

В. С. ВАХРУШЕВ,

профессор Балашовского филиала Саратовского университета
им. Н. Г. Чернышевского, доктор филологических наук,
член Союза российских писателей

ПРОБЛЕМА САМООПРЕДЕЛЕНИЯ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

В самой формулировке этой темы скрыт логический парадокс, о чем будет сказано чуть ниже. Существуют сотни определений культуры, и количество их непрерывно возрастает, что вполне закономерно — ведь культура это «наше все», как выразился образно-гиперболически А. Григорьев о Пушкине. Многими мыслителями подчеркивается эта всеобъемлющая универсальность культуры, ее всеохватность — вспомните высказывания В. Библера, Ю. Лотмана, Вяч. Вс. Иванова, А. Пелипенко, И. Яковенко, Ф. Ницше, Жака Деррида и других авторов самых различных философских ориентаций и установок. Но если это так, то ведь и рынок (как бы мы ни толковали это явление) есть неразрывная составная часть культуры — духовной и материальной. Значит, культура, если представить ее как множество, есть множество, подчиняющееся одному из своих подмножеств. Но не будем углубляться в этот парадоксальный мир логико-математических теорий и вернемся к культуре. Обращает на себя внимание то, что мы привыкли (видимо, под воздействием великих достижений эпохи Возрождения и Нового времени) ви-

деть в культуре прежде всего нечто положительное (да и как же иначе?), а все отрицательное в жизни социума относить к «антикультуре», к «разрыву» между культурой и низким уровнем социального развития и т. п. Между тем, некоторые мыслители давно уже подчеркивали, что если уж трактовать культуру как всеохватный феномен, то надо учитывать и все негативное, что в нее входит. Прав был Ницше, сказавший: «Культура отнюдь не может обойтись без страстей, пороков и злобы»¹. Прислушаемся и к мнению Н. Бердяева: «Культура по глубочайшей своей сущности... есть великая неудача... невозможность достигнуть творческого преображения бытия»². Недаром в нынешних учебниках, исследованиях по культурологии все внимание обращено на достижения, на успехи культуры. И совсем мало говорится о войнах, о тоталитарных системах, о рынке. А разве все эти и многие другие негативные явления не относятся к культуре, не связаны с нею неразрывно? Разве

¹ Ницше Ф. Сочинения: