

ПРЕКРАСНОЕ В ЧЕЛОВЕЧЕСКОМ СОЗНАНИИ КАК ОНТОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ПАТРИОТИЗМА

Душкин Алексей Михайлович

Аспирант, Высшая школа народных искусств (академия)

ohpk@mail.ru

BEAUTY IN THE HUMAN MIND AS AN ONTOLOGICAL BASIS FOR THE FORMATION OF PATRIOTISM

A. Dushkin

Summary: The purpose of the study is to analyze the beauty in human consciousness and determine its influence on the ontological structure of the unity of society. The article examines two alternative concepts in understanding beauty: beauty in popular culture and beauty in traditional culture. The scientific novelty of the research lies in the methodological analysis of the ontological concept of the formation of the unity of society, within the framework of beauty in human consciousness. As a result, it has been proved that in the ontological structure of the unity of society, beauty is found, reflection on which allows formulating methods of integrating the subject into society.

Keywords: ontological foundations of unity, beautiful, massive, tradition, culture, expedient.

Аннотация: Цель исследования – анализ прекрасного в человеческом сознании и определение его влияния на онтологическую структуру единства общества. В статье рассматриваются две альтернативные концепции в понимании прекрасного: прекрасное в массовой культуре и прекрасное в традиционной культуре. Научная новизна исследования заключается в методологическом анализе онтологической концепции формирования единства социума, в рамках прекрасного в человеческом сознании. В результате доказано, что в онтологической структуре единства общества, обнаруживается прекрасное, рефлексия над которым, позволяет сформулировать методы интеграции субъекта в социум.

Ключевые слова: онтологические основы единства, прекрасное, массовое, традиция, культура, целесообразное.

Введение

Актуальность нашего исследования обусловлена проблематикой консолидации социума в российском обществе. Россия полиэтническая (многонациональная) страна, каждый этнос, входящий в состав Российской Федерации, является носителем своей собственной уникальной культуры и традиций. Но, анализируя современность, мы наблюдаем процессы определенной дезинтеграции российского социума, что может повлечь за собой распад целостности нашей страны. В данной статье мы рассмотрим, каким образом феномен прекрасного проявляется в массовом и традиционном сознании, чтобы произвести анализ онтологической основы единства в массовом и традиционном социуме посредством феномена прекрасного.

Для достижения указанной цели исследования необходимо решить следующие задачи: во-первых, исследовать предпосылки и причины становления массовой культуры и исследовать «прекрасное» в данной парадигме; во-вторых, выявить специфику традиционной культуры, сквозь призму «прекрасного»; в-третьих, исследовать влияние «прекрасного» на онтологические основы единства социума в парадигме двух типов человеческого сознания.

Для разделения двух типов человеческого сознания

на онтологические модели единства социума, основанные на восприятии «прекрасного», в статье применяются следующие методы исследования: диалектический метод, историко-метафизический метод. Теоретической базой исследования, наряду с трудами Х. Ортега-и-Гассет, послужили произведения следующих авторов: Ж.Б. Бодриера, И. Канта.

Практическая значимость исследования заключается в том, что сегодня существует две культурные модели: традиционная и массовая. В рамках данных моделей культуры происходит становление различных типов мышления и восприятия окружающего мира. Прекрасное, как идентификатор модели человека в культуре, обнаруживает его идентификацию и идентичность. Для сохранения целостности современного отечественного социума необходимо исследовать модели формирования единства носителями различных типов культуры: массовой и традиционной. Идентификатором дезинтеграции, а после и интеграции субъекта, послужит понимание и отношению к «прекрасному» в каждой из выявленных нами культур.

Начнем наше исследование с понимания массового общества и массового человека, как носителя данной формы мышления, в рамках изучаемой нами парадигмы.

Глобализм стирает все этнокультурные рамки, прида-

ет забвению национальные традиции, оставляя за собой усредненного человека, человека массового общества. Глобализация и массовый человек являются составляющими массового общества – общества потребления.

«Чтобы оценить, достаточно ли велики эти различия для того, чтобы славянские народы могли и должны были выработать свою самобытную культуру, под страхом утратить значение исторического племени в высшем значении этого слова» [7].

Такой феномен, как массовое общество, зарождается в начале XX века на базе развития капиталистических отношений в мировой экономике. Именно тогда начинает стираться культурный и образовательный ценз для потребления как материальных повседневных предметов, так и предметов элитарной культуры. Как пишет Ортега-и-Гассет: «...массы заполняют все театры, выставки картин и музеи» [9]. Заполнение массами элитарных пространств внутри социума отнюдь не подразумевает, что масса способна восторгаться или наслаждаться пониманием и чувствованием элитарного. Человек массового общества, погружаясь в пространство элитарных символов, старается воспринимать их посредством своего понятийного аппарата, сформированного в обществе массового потребления. Другими словами, он приходит в театр или музей не как в место для созерцания искусства, а для того, чтобы разнообразить свой досуг. Конечно, можно сказать, что человек, придя в театр или музей, приобщается к культуре. В какой-то мере да, но данное приобщение к культуре должно происходить интенциональным методом, а не экстенциональным, внутренним культурным развитием с детства, а не подражанием и тиражированием поведения. «При этом зависимость человека от природы тем меньше, чем выше его культурный уровень» [6]

Человек внутри себя должен совершать стремительные акты развития рассудочного – понятийного аппарата, который впоследствии приведет его к тому, что он сможет воспринимать элитарные символы культуры. Экстенциональные попытки приобщиться к элитарному преобразуют внешнюю форму человека. Массовый человек, посещающий театры, выставки, литературные вечера, будет знать, и уметь соблюдать этикет поведения в элитарных пространствах, и даже сможет транслировать данное поведение в свою повседневную жизнь. Но внутреннего, интенсивного роста не произойдет, поскольку субъект, как мы говорили ранее, не сможет воспринимать содержание, символы элитарной культуры, а будет довольствоваться только приобщением к форме элитарного. «Головокружительный рост означает все новые и новые толпы, которые с таким ускорением извергаются на поверхность истории, что не успевают пропитаться традиционной культурой. И, в результате, современный средний европеец душевно здоровей и крепче своих

предшественников, но и душевно беднее. Оттого он порой смахивает на дикаря, внезапно забредшего в мир вековой цивилизации» [10].

Паразитизм массового ведет к деградации элитарного, или симбиоз элитарного с массовым приводит к развитию массового?

«Все это старое буржуазное царство подлежит гибели, оно разложится, и на месте его возникнет новое, не гуманистическое, не человеческое, в котором будет своя новая, нечеловеческая, негуманистическая мораль и культура, со своими новыми, нечеловеческими «наукой» и «искусством» — это и будет новое явление страшного коллектива» [4].

Массовое общество и массовый человек появляются в капиталистическую эпоху, эпоху – где существует рыночная экономика. Массовый человек не является носителем элитарного, он всего лишь механизм, который выполняет две функции: зарабатывания и траты денег. Массовый человек лишается сопричастности к Вечному, Вечное нельзя оценить в материальном эквиваленте, Вечное – бесценно, т.е. не имеет стоимости. Элитарная культура, элитарное пространство и наконец, элитарные символы не зависят от экономической оценки, они ценны сами по себе. Элитарное ценно своим существованием, своей сопричастностью с вечным.

Как пишет Ж.Б. Бодрийар: «Мы чувствуем, что внезапно стали одинокими, что мертвые умерли всерьез, навсегда и больше не могут нам помочь. Следы духовной традиции стёрлись. Все примеры, образцы, эталоны бесполезны. Все проблемы, будь то в искусстве, науке или политике, мы должны решать только в настоящем, без участия прошлого» [5].

Взаимодействие массового и элитарного приводит к упрощению элитарного. Массовое, в своей сущности, направлено на тиражирование материально-бесконечных объектов, элитарное – на созидание индивидуально-творческих объектов. «Культура перестанет быть столь исключительно европейской и станет мировой, универсальной». [4]

Элитарное, попадая в среду массового, теряет свою уникальность. Массовое конвертирует трансцендентную творческую связь элитарного в материальную бесконечность. Шедевр начинает тиражироваться, тиражирование подразумевает продажи репродукции элитарного объекта в массы. Таким образом, массовое поглощает элитарное, лишает его сакральной связи с метафизическим, творческим актом автора, путем тиражирования, переводом.

Следующим этапом нашего исследования будет яв-

ляться анализ феномена прекрасного в философской концепции И. Канта.

И. Кант определяет прекрасное как красоту, которая является формой целесообразности предмета, она воспринимается не с позиции утилитарности, а рассматривается как энергия, которая, минуя понятия (рассудочный аппарат), позволяет нам получать удовольствие. Мы не можем в момент созерцания прекрасного, красивого рационально анализировать происходящий с субъектом процесс.

По мнению И. Канта, «Красота есть форма целесообразности предмета, поскольку она воспринимается в нем без представления о цели, таким образом, прекрасно то, что, не будучи дано в понятии, пробуждает удовольствие, поскольку представляет целесообразность. Так, цветы благодаря гармонии своих частей воспринимаются как красота дикой природы даже без всякого раздумья о цели их существования. Суждения вкуса чреватые антиномией: они недоказуемы, но претендуют на обязательность. Они зиждутся на субъективном ощущении, но в то же время обращены к надындивидуальному общему чувству» [8].

Красота как атрибут прекрасного, является активным проявлением феномена прекрасного. Красоте как объекту необходим субъект, который будет ее созерцать, для того, чтобы посредством созерцания красоты он погрузился в прекрасное. Красота – это символ прекрасного в материальном мире. Символ прекрасного, заключенный в красоте, соотносит познающего субъекта через символ к объекту – прекрасному.

«Не подлежит сомнению, что большая часть мира подавлена своими традициями и воспоминаниями: не будем завидовать тесному кругу, в котором мир бьется» [10].

Прекрасное как проявление целесообразности включает в себе безвозмездное наслаждение для субъекта. Субъект не расплачивается за созерцание прекрасного. Прекрасное эманурует из себя красоту, которая является активным проявлением прекрасного, и требует от субъекта привлечения внимания.

В массовом обществе, сформированном на базе рыночной экономики, происходит использование символов красоты. Прекрасное, в которое происходит погружение субъекта, посредством потребления символа красивого, заменяется прибылью. Таким образом, выстраивается иной механизм, в котором красота уже не соотносит субъекта с прекрасным, а погружает его в симулякр прекрасного, для получения прибыли с продаж. Симулякр прекрасного рождает символы красоты, которые субъект не способен идентифицировать через понятия. Эти символы дают человеку чувство наслажде-

ния и удовольствия. Но симуляционные удовольствия и насаждения имеют под собой только лишь экономическую основу, это означает, что субъект за использование данного уровня наслаждений и удовольствий станет платить деньги.

Симулякр прекрасного прочно закрепился в обществе потребления, красота как символ симулякра прекрасного является неотъемлемой частью повседневного быта массового человека.

«Осуществление творческого акта – произведение дифференцированного искусства, культурные эстетические ценности, исход творчества не в мир иной, а в культуру мира» [2].

Базис массового человека заключен в получении симуляционного, неподлинного наслаждения, которое заставляет субъекта совершать действия, активность. Сопричастность с трансцендентным Вечным у массового субъекта отсутствует, он погружен в материальную бесконечность. «Я наиболее чувствовал одиночество именно в обществе, в общении с людьми. Одинокие люди обыкновенно бывают исключительно созерцательными и не социальными» [1]

Именно красота определяется рынком, определяется модой. мода на определенную одежду, определенные аксессуары формирует спрос на данный товар, таким образом, красота - это эквивалент спроса в рыночной экономике. Капиталист создает красивую вещь лишь только для того что бы ее продать, массовый человек покупает данную вещь и получает временное удовольствие от владения этой вещью. Удовлетворить материальную потребность невозможно, материальная потребность бесконечна. На наш взгляд, массовая культура, культура потребления отрывает человека от элитарного, сформировав в нем массовое мышление, мышление потребителя (бесконечное потребление симуляционной красоты); отрывает человека от реальности, и погружает его в мир симулякров; организывает разрыв субъекта с трансцендентным, лишает его связи с вечным, и приобщает к материальному, усредненному образу существования, заполнив образовавшуюся пустоту индивидуального бытия, бесконечным.

Ж.Б. Бодрийяр отмечает: «Все те движения, которые делают ставку лишь на освобождение, эмансипацию, возрождение субъекта истории, группы, слова, на сознательность (точнее бессознательность) субъектов и масс, не видят того, что они находятся в русле системы, чьим императивом сегодня является как раз перепроизводство и регенерация смысла и слова» [5]

Причина появления симуляционного мира обусловлена экономической выгодой, то есть, потребляя опре-

деленный символ, созданный в симуляции жизни, человек, тратит на его покупку большие средства, нежели если бы он покупал не право обладать самим символом, а право обладать вещью. Одна и та же вещь, например, автомобиль или телефон, несет в себе определенную идею. Первая - ускоренного передвижения, вторая - мобильной связи с окружающим миром. На сегодняшний день все модели новых автомобилей и телефонов выполняют свои сущностные характеристики и имеют одинаковый функционал, одни стоят дороже, другие дешевле, таким образом, дополнительная прибавочная стоимость продукта производства сегодня определяется не затраченными на него средствами производства, а приобщением продукта к определенному модному бренду, т.е. символу.

Потребляя искусственные символы красоты, симулякра прекрасного, человек увеличивает не только свою отчужденность от элитарного, но и теряет связь с реальностью.

«За горизонтом смысла — замороженность, являющаяся результатом нейтрализации и имплозии смысла. За горизонтом социального — массы, представляющие собой результат нейтрализации и имплозии социального» [5].

Таким образом, в массовом сознании происходит подмена аксиологического смысла феномена прекрасного. Феномен прекрасного в массовом обществе становится механизмом для достижения больших показателей прибыли. Прекрасное в обществе потребления выступает как симулякр наслаждения, удовлетворить которое невозможно. Наслаждение или удовольствие в массовом социуме, обществе потребления, направлено не на интенсивное (внутреннее) развитие субъекта, а на формирование в нем привычки к использованию (покупки) определенного продукта. Онтологическую основу единства субъектов, вовлеченных в массовое общество, мы обнаруживаем в глобализме. Глобализм, как модель консолидации социума, уничтожает культурные и традиционные объекты для идентификации субъекта и вводит симулякры в онтологические основы бытия социума. Таким образом, феномен прекрасного для субъекта, вовлеченного в массовое общество и имеющего, как следствие, структуру массового мышления, является идентификатором нужности и успешности. Феномен прекрасного в данном социуме теряет связь с вечностью, метафизичностью и обретает форму бесконечного удовлетворения материальных потребностей. Патриотизм проявляется в данной онтологической модели в форме глобализации. Главным атрибутом патриотизма выступает любовь, вне зависимости от формы и структуры социума в котором он проявляется. В массовом обществе любовь транслируется на владение символом и приобщение к искусственно созданному симулякру.

В элитарном социуме происходит формирование

целостного восприятия феномена прекрасного. Рассмотрим, каким образом происходит проявление данной целостности. В отличие от массового, элитарное позволяет транслировать через феномен прекрасного вечное, а не бесконечное. Таким образом, в элитарном обществе, у субъекта с интенциональным элитарным мышлением происходит трансцендентная связь с вечностью, трансцендентальным и метафизическим. Такими категориями могут выступать идентификационный культурный код и историческая память. Здесь мы обнаруживаем еще одно отличие проявления феномена прекрасного в массовом и элитарном социуме: субъект массового социума лишен способности сплочаться, посредством понимания прекрасного со своим культурным кодом и исторической памятью. Культурный код и историческая память интегрируют человека в традиции своего социума. Феномен прекрасного здесь выступает как универсальная идентификационная модель единства. Минуя рассудочный аппарат, чувства, созерцая прекрасное, транслирует его в разум, как мы это выявили ранее. Вследствие чего, происходит наслаждение прекрасным, но именно тем прекрасным, которое присуще культурному коду и исторической памяти субъекта.

Заключение

В данной статье мы рассмотрели феномен прекрасного в контексте его влияния на формирование единства субъектов в массовом и элитарном социуме. В массовом обществе феномен прекрасного становится симулякром, посредством которого, человек вовлекается в символическое бытие общества потребления. В массовом обществе – феномен прекрасного превращается в механизм по созданию внутри субъекта бесконечного удовлетворения материальных желаний. Основная идея парадигмы массового общества - глобализация, именно по отношению к глобализации субъект массового социума станет консолидироваться с другими субъектами. Таким образом, глобализация, рожденная массовым социумом, порождает симулякры, неподлинное бытие, в которое вовлекаются субъекты и организуют свое, синтетическое единство. В элитарном социуме феномен прекрасного приобщает субъекта к Вечному. Соотношение с Вечным позволяет субъекту производить самоидентификацию на базе культурного кода и исторической памяти. Таким образом, происходит дезинтегральная форма конъюнкции. Дезинтеграция направлена на культурное и историческое обособление от других форм элитарных культур и традиций, а также на различия в историческом пути народа, и, как следствие, исторической памяти. Конъюнкция проявляется в консолидации субъектов по отношению друг к другу, посредством феномена прекрасного, который вовлекает в традиционное бытие на базе культурного кода и исторической памяти.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бердяев Н.А. Самопознание. М.: Алгоритм, 2017. – 430 с.
2. Бердяев Н.А. Смысл творчества. М.: АСТ, 2018. – 416 с.
3. Бердяев Н.А. Смысл истории. М.: Алгоритм, 2017. – 288 с.
4. Бердяев Н.А. Судьба России. М.: Азбука, 2016. – 416 с.
5. Бодрияр Ж. Симулякр и симуляция. М.: Постум, 2015. – 240 с.
6. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли.: Алгоритм, 2014. – 520 с.
7. Данилевский Н.Я. Россия и Европа. М.: Книга, 1991. – 246 с.
8. Кант И. Критика чистого разума. М.: Эксмо, 2015. – 560 с.
9. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М.: АСТ, 2001. – 509 с.
10. Чаадаев П.Я. Апология сумашедшего / П.Я. Чаадаев. – М.: Русская классика, 2006. – 304 с.

© Душкин Алексей Михайлович (ohpk@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

