

Постмодернизм как мировоззрение постиндустриального общества:
аксиологические аспекты
Колкутина Вера Павловна
старший преподаватель, кандидат философских наук
Пермский государственный университет им. А. М. Горького, Пермь, Россия
E-mail: vera_kolkutina@mail.ru

В современном мире периодически поднимается проблема уникальности и постоянства индивидуального существования человека. С какой целью? Волна инноваций, захватывающая общество, коренным образом изменила жизнь общества, и как следствие систему ценностных ориентаций, и требует от личности умения ориентироваться в потоке информации, с необходимостью вызывая к обретению собственной жизненной позиции. Как реагирует общество на эту новизну? Общество выдвигает на передний план информационную деятельность, т.е. деятельность, связанную с производством, потреблением, трансляцией и хранением информации. Но вместе с этим приходит осознание того, что осмыслить данное положение вещей в рамках традиционных подходов стало довольно затруднительно. Качественный скачок в информационной индустрии настоятельно указывает на необходимость анализа новейших технологий сквозь призму мировоззренческих изменений.

Как проецируется изменение в производственной сфере на мировоззрение общества? С целью определить изменившиеся константы, мы проанализировали процесс формирования и распространения особого типа умонастроения и мироощущения, получившего широкую известность под общим названием "постмодернизм".

Основные характеристики постмодернизма: принципы плюрализма и децентрации, принципы фрагментарности. Они вытекают из общей установки постмодерна - неприятия господства целого над отдельным, и коррелируют с прижившимися в обществе установками постиндустриального общества: «потребление», «индивидуализм», «отчуждение». Ценностный сдвиг в социально-гуманитарном знании характеризуется замещением прежних философских приоритетов: сознание уступает место инстинктивному, тотальность – множественности, религия – псевдорелигии. В философскую культуру внедряется мнение о том, что истинно универсального метода познания не существует. Доминанта современной культуры приходится на форму, тело, вместо содержания, духа, а центр культуры смещается от духовности к телесности. В центре ментальности и дискурса оказывается тело, плоть. Область философского знания связанного с культурными ценностями, в условиях "критической саморефлексии" и децентрации современной культуры, открывших "невиданную многомерность мыслительного опыта", переживает методологический кризис.

Информационные технологии рассматриваются, таким образом, не только с позиции "нечто принадлежащее исключительно миру техники". Осуществлена попытка выявить генетическое родство между теориями общественного устройства, информационными технологиями, создавшими уникальные возможности для нового видения и восприятия социальной реальности и постмодернистскими концепциями, формулирующими специфику ощущения этой реальности. "Осознание того, что поведение людей определяется не столько рекомендациями разума, сколько борьбой индивида с природой, другими людьми, с самим собой за признание, борьбой, исход которой определяется равновесием противоборствующих сил, приводит к необходимости изменения классического способа философствования, согласно которому любое начинание, будь то религиозное, научное или политическое, должно строиться на рациональной основе".¹ И мы анализировали постмодерн не просто как течение в культурном пространстве, а мировоззренческий пласт, имеющий вектор направленного развития и отражающий положение дел в обществе.

¹ Марков Б.В. Предисловие к: Бодрийар Ж. Забыть Фуко. - СПб., 2000. - С. 5 - 34.

Методы

За методологическую основу была взята позиция материалистического подхода к анализу общественных отношений. Основной инструментарий - контент-анализ текстов по аксиологической проблематике, постмодернизму; сопоставление, анализ, синтез, описание полученных данных. Область политики выбрана как экспериментальная, так как наиболее характерной областью воплощения проектов постмодерна в социокультурной реальности, на наш взгляд, является сфера культуры политической.

Политическая культура постепенно интегрирует в себя все остальные виды культур. Так мода, искусство ценны не только сами по себе, как проявления сферы духовного, но и как объекты мирового политического процесса. Финский исследователь Джордж Ринно в своих последних работах поднимает вопрос новых социальных движений в условиях постмодерна. Это связано, по его мнению, с возникновением постмодернистского стиля жизни, новой системы постмодернистских ценностей и возрастающей ролью индивидуального выбора человеком характера деятельности в политике. А глобализация и постмодерн, с одной стороны, открывают позитивные перспективы рационализации и оптимизации для демократического развития на основе принципов гуманизма, с другой - создают предпосылки для элитарно-информационного и корпоративистского отчуждения человека от политики.

Результаты

Проведенный анализ показал, что зерно силы разрушающей бытие общества в эпоху современности заключено именно в интенсивности развития сферы разумного. Потому, важную роль в философском дискурсе, относительно социальной реальности, играет понятие ноосферы, и связанные с ним в контексте современной традиции понятия логос и хаос, естественное и искусственное.

Установлены стили жизни, складывающиеся на основе предпочтений к некоторым типам ценностей в постиндустриальном обществе: «вещизм», «прагматизм», «активизм», «гедонизм».

Сформулирован принцип «цивилизованности», как опоры на формальные механизмы упорядоченного, правового поведения, и вывод о том, что перспективой развития постиндустриального общества является информационная цивилизация, основанная на идее власти знания и компетентности, рождающая персонализированное общество, тем более, что реальные социализм и капитализм уходящего века были двумя полюсами развития бюрократической системы власти как способа подавления сущностных сил личности во имя саморазвития социальной системы.

Результаты исследования свидетельствуют об актуальном прочтении этической проблематики в категориях маркетинга. Хотя концепция самоусовершенствования личности разработанная профессором Дихтером, который доказывает, что «делать из своей жизни удовольствие – нравственно, а не безнравственно», что цель рекламы – избавить человека от его застенчивости перед счастьем, и это не трудно сделать, так как «реклама берет на себя моральную ответственность за все общество в целом», подвергнута критическому анализу, так как такая способность свободно наслаждаться жизнью, есть «свобода «по недостатку»» – это свобода регрессивного поведения, в котором стремление к счастью подменяется суррогатом – возможностью «разрядить в себе любые конфликты» через свободу обладать вещами. Преодоление одностороннего (рационально - экономического) подхода в исследовании постиндустриального общества перспективно для объективного сосуществования различных способов видения истории и общества в рамках постмодернистской парадигмы.

Литература

1. Марков Б.В Предисловие к: Бодрийар Ж. Забыть Фуко. - СПб., 2000.- С. 5- 34.
2. Аронсон Э. Пратканиц Э. Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. - 384 с.
3. Ernest Dihter. Packaging: The Sixth Sense. 1975.