

НОВІ ЦІННОСТІ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті розглядаються процеси трансформації цінностей у постіндустріальному суспільстві. Досліджується вплив економічної, політичної і загальнокультурної стратегій розвитку постіндустріального суспільства на духовність і мораль. Аналізуються наслідки редукції духовних цінностей для людини і суспільства. Виявлено, що якщо вивчати розвиток наукових, технічних, технологічних параметрів сучасного суспільства, не вдаючись до смислових і ціннісних критеріїв їх аналізу, то до нього застосовується поняття прогресу, але якщо проаналізувати цей розвиток з аксіологічних позицій, то можна стверджувати, що ми живемо в епоху "вертикального вторгнення варварства".

Актуальність даної роботи ми вбачаємо, передусім, в тому, що не існує суспільства без ідеології. Ідеологія ж, у свою чергу, є ні чим іншим, як системою обґрунтування цінностей. І від того, які цінності покладені в основу загальнокультурної, загальносуспільної ідеології, залежить як рівень моральності й духовності культури, так і напрямки подальшого розвитку соціуму.

У сучасному суспільстві споживання (воно ж постіндустріальне, інформаційне суспільство) ми спостерігаємо явну перевагу матеріального над духовним, а у сфері науки – пріоритет природознавства над гуманітаристикою, ґносеології над етикою і аксіологією. Це свідчить про те, що процеси дегуманізації культури і редукції духовних потреб перетворюються на глобальні проблеми, оскільки людина антропологічно, передусім, духовна і моральна істота, і лише потім – біологічна. Але тенденції, які ми спостерігаємо у сучасному соціумі, яскраво демонструють, що означені вище пріоритети є вже не тільки вибором культури, але й ідеологічною і економічною основою існування постіндустріального інформаційного суспільства.

Метою роботи є розгляд напрямків і динаміки зміни ціннісних пріоритетів у суспільстві, які ініційовані розвитком сучасних наукових і інформаційних технологій, процесами глобалізації економічного, політичного і культурного життя. **Завданням статті** стає вияв закономірностей редукції духовності, моральності, цінностей і ціннісної самосвідомості у сучасному постіндустріальному суспільстві.

Терміни "постіндустріальне", "інформаційне суспільство" і "суспільство споживання" часто використовуються практично як синоніми. Тому в статті ми спиралися на роботи, присвячені специфіці розвитку інформаційного суспільства. Найбільш цікавими у теоретичному відношенні для заявленої теми ми вважаємо праці таких зарубіжних вчених, як М. Альєтт, Д. Белл, Ю. Габермас, Н. Гарнем, Е. Гідденс, Ж.-Ф. Ліотар, Е. Тоффлер, А. Турен, Ф. Уєбстера, Д. Хорві та ін., а також роботи вітчизняних і російських учених М. Ващєкіна, О. Гальчинського, В. Іноземцева, В. Кізіми, В. Ковалевського, М. Кузнєцова, Г. Несвіта, Ю. Нісєвича, Б. Парахонського та ін. Необхідним виявилось також звернення до робіт, присвячених аксіологічній проблематиці М. Марчука, Ю. Мєлкова, Х. Ортега-і-Гассєта, М. Попова, В. Тугарінова, Й. Хєйзінгі в яких розглядаються ціннісні аспекти буття сучасного суспільства.

Методологія дослідження передбачає використання критичного, праксіологічного, системного підходів. Необхідним було також звернення до синергетичного підходу, оскільки суспільство є складною відкритою, нерівноважною системою, що самоорганізується. Наслідки результатів цієї самоорганізації повинні бути хоча б частково передбачені, щонайменше – очевидні наслідки, очікувати яких вже сьогодні є всі підстави. Але центральним методологічним підходом у даному дослідженні стає аксіологічний, у межах якого ідеологічні, економічні, політичні і культурні зміни, що відбуваються сьогодні, набувають свого смислового значення і виявляють істинність чи хибність гасел про прагнення постіндустріального суспільства до блага кожної людини. Ціннісний аналіз подій, що відбуваються, дозволяє зрозуміти – чи є насправді благом ті світоглядні, моральні, духовні трансформації, які неминуче супроводжують економічний і технологічний поступ постіндустріального суспільства, і як вони можуть вплинути на суто антропологічні характеристики людини, а відповідно, й на майбутній розвиток суспільства.

