так, чтобы они подходили своей культуре и не вступали в противоречие с ее элементами (аксиологическим, этическим, эстетическим и т. д.). Для вхождения в другую культуру чужие смыслы должны стать чем-то иным, преобразиться в матрице базовых смыслов принимающей их культуры. Освоение чужих образцов требуется осуществлять на собственной культурной почве. Успешное заимствование обогащает культуру, повышает ее внутреннюю вариативность. Тогда экзогенность кооперируется с эндогенностью, чужое – со своим. Соответственно, не происходят полное укоренение в чужом, пренебрежение к своему и полная утрата собственной идентичности и самобытности. Но и, с другой стороны, не наблюдается тотальной консервации, абсолютного пропадания в своем, родном, но отрезанном от иного опыта, отдельные образцы которого могут быть крайне полезными. Преимущество через разрыв, да еще и не критичность по отношению к внешним образцам едва ли несет в себе конструктивизм. Она превращает историю в дискретные куски событийности. Помимо чуждости иной культуры, настораживать должно ее содержание. Культура потребления вредна не потому, что она чужая, а потому, что по своим содержательным характеристикам она отличается принципиальной бездуховностью, индивидуализмом и культом вещиности.

Либеральная ориентация на Запад противоречит усилению России, ее возрождению и облагораживанию российского общества во всех смыслах этого слова. Кроме того, «либерализация современной России превратилась в процесс слома ценностей цивилизационной идентичности России и в ней – исторической и национальной идентичности русской нации. А либерализм, круша все на своем пути, все формы идентичности, не адекватные западным, в идейное оружие ничем не прикрытого цивилизационного разбоя. В этом смысле главная проблема современной исторической модернизации России, осуществляемой от имени и во имя либерализации России – идентификационная» [Козин 2006: 52]. В этих словах заключен не догматизм, а вполне обоснованный подход, определяющий необходимость учитывать культурные особенности народа перед принятием, заимствованием «форм внешней новизны».

Абсолютное принятие чужих (необязательно европейских) ценностей выхолащивает свойскость народа, его инаковость и превращает его в некий псевдонарод или субнарод (по отношению к народу, чьи ценности были приняты и абсолютизированы). Значит, встреча народов, основанная на их всеобщем принятии чуждых для каждого из них систем культурных универсалий, превращается во встречу псевдонародов. Культура не должна быть полностью закрыта, ибо каждой культуре необходимо взаимодействие с другими. Но ей непозволительно быть и совершенно открытой.

Недаром в последнее время участились разговоры о культурном империализме. Русские на протяжении веков относились к труду и жизни в целом как к чему-то, над чем господствует сверхзадача общесоциального порядка, которая давала человеку не индивидуальный, а коллективный смысл. Когда-то сверхзадачей была формула «самодержавие, православие, народность», позже ей стало коммунистическое светлое будущее. В качестве сверхзадач можно воспринимать помощь славянским народам, создание Российской империи и т. д. Сейчас скрепляющей сверхзадачи нет, на ее место пришли разъединяющие индивидуалистические цели. Возможно, широкое развитие аддикций является следствием в том числе исчезновения сверхзадач, которые рождали в душе людей глобальный всечеловеческий смысл и направляли их поведение.

Хотя некоторые западники укоряют Россию в том, что в ней не было ни Возрождения, ни Просвещения, ни Нового времени, вряд ли эти историко-культурные явления выступают некоей сверхценностью, и вряд ли страны, где они не проявились, заведомо стоит воспринимать как пустыни, подобие баумановских не-мест. Целому ряду неевропейских стран такая «историческая лакуна» не мешает развиваться в самых различных аспектах. Впрочем, в данной позиции западников нет ничего удивительного, особенно когда замечаешь, что Запад часто воспринимает признание роли национальных особенностей в формировании той или иной социальной системы как проявление чего-то, подобного расизму, а свой социальный строй – как наилучший и единственно верный для любого народа. Ведь Запад давно требует от других стран переходить на его стандарты, невзирая ни на какие национальные качества и особенности, сложившиеся в ходе многовековой истории народов. Конечно, под лозунгом перехода на эти стандарты Запад стремится ослабить конкурентов, как это было с Советским Союзом, который наши геополитические противники постоянно призывали западнизироваться. Но это уже другой вопрос.

Любое заимствование должно соответствовать традициям и ценностям общества, которые дают социуму обязательную возможность поддерживать связь с прошлым, ощущать его в качестве присутствующего сейчас. Проблема в том, что российский социальный код долгое время претерпевает путь если не разрушения, то трансформации, и сегодня трудно сказать с уверенностью, что он собой представляет. Проблема в том, что Россия заимствует совокупность вредных тенденций потребительства, которые нельзя и не нужно перерабатывать на свой национальный лад, ибо они в корне противоречат любой национальной инаковости. Они просто не нужны.

Особенно актуальна сегодня проблема бездомности и безродности, связанная с антипатриотизмом, манкуртизмом и забытьем исторической памяти, когда со стороны прежде всего цивилизованного Запада происходит внедрение в нашу культуру ценностей космополитизма. Под властью этих ценностей теряется как национальная идентичность, так и осознание этой потери, осознание заброшенности в состоянии бездомности и исторического сиротства.

Россия останется, сохранит свою идентичность, самодостаточность и национальное самосознание, когда освободится от диктата потребкульта, который при матом экономической целесообразности над духовной дегуманизирует личность

и общество и разрушает традиционные национальные ценности. Российской культуре следует перестроиться так, чтобы межкультурные взаимодействия являлись опорой для самостроительства, а не саморазрушения в без(д)умном потоке чужих заимствований.

Литература

Батчиков С. Путин и хаос глобализации // Путин: в зеркале «Изборского клуба» (Книга вторая). М. : Изборский клуб, Книжный мир, 2015.

Бек У. Что такое глобализация? М. : Прогресс-Традиция, 2001.

Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М. : Добросвет, 2000.

Глухова Т. И. Потребление как фактор изменений в социальной жизни российского общества // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. XIV. № 5(58). С. 66–78.

Грушин Б. А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. М. : Политиздат, 1987.

Кобяков А. Вперед и вверх // Путин: в зеркале «Изборского клуба» (Книга вторая). М. : Изборский клуб, Книжный мир, 2015.

Козин Н. Г. Искушение либерализмом // Вопросы философии. 2006. № 9. С. 47–66.

Никитина Э. В. Этнические процессы в глобальном информационном пространстве // Информационное общество. 2014. № 5–6. С. 77–83.

Платонов О. Миссия выполнима // Путин: в зеркале «Изборского клуба» (Книга вторая). М. : Изборский клуб, Книжный мир, 2015.

Сергеев Д. В. Культурно-семантические стратегии преодоления культурного кризиса в общественном сознании // Вопросы философии. 2011. № 10. С. 28–36.

Стычинский М. С. Массовая культура как фактор унификации общественной жизни // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2015. № 3(44). С. 298–303.

Федотова В. Г. Факторы ценностных изменений на Западе и в России // Вопросы философии. 2005. № 11. С. 3–23.

Шелейкова Н. И. Вечный «старо-новый» мировой порядок. М. : Беловодье, 2015.

Шемякина О. Д. Разрыв и преемственность в русской культурной традиции: опыт диалога // Общественные науки и современность. 2011. № 1. С. 106–116.