

относящегося? А между тем сколько потребностей неотлучных: хоть умри, да подай! Оттого видим, что иные минуты не имеют свободной, бегая за нужным для удовлетворения их, если они еще не совсем заглушены, забиты и погружены в чувственность» [5, 26]. Феофан Затворник объясняет, что труд человека – это его естественная функция, но значение имеет цель, с которой человек трудится. Деятельность ради чувственных потребностей не приносит душевного покоя и духовной удовлетворенности. Отдаться только молитвенному труду могут немногие единицы подвижников веры, при этом молитвенный труд исключает праздность и обязательно сопровождается самыми разнообразными видами работы – послушанием. Человек и не должен выбирать между этими крайностями: молиться или работать. «Иные говорят: делай – делай, а другие: веруй – веруй. Надо и то и другое: веру сочетать с делами и дела с верою... Твори заповеди – ибо вера без дел мертва...» [5, 92].

Каждая новая эпоха начинается с переоценки прошлого, его духовных ценностей, духовного обновления. Потребность в возвышении духовности и духовного обновления сегодня остро ощущается на всех уровнях социальной структуры общества. Это определяется тем, что будучи зависимым от преобразований в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни, духовное обновление выступает важнейшей предпосылкой качественных изменений жизнедеятельности людей. Без осознания того, что главной проблемой россиян и всего человечества на самом деле является духовная проблема, невозможен процесс полноценной, счастливой и подлинно богатой жизни.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Вебер М. Избранные произведения. – М., 1990.
2. Булгаков С. Философия хозяйства. – М., 1990.
3. Бердяев Н. Судьба России. – М., 1990.
4. Святой праведный Иоанн Кронштадтский. Моя жизнь во Христе. Изд. Спасо-Преображенского Валаамского монастыря, 1991.
5. Святитель Феофан Затворник. Что есть духовная жизнь. – М., 1997.

Нархова Е.Н., Полухина М.В., г. Екатеринбург

АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ

Социально – экономические преобразования в России, произошедшие в последнее десятилетие XX столетия наиболее ярко и противоречиво отразились в сфере культуры.

Свобода и невмешательство в творческие процессы государственных органов, демократизация культурных процессов, децентрализация управления, многообразие организационно – экономических и правовых форм культурной деятельности, самостоятельность организаций культуры, - все предпосылки расцвета отечественной культуры, - с одной стороны, а с другой – резкое снижение интереса граждан страны к традиционным образцам отечественной культуры, и их тяга к импортной продукции массовой культуры, упадок отечественного производства культурных благ и услуг, и одинаково тщетные попытки выживания сельского клуба и престижных киностудий, телевизионных каналов, театров, музеев, школ искусств... Такими противоречивые реалии российской культуры.

Причины современного состояния культуры были предсказаны основателем уральской социологической школы Л. Н. Коганом.

«В последние годы власть в России фактически принадлежит тесно связанному с иностранными фирмами компрадорскому финансовому и торговому капиталу... Компрадорская финансово-торговая буржуазия стремится подчинить себе культуру, это осуществляется двумя путями:

- а) субсидирование близкой и понятной ей культуры;

б) создание своей собственной привилегированной субкультуры... Соответственно, они поддерживают проповедь насилия, секса в культуре. Их личные вкусы совпадают с коммерческими соображениями - пропагандой зарубежной массовой культуры (в ее наилучшем "китчевом" варианте) - в кино, литературе, в театре и на эстраде. Реализации их вкусов фактически способствует современная культурная политика государства»[1].

«Анализ культурных процессов в современный период не даёт оснований для оптимистических надежд, будто бы кризис, культуры общества будет преодолен на основе, совершенствования культурной политики. Он является не только отражением, но и составной частью кризиса современного российского общества. Преодоление этого кризиса возможно лишь в ходе движения к цивилизованному рынку на основе преодоления господства компрадорской ломпенской буржуазии...»[2].

Свобода и невмешательство в творческие процессы государственных органов, демократизация культурных процессов, децентрализация управления, самостоятельность организаций культуры, - все предпосылки расцвета отечественной культуры, - с одной стороны, а с другой – резкое снижение интереса граждан страны к традиционным образцам отечественной культуры, и их тяга к импортной продукции массовой культуры, упадок отечественного производства культурных благ и услуг, и одинаково тщетные попытки выживания сельского клуба и престижных киностудий, телевизионных каналов, театров, музеев, школ искусств... Таковы противоречивые реалии российской культуры.

Культурная политика несет на себе отпечаток идеологии того общества, в котором она осуществляется. В советском обществе исповедовался плановый подход к развитию культуры, который был призван обеспечить хотя бы минимум культурных благ максимально возможному числу людей при среднем качестве. Культурная политика в СССР понималась как совокупность практических мероприятий, проводимых государством с целью усовершенствовать культурное пространство и время жизнедеятельности населения.

Исторически устойчивое общество, как правило, отличается весьма сложной и дробной социальной структурой и культурой. Отсюда важнейшая задача культурной политики заключается в способствовании процессам социальной дифференциации и иерархизации культуры, большей специализации ее отдельных пластов в соответствии с потребностями различных слоев населения.

Культура в России остается рынком услуг, но никак не национальным проектом. А это совсем другие схемы и другие технологии. По всем законам рынка оценивать качество этих услуг доверено потребителю. А поскольку критерий такой оценки (особенно у молодежи) не сформирован, то самыми востребованными зачастую оказываются далеко не самые лучшие ее (культуры) образцы. Создается впечатление, что в России одновременно существуют как бы две культуры: для внутреннего пользования и для внешнего пользования. И если «туда» мы вывозим безусловные шедевры, то собственный народ не избалован качественным продуктом, т.к. условия для этого абсолютно не созданы. С маниакальным упорством Запад пытается импортировать лучших российских музыкантов, дирижеров, наши самобытные театральные и концертные коллективы. Огромной популярностью на аукционах Запада пользуются полотна русских и советских художников. В Россию же завозят иноземный ширпотреб, чтобы народ отдыхал и в полной мере включался в мировой культурный контекст: развлекательные игры, юмористические программы, голливудские фильмы, Кремль вообще стал «плотно дружить» с шоу-бизнесом.

Часть общества оказалась изолированной от образов высокого искусства и поэтому лишена возможности выбора. Обществу намеренно навязывается концептуальный миф о невостребованности высокого искусства, с помощью различных социальных технологий (реклама, мода, ток-шоу и т.д.) миф суггестируется, активно транслируется и репродуциру-

ется. На основе этого мифа происходит дальнейшее сокращение доли «высокого» искусства при наступлении массовой культуры. Учитывая тот факт, что сфера культуры отличается устойчивыми обратными связями со всем обществом, что проявляется в непосредственном влиянии на формирование личности, культурного уровня нации, формировании социального заказа, этот миф представляет серьезную угрозу в стратегическом плане. Франсуа Колбер выделил предыдущий опыт потребителя и уровень вовлеченности в продукт как более важные переменные, влияющие на спрос. Существенное сокращение круга культурных образцов в перспективе приведет к отсутствию спроса (у не слышавшего Шопена не возникнет желания услышать его). Исследование культурных запросов и ориентаций учащихся вузов продемонстрировало при высокой степени вовлеченности и наличие предыдущего опыта низкую степень удовлетворенности из-за невозможности приобретения конкретных произведений культуры. Создается парадоксальная ситуация: востребованные частью общества произведения вытесняются из актуальной культуры, в лучшем случае происходит сокращение их презентаций. Необходимость же повторного обращения к данным произведениям совершенно очевидна, поскольку данные произведения, преодолевшие «испытание временем, несут на себе печать вечного, непреходящего». Высокая культура, отражающая вечность, на уровне вербальной рефлексии или на уровне интуитивного постижения способна формировать ценностные ориентации, являющиеся основополагающими в межличностных коммуникациях на любом уровне, в любых сферах деятельности, необходимые для стабилизации и прогресса общества.

Получилась очень любопытная картина: на вербальном уровне, прослушав номера «классики», многие респонденты ответили - «не знаю», никогда «не слышали». Самое интересное, прослушав их, в графе «хотели бы еще раз услышать» - большая часть (73%) ответили утвердительно, а 32% - хотели бы приобрести на музыкальных носителях. Получается, что на невербальном уровне большое расхождение с действительностью: молодежь «спокойна» к классике не потому, что она ей не нравится, а потому, что не слышат ее, а раз не слышат, значит, нет спроса у молодежи на классику. Вновь актуально мнение: у не слышавшего Шопена (Чайковского, Грига) не возникнет желания услышать его.

Итак, мониторинг исследований музыкальных предпочтений молодых людей позволил сделать вывод о подтверждении гипотезы расхождения когнитивного (познавательного) и конативного (поведенческого) аспектов восприятия молодежи, доказав, что молодежь с завязанными глазами, без какого бы то ни было сравнительного анализа, с неспособностью понять и объяснить сложность и многогранность жизненных процессов, следует за прозападническими уловками. Спектр, предоставляемых культурных услуг в жизни объемов и многомерен, оценивать качество этих услуг доверено потребителю, но целенаправленная работа СМИ, различных телевизионных программ на первом канале, показывающие, замаскированные всевозможные низкопробные шоу; превалирующая продажа низкосортной музыки, делают свое дело: тупят внимание, стремление молодежи ко всему правильному, вечному, ценному, дезориентируют их потребности, тем самым не давая возможности сформировать оценочный уровень. Поэтому – проведение маркетинговых исследований в области культуры – актуально, для установления правильного диагноза состояния дел в данной области и выработки в культурной политике соответствующего вектора развития, т.к. расцвет потребительства в сочетании с культивируемой в наше время американской мечтой о процветании создает туликовую ситуацию. Фактически возникает угроза вырождения человека, его превращения в существо неполноценное, утверждающееся в узкоутилитарной сфере, но нечувствительное к собственной неполноте.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Коган Л.Н. «Культура «коммерческого феодализма»», стр. 149 /Культура и рынок. Тезисы докладов Международного симпозиума в г. Екатеринбурге 27-30 мая 1994г. Екатеринбург 1994.
2. Коган Л.Н. «Культура «коммерческого феодализма»», стр. 151 /Культура и рынок. Тезисы докладов Международного симпозиума в г. Екатеринбурге 27-30 мая 1994г. Екатеринбург 1994.

Самкова И.А., г. Пермь

ТЕНДЕНЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДИНАМИКИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Процесс социальной трансформации российского общества в 1990-2000-е гг. означает качественное изменение общественного строя, системы экономических, политических, социальных и культурных институтов. Это изменение является качественным, потому что меняются сами принципы социальной организации общества, «способы воспроизводства обществом своей функциональности» (Н. И. Лапин), которые составляют содержание культуры как социальной технологии. Иными словами, за явными институциональными изменениями в российском обществе скрывается изменение культуры, которое имеет системный характер и, следовательно, лежит в основе не только институциональных изменений, но и изменений личности и поведенческого организма.

Анализ фактов социальной жизни людей позволяет говорить об изменении исторического типа культуры в современном российском обществе. Понятие «исторического типа культуры» связано, во-первых, с понятием «исторической эпохи», которая отражает своеобразие периода общественной истории. Во-вторых, это понятие означает тип культуры конкретного общества, имеющего определенные пространственные границы. В-третьих, «исторический тип культуры» предполагает наличие типологии культур, разработанной на основании каких-то социально значимых критериев. В-четвертых, это то, что обладает целостностью.

Итак, в процессе социальной трансформации российского общества на смену «мобилизационной» культуры, исторического типа культуры советского общества, приходит современный исторический тип культуры – «спонтанная» культура. *Мобилизационная культура* – это культовая (объектная) система регулирования социальных отношений, выступающая в качестве средства мобилизации членов данного общества (общности) на достижение определенных социально значимых целей. Это особый вид социальной технологии (естественная социальная технология), которая существует как объективный продукт стихийного коллективного творчества, создающего традиционные механизмы воспроизводства социального опыта в форме религиозных, идеологических и эзотерических систем. Мобилизационная культура может быть характерна и для традиционного, и для современного обществ, но исторически она тяготеет к обществу традиционному. *Спонтанная культура* – это цивилизованная (субъектная) система регулирования социальных отношений, выступающая в качестве средства творческой самореализации личности как целеполагающего субъекта. Она существует спонтанно (от лат. «sponte» – сам собой) как объективный результат индивидуального творчества личности, не вовлеченный, однако, в сферу социально значимых смыслов. Это своего рода «вещь в себе», означающая возможность культуры, которой «пока нет», но которую можно (если есть потребность) создать искусственным путем посредством социальной технологизации. Искусственная социальная технология, представляющая собой продукт труда специалистов, систематизировавших опыт индивидуального личностного творчества, – это феномен спонтанной культуры. Исторически спонтанная культура соответствует современному обществу, но это может быть и проявлением постмодернизационного (то есть переходного) симптома, поскольку современное