Однією з особливостей постіндустріального суспільства стає тенденція до стирання будь-якої однозначності, властивій традиційним суспільствам, – культурної, світоглядної, аксіологічної. Але не це просто соціокультурний процес, а й необхідна вимога розвитку світового ринку, виробництва й політики. Економічна, політична, інформаційна реальність, яка змінюється, неминуче відбивається на світогляді, світовідчутті, світосприйнятті, навіть якщо людина або культура не зовсім це усвідомлює. Описаний процес – реальність, яка містить у собі позитивні моменти, наприклад, відкритість культури. Однак ця реальність також включає й значні духовні й культурні втрати: у свідомості людей поступово деформується моральний ідеал, смисли й цінності буття.

Перехід до постіндустріального суспільства стає керованим, передусім, споживчими потребами, які не завжди виникають стихійно, а часто створюються "зверху", хоча ритм цього переходу диктується, як зауважував П. Джонстон, розвитком технологій [1]. Відповідно, економіка суспільства орієнтована на виробництво.

Сьогодні у процесі інтеграції світового ринку виникає єдиний світ, але не як визнання різноманітності, взаємної відкритості, а скоріше як єдиний товарний світ. У цьому світі локальні культури й ідентичності втрачають коріння й замінюються символами товарного світу, взятими з рекламного та іміджевого дизайну мультинаціональних концернів. "Буття стає дизайном – причому повсюдно", – констатує У. Бек [2: 82]. "Люди суть те, що вони купують (або можуть купити)... Разом з купівельною спроможністю закінчується соціальне буття людини, що загрожує їй випаданням із суспільства" [2: 82]. Принцип максимального виробництва стверджує: що б ми не виробляли, чим більше ми виробляємо, тим краще. Успіх країни вимірюється сьогодні не рівнем духовності чи моралі, а зростанням виробництва. Змагання між країнами базується на тому ж принципі. Тому постіндустріальне суспільство цілком виправдано називають суспільством споживання.

Однак для того, щоб що-небудь споживати, потрібно мати в чомусь потребу, але потреби нерозривно пов'язані з цінностями, їх задоволення є засобом реалізації цінності. Отже, штучно створений культ споживання у сучасному світі регулює не просто споживацьку поведінку, яка має економічні й політичні наслідки для виробників інформації, товарів і послуг (тобто всього того, що може бути спожито, а, відповідно, може принести прибуток), але й впливає на функціонування духовних цінностей та прагнень.

Як відзначав В. Табачковський, "гіпостазована презумпція "колективного бажання" є виявом цілком виразної тоталітарної соціодинаміки... Таке світоглядове навіювання виконує абсолютно конкретні маніпулятивні соціально-охоронні функції. Його метою стає свого роду ідеальна соціальна істота: замість свободи бути собою (котра протиставляє індивіда суспільству) тут стверджують цілком прийнятну для останнього свободу володіти речами" [3: 377].

Сьогодні в процесі відтворення світу, культури, духовності формується тип людини й культури, які виробляють більше, ніж споживають. За словами Г. Патнема, "багато людей працюють, щоб досягнути цілей, досягнення яких не приносить насправді їм радості або ж не приносить їй їм стільки чи на стільки часу, ніж вони сподівалися... А це вже починає вводити смисл, у якому й самі цілі, а не тільки засоби, можна критикувати щодо їхньої ірраціональності" [4: 179]. Тим не менше, культура наполягає на пріоритеті раціональності, яка в такому контексті виявляється досить далека не тільки від реальності, але й від здорового глузду.

Поведінкою людини, як кажуть психологи, керує два види мотивацій – дефіцієтна, спрямована на задоволення фрустрованих потреб (потреба змінити стан справ, який сприймається як незадовільний або фрустрований), і нефрустрована (цікавість, бажання гри, прихильність, кохання тощо). Культ грошей, престижу, кар'єри, задоволень, індивідуалізму перетворюють мотивацію на дефіцієнтну, а в життя людини вноситься непомірна напруга, яка відсутня у випадку нефрустрованої мотивації. Вихід Л. Виготський вбачає в паралельному розвитку нижчих та вищих потреб [5]. Однак у сучасному світі відкрито домінують нижчі потреби й цінності, хоча їм і намагаються приписати статус вищих.

Для того, щоб не бути голослівними, можна навести деякі підтвердження цього факту, крім тих, що вже викладені вище. Такі, наприклад, як катастрофічне зменшення інтересу до гуманітарних наук і філософії на тлі бурхливого розвитку природознавства і спецдисциплін; особлива популярність тих напрямків гуманітаристики, які спрямовані не на розвиток духовності, а на вивчення механізмів управління індивідуальною й масовою свідомістю; аксіологічне домінування культу грошей, престижу, іміджу при майже повній деградації моралі, патріотизму, жертвовності, любові до ближнього та інших духовних цінностей.

Отже, в інформаційному суспільстві (воно ж постіндустріальне, воно ж суспільство споживання) існує своєрідна драматургія споживання – розігрується масштабний соціальний спектакль з усіма необхідними атрибутами: сценарій, постановка, декорації, костюми, актори – від звичайних статистів до зірок і кумирів. Утім, на відміну від звичайної вистави, у драматургії споживання задіяні всі ресурси інформаційного суспільства – від ідеології та світогляду до реклами, і всі ці засоби спрямовані на формування певної системи цінностей, яка буде регулювати поведінку людей. Наголосимо, що регулятором є не сам по собі світогляд як теоретичний конструкт, а, власне, вбудована в нього, а тому не помітна на перший погляд, система цінностей. Що ж до сучасної науки, то вона, як головна продуктивна сила суспільства, як основа його існування та один із найвпливовіших соціокультурних інститутів, не просто бере участь у цьому спектаклі, вона забезпечує саму можливість його постановки – як матеріально, так і ідеологічно.

Однак надто спрощено думати, що гроші в сучасному суспільстві позиціонуються як цінність сама по собі, інакше мова не йшла б про підміну цінностей. Підміна полягає в тому, що гроші стають еквівалентом свободи, яка розуміється як зняття багатьох природних обмежень і отождолюється у свідомості людини майже із всемогутністю. Гроші – це влада, здоров'я, молодість, краса, всездозволеність

та ін. Цей еквівалент усіх перерахованих вище благ і стає універсальною цінністю. Влада, слава, кар'єра також позиціонуються як можливості, тобто теж у певному сенсі – як еквівалент свободи, але не такий універсальний і всемогутній, як гроші.

У роботі "Філософія грошей" А. Мазаракі та В. Ільїн, спираючись на символічну специфіку грошей, обстоюють правомірність погляду на них як на "третю природу" буття людини, поряд з "першою" (природа) та "другою" (культура). Вони переносять розгляд феномену грошей зі сфери всезагального економічного інтересу – у "всезагальний еквівалент свободи" [6: 16]. Як частка наявного буття, яке в найзагальнішому плані є одвічною тяжбою життя і смерті, порядку та хаосу, боротьби свободи та необхідності, гроші репрезентують величезну організуючу силу життя, підпорядкування причинності-доцільності. Але якщо це навіть і так, то яснішими стануть цінності людини й суспільства, відповівши на питання – як вони реалізують свободу, надану грошима, тобто, простіше кажучи, – на що вони їх витрачають.

Ж. Бодрійяр у "Системі речей" розглядає властивості того способу соціальної інтеграції, що нав'язується рекламою – цим світом непотрібного та "несуттєвого". Але несуттєве стає глибинно-необхідним, тому по-своєму сутнісним. В. Табачковський відзначає: "Чого вартий, зауважимо, справжній імператив реклами: "Дивіться-но, усе суспільство заклопотане тим, аби пристосуватися до вас та до ваших бажань. То ж і для вас розумно було б інтегруватися у це суспільство". Тим самим нам навіюють долучення до "соціального консенсусу". Особливого значення набуває у цій маніпулятивній круговерті "презумпція уявної колективності" [7: 377]. Такі ж думки висловлював Е. Канетті в роботі "Маса і влада": "Кожна окрема людина усвідомлює, що, приєднавшись до маси, вона переступила межі своєї особистості. Вона відчуває полегкість – адже усунено всі відстані, що відкидали її назад, до себе самої і замикали її в собі. Позбувшись відстаней людина відчуває себе вільною, і саме в можливості переступити межі власної особистості і полягає її свобода" [8: 14].

Людина при народженні володіє відносно невеликим набором генетичних програм, що керують її реакціями на середовище. У процесі соціалізації, навчання і виховання над ними надбудовується постійно зростаюча кількість програм поведінки й діяльності, які людина засвоює з культури. Ці програми є продуктами свідомості й діяльності інших людей, у тому числі й уже минулих поколінь. Засвоюючи їх, індивід формується як особистість і включається в ті чи інші сфери діяльності, де він вирішує певні завдання. У цьому процесі він може генерувати нові знання, нові зразки діяльності, нові цінності та ідеали. І якщо вони відповідають запитам суспільства, то вони входять у потік культурної трансляції, перетворюються в феномени культури й можуть програмувати поведінку, спілкування та діяльність інших людей. Однак рівень запитів суспільства, включених у культурну трансляцію, стрімко падає. Як сказав з цього приводу Ж. Бодрійяр, "у себе вдома, в оточенні будь-якої інформації, екранів, я не перебуваю ніде, я перебуваю водночас в усьому світі, у всезагальній банальності, яка в усіх країнах одна й та сама" [7: 222].

Що ж стосується мас, то, насамперед, необхідно з'ясувати, які чинники визначають здатність особистості здійснювати орієнтацію в навколишньому світі. З'ясувавши, що це цінності, можна приступити до виховання і формування свідомості особистості й мас – через створення системи цінностей людини з її специфічним змістом та ієрархічною структурою (постіндустріальне суспільство має для цього всі технологічні можливості). Цим виховання відрізняється і від освіти як процесу передачі знань, і від навчання як способу передачі вмінь, і від управління як підпорядкування індивіда соціальним нормам. Суть виховання – у **залученні** вихованця до цінностей вихователя, а не в інформуванні про цінності, не в їх вивченні і не в їх нав'язуванні. Проте інформування про цінності, їх вивчення й нав'язування є засобами залучення особистості до цінностей, ефективність яких залежить від успіхів технологічних і гуманітарних напрацювань інформаційного суспільства.

Згадаймо слова В. Тугаринова: "У галузі соціально-політичних і духовних цінностей критерій користі наштовхується на питання: для кого?" [9: 283], а також В. Віндельбанда: "Повстання безмежного індивідуалізму досягає своєї вищої точки в утвердженні відносності всіх цінностей. Тільки владна воля "надлюдини" продовжує існувати як абсолютна цінність і санкціонує всякий вживаний засіб. Для "вищої" людини немає вже більше ніякої норми – ні логічної, ні етичної. Місце "автономії розуму" заступає свавілля "надлюдини" – ось той шлях, яким XIX століття прийшло від Канта до Ніцше" [10: 467]. Мабуть, тим же шляхом продовжували йти й XX, й XXI століття.

Постіндустріальне суспільство інакше ще називають інформаційним (Д. Бел, Е. Тофлер, У. Бек), роблячи лише інші сутнісні і смислові акценти у його описі. Протягом останніх сорока років повністю сформувалися передумови для широкомасштабного переходу до інформаційного суспільства. Зміни в оточуючій нас культурній реальності відбуваються в історично стиснуті строки, на очах одного покоління. "Звичайно, не скрізь вони ще проявилися повною мірою, не всі країни пройшли необхідні "підготовчі" етапи, – стверджує І. Мелюхін, – але глобалізація економічного життя, усунення колишніх ідеологічних бар'єрів, стрімкий технологічний прогрес "стискують" час, наданий державам для формування політики, яка дозволяє безконфліктно й з користю для себе вийти на новий щабель розвитку

– в інформаційне суспільство" [11]. Очевидно, що невідворотність цього процесу зумовлена специфікою міжнародного як економічного, так і політичного співробітництва, а також темпами світової інтеграції.

У літературі нерідко можна зустріти винятково оптимістичні прогнози й очікування щодо культурних перспектив інформаційного суспільства, хоча, ймовірно, перехід до масового використання найновіших інформаційних і телекомунікаційних технологій неодмінно спричинить серйозний соціальний стрес, надасть технічну можливість групам людей, які володіють засобами масової інформації й комунікації, контролювати все суспільство й кожну людину. Крім того, в інформаційному суспільстві з'являються необмежені можливості керування самосвідомістю людини, в тому числі – ціннісною самосвідомістю.

Сучасне інформаційне постіндустріальне суспільство досягло дуже високого рівня складності. Але з точки зору синергетики (теорії самоорганізації), чим вища складність системи, тим вищий рівень когерентності підсистем, коли їх сукупний кооперативний ефект визначає поведінку системи загалом, а зміни, що відбуваються в одній з підсистем, моментально поширюються на всю систему. Отже, будь-який небажаний економічний, політичний, інформаційний, культурний фактор буде діяти вже не локально, а на рівні всієї системи. Це стосується і впливу інформації на базові цінності культури й людини.

Оптимістичні прогнози, що висловлюються деякими вченими стосовно того, що перетворення людства в єдиний "розум", у єдиний живий організм приведе до зростання творчості, демократії, свобод особистості, навряд чи мають під собою беззаперечні підстави. Передусім тому, що криза духовності в сучасній культурі і, насамперед, в економічно, технічно, політично домінуючих країнах сьогодні очевидна і є однією з глобальних проблем людства. Єдиний інформаційний простір, надмірність інформації, доступ до неї, а також "інформаційне забруднення", що супроводжує ці процеси, не усувають кризи духовності. Скоріше навпаки – вони можуть сприяти її різкому посиленню, а також зменшенню спроможності до ціннісної саморефлексії суб'єктів культури.

Коли Г. Хакен запропонував використати теорію самоорганізації для вирішення проблеми інформаційного вибуху, він, спершу, виділяв необхідність створення такої культурної парадигми, в якій є чітка й зрозуміла ієрархія цінностей, і однозначно виокремлені ті, навколо яких можливе структурування і духовності, і моральності. "Через величезну кількість знань, накопичену людством, – пише він, – виникають суттєві труднощі. Таким чином, цілком у дусі синергетики, важливо знайти загальні ідеї та принципи, які уніфікуються, щоб впоратися з такою кількістю інформації" [12: 53]. Тобто мова йде про необхідність відповідних аксіологічних констант, оскільки, на нашу думку, практично не існує ціннісно нейтральної інформації. Інформація відображає не лише самі явища, але і їх *значення* для суб'єкта, що їх сприймає. Крім того, механізм ціннісного регулювання людини включає в себе такий аспект: людина не просто оцінює ті чи інші речі й події, а *співвідносить* їх з тими цінностями, які *вже* існують у структурі свідомості особистості, соціуму, окремих соціальних груп. Ця обставина, помічена Г. Хакеном, робить необхідним однозначне і ясне утвердження конкретних ціннісних пріоритетів в суспільстві, оскільки моральний і аксіологічний плюралізм, що декларується сучасною культурою, виявляється неспроможним забезпечити цілісність і подальший розвиток ані культури, ані соціуму, ані людини. Це твердження сьогодні має вже не тільки моральні і теоретичні підґрунтя, воно базується на знанні фундаментальних закономірностей розвитку відкритих нелінійних систем.

У **висновках** зазначимо наступне. Якщо вивчати розвиток наукових, технічних, технологічних параметрів сучасного суспільства, не вдаючись до смислових і ціннісних критеріїв їх аналізу, то до нього можна абсолютно обґрунтовано застосовувати поняття прогресу. Але якщо проаналізувати цей розвиток з аксіологічних позицій, то цілком можна буде погодитися із Й. Хейзінгою та Х. Ортегою-і-Гассетом у тому, що ми живемо в епоху "вертикального вторгнення варварства".

У **подальших дослідженнях** теми ми вважаємо за доцільне звернутися до аналізу впливу сучасних наукових надтехнологій на природне, соціальне і духовне буття особистості і напрямки трансформацій суспільних відносин, тому що саме прогрес у сфері надтехнологій стає сьогодні не тільки економічною, але й ідеологічною базою існування і подальшого розвитку постіндустріального суспільства, а також каталізатором змін у ціннісній самосвідомості людини і культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Джонсон П. Технологические аспекты развития глобального информационного общества [Електронний ресурс] / П. Джонсон // Международный симпозиум ["Глобальное информационное общество : Деятели и жертвы"] (Poitiers-Futuroscope, Франция, 1–5 марта 1999 г.). – Режим доступа (станом на 2008 р.): <http://www.ieie.nsc.ru:8101/~forsis/publ/poitiers/john1.html>.
2. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию / Ульрих Бек; [пер. с нем. А. Григорьева и В. Седелника]. – М.: Прогресс-традиция, 2001. – 303 с.
3. Табачковський В. Полісутнісне homo: філософсько-мистецька думка в пошуках "неевклідової рефлексивності" / Віталій Табачковський; НАНУ; Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди. – К.: Парапан, 2005. – 432 с.
4. Патнем Г. Розум, істина й історія / Гіларі Патнем; [пер. з англ. Олександр Мокровольський]. – К.: Вид. дім "Альтернативи", 2003. – 232 с.

5. Выготский Л. С. Развитие высших психических функций : из неопубликованных трудов / Л. С. Выготский. – Москва : АПН, 1953. – 499 с.
6. Мазараки А. А. Философия денег / А. А. Мазараки, В. В. Ильин. – К. : И-во Киевский национальный торгово-экономический университет, 2004. – 718 с.
7. Бодрийяр Ж. Прозрачность Зла : [сб. эссе] / Жан Бодрийяр ; [пер. с фр. Л. Любарской и Е. Марковской]. – М. : Добросвет, 2000. – 257 с.
8. Каретті Е. Маса і влада / Еліас Каретті ; [пер з нім. О. Логвиненко]. – К. : Альтернативи, 2001. – 416 с.
9. Тугаринов В. П. Избранные философские труды / В. П. Тугаринов ; [предисл. А. О. Бороноева] ; ЛГУ им. А. А. Жданова. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1988. – 344 с.
10. Виндельбанд В. От Канта до Ницше : История новой философии в ее связи с общ. культурой и отд. науками / Вильгельм Виндельбанд ; [пер. с нем.]. – М. : Канон-Пресс-Центр : Кучково Поле, 1998. – 492 с.
11. Мелюхин И. С. Информационное общество : истоки, проблемы, тенденции развития / И. С. Мелюхин. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 208 с.
12. Хакен Г. Информация и самоорганизация : Макроскопический подход к сложным системам / Г. Хакен ; [пер. с англ. Ю. А. Данилова ; предисл. Ю. Л. Климонтовича]. – М. : Мир, 1991. – 240 с.

Матеріал надійшов до редакції 06.06. 2011 р.

Савостьянова М. В. Новые ценности постиндустриального общества.

В статье рассматриваются процессы трансформации ценностей в постиндустриальном обществе.

Изучается влияние экономической, политической и общекультурной стратегий развития постиндустриального общества на духовность и мораль. Анализируются последствия редукции духовных ценностей для человека и общества. Выявлено, что если изучать развитие научных, технических, технологических параметров современного общества, не прибегая к смысловым и ценностным критериям их анализа, то к нему используется понятие прогресса, но если проанализировать это развитие с аксиологических позиций, то можно утверждать, что мы живем в эпоху "вертикального вторжения варварства".

Savostyanova M. V. The New Values of the Postindustrial Society.

The article considers the transformational processes of the values in the postindustrial society. The influence of the economical, political, general cultural strategies of the postindustrial society development on the spirituality and morality is studied. The consequences of the spiritual values reduction for a human and the society are analyzed. It was discovered that if a man studies the development of the scientific, technic, technologic parameters of the modern society without recourse to the notional and axiological criteria of their analysis, we can use the notion "progress" referring to it, but if we analyze this development from the axiological view, we can assume that we live in the epoch of the "vertical barbarism invasion".