

## ЦЕННОСТИ ОБЩЕСТВА МОДЕРНА НАЧАЛА ХХІ ВЕКА В КОНТЕКСТЕ КРИТИКИ РУССКИХ МЫСЛИТЕЛЕЙ ХІХ–ХХ ВВ.<sup>4</sup>

А.П. Соловьев, г. Уфа, Россия

1. Если мы посмотрим на наиболее значимые парадигмы мировой мысли нашего времени, то увидим констатацию факта исчезновения человека как субъекта, как автора, как того, кто творит. В большинстве своем возникает ощущение, что человеком и обществом управляет то, что им неподвластно, но одновременно – внутренне им присуще: капитал, «воля к власти» либидо, информация, язык, «структуры мышления», дискурсы. Все это мыслится лишь проявляющимся через человека и общество, которые оказываются обезличенными проводниками различных гипостазированных аспектов общественной жизни человека. Это то, что вербально утверждает современная философия о человеке и обществе.

2. Но это проговаривание «смерти автора» (Р. Барт, М. Фуко), «путеводной нити языка» (М. Хайдеггер) и т.п. указывает на то, что современная философия более чем озабочена человеком и что мировоззрение, выражаемое современной философией, продолжает оставаться антропоцентрическим. Философы мыслят мир, в центре которого человек не могущий быть свободным – выбор за человека делают указанные выше гипостазированные аспекты. Данные аспекты (либидо, капитал, информация, язык, «структуры мышления», дискурсы), будучи объективированы и гипостазированы, уже как бы в качестве самостоятельных «сущностей» делают невозможной. Более того, эти «сущности» одновременно понимаются и как способные к скрытому «управлению» человеком.

3. Современная мысль продолжает оставаться антропоцентричной, то есть «модерной», просвещенческой по своей сути – она заботится об угнетенном и несамостоятельном человеке. При этом, философы, указывая на то, что в человеке должно быть «освобождено», вновь сводят его сущность к неким аспектам его существования, которые вполне могут быть объявлены подавляющими. В этом смысле под наибольшим подозрением оказывается разум, либидо и потребление. Показательно, что и человек в современном обществе – это человек-масса (Х. Ортега-и-Гассет), человек-потребитель (Э. Фромм, Ж. Бодрийар), не замечающий отсутствия своей свободы, которая, по этой логике, невозможна.

4. Само общество в современном мире скрывает свою потребительско-утилитаристскую сущность и обезличивание человека. Делает оно это, например, с помощью понятия «информационного

---

<sup>4</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ («Философия архиепископа Никанора (Бровковича) в контексте истории русской мысли ХІХ–ХХ веков»), проект № 12-03-00033а.

общества», которое как бы указывает на интеллектуализм и на самостоятельность человека. Это общество можно назвать «обществом спектакля» (Ги-Э. Дебор), а понятие «информационности» – симулякром (Ж. Бодрийар). С помощью этого «спектакля» и «симулякра» человек «инсценирует» для себя свою рациональность и самостоятельность. На самом же деле это общество, да и современная философия, характерная для этого общества, предполагает такой антропоцентризм, при котором человек понимается как одержимый: властью (Ф. Ницше), либидо (З. Фрейд), капиталом (К. Маркс), игрой (Й. Хейзинга) и т.д. То есть – главный фокус все же на человеке, но человеке, который не контролирует себя и скрывает эту одержимость от себя самого.

5. В действительности современное общество не информационное, это не общество, где знание и разум является высшей ценностью. Это – общество электронных коммуникаций, «сетевое общество», так как наибольшей ценностью с его точки зрения обладает в действительности не информация, а средства ее передачи (М. Кастельс). Современное общество – это общество не какое-то особое «постмодернное», а все то же антропоцентрическое общество продолжающегося модерна, потерявшего веру в свободу и самостоятельность человека. Но это общество продолжает ориентироваться на новации, направленные на удовлетворение тех «одержимостей», которые управляют человеком. Только это общество производит уже не товары-предметы, а товары-услуги (в первую очередь коммуникации («сети») (М. Кастельс) и бренды (Н. Кляйн) как каналы подачи любой информации, без чего спектакль невозможен).

6. Каковы же перспективы такого общества? Подсказку на этот вопрос нельзя искать в ценностных ориентирах антропоцентрической парадигмы, ибо это будет ответ вовлеченного в систему современных ценностей мыслителя. Если мы попытаемся решить вопрос о перспективах человека в рамках антропоцентризма, то мы придем либо к критике «одержимости» через иную «одержимость», либо к апологии одной из «одержимостей», которая будет объявлять себя ценностью и продолжать скрывать свою диктатуру претендуя на доминирование.

7. Поэтому мы предлагаем обратиться к иной парадигме, к «теоцентризму», но не к классическому теоцентризму средневековья, а к антропологически ориентированному теоцентризму русской религиозной философии. Именно в данной парадигме человек осознается как способный к выбору и к творческому акту субъект, как тот, кто может сделать выбор. Причем эта свобода выбора понимается не в просвещенческом смысле, как автономия человека, но как момент ограниченный тем, что человек выбирает между Богом и миром, между любовью к Богу и ближнему и эгоцентрическим самолюбием, то есть, в конечном счете, – между свободой в Боге и «одержимостью» миром.

8. В первую очередь, в связи с характеристиками современного общества как общества «спектакля» и как «сетевое общества», следует, по нашему мнению, обратиться к текстам трех русских мыслителей – архиеп. Никанора (Бровковича), К.Н. Леонтьева и А.Ф. Лосева. Именно эти мыслители в условиях развивающегося модерна второй половины XIX – нач. XX вв. отмечали большое значение для развития антропоцентрического общества как средств коммуникаций (для XIX – первой половины XX в. – это железные дороги (о которых писали архиеп. Никанор и К.Н. Леонтьев)), так и средств подачи тех идей, которые делают эти коммуникации возможными и существенными («миф» (о котором писал А.Ф. Лосев)).

9. Архиеп. Никанор еще в 1880-х гг. отмечал, что, начиная с нового времени, перемещения становятся средством гонки за прибылью и удовольствиями, что приводит к увеличению скорости развития техники. Скорости, требуемые развитием материальных потребностей и борьбой за их удовлетворение, имеют своим результатом развитие средств доставления этих удовольствий в пространстве и во времени. Подобное преодоление пространственности создает иллюзию всемогущества, что приводит к релятивизации традиционных нравственных ценностей и к экологической катастрофе. Явным примером для него были железные дороги, для характеристики которых он уже тогда использовал образ «всемирной паутины».

10. В свою очередь К.Н. Леонтьев, положительно оценивая идею архиеп. Никанора отмечал, что развитие скоростных коммуникаций связано с характерным для европейского антропоцентризма эгалитаризмом и всесмешением (в результате развития коммуникаций), то есть с обезличиванием человека «одержимого» миром. По его мысли, эта «одержимость» должна привести к господству уравнительного социализма с упадническими и антивиталистскими ценностями, с последующим впадением в анархию и формированием нового феодализма.

11. Важны для оценки перспектив общества «потребления-спектакля-коммуникаций» идеи А.Ф. Лосева – о значении мифа для утверждения приемлемости для человека обезличивающей «одержимости» миром и о логическом вырождении либерализма в социализм, а последнего в анархию, ведущую к тотальному самоуничтожению или вырождению.

12. Идеи этих мыслителей косвенно подтверждают и некоторые современные западные интеллектуалы. Например У. Эко пишет о том, что антропоцентризм должен привести к «новому средневековью», то есть к анархии, на смену которой придет новый феодализм. Причем свое эссе о новом средневековье Эко начинает с описания того, как после коллапса коммуникаций современная Америка может свергнуться в анархию.

13. В связи со сказанным выше возникает старый вопрос: «что делать?» Продолжать поддерживать традиционные нравственные ценности с атропологически ориентированных теоцентрических позиций и тем сдерживать анархию? Или бунтовать против анархии, увеличивая энтропию? И может ли быть третий путь в наше время, когда теоцентризм многих пугает, а антропоцентризм беспомощен?

## ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДОВ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Д.Н. Суховская, г. Пятигорск, Россия

В современных условиях глобализирующегося общества вопросы модернизации социального пространства России не могут быть решены в отрыве от совершенствования пространственной организации расселения населения по ее территории и организации креативного пространства городов.

Формирование пространственной модели современного мегаполиса включает аспекты повышения конкурентоспособности и агломерационного развития, но главным фактором в концепции развития креативного города остается искусство приращения социальной значимости человека и человеческой ценности. Мировоззрение, способности человека и социальные ценности дают возможность превратить физическое пространство в обитаемые человеческие поселения.

Под концепцией креативности в развитии и управлении городом или «креативным управлением городом» понимают метод стратегического планирования, принимающий во внимание способность людей творчески думать, планировать и действовать.

В рамках философской концепции «креативного города» городу, для того, чтобы стать креативным достаточно внедрить какую-либо социальную инновацию. Концепция опирается на такие понятия, как: «матрица инноваций», «холизм», «креативные циклы», предложенные гуром креативного мышления - Эдвардом Де Боно с его «латеральным мышлением».

Рассмотрим основные этапы создания креативного города, предложенные Эдвардом Де Боно:

1. Выявление и обсуждение креативных ресурсов города.
2. Акцентирование творческих личностей города (группировка выявленных творческих людей по разным сферам городского развития, выявление «белых пятен»).
3. Создание городской креативной сети и установление ее связи с мировым сообществом через интернет-ресурсы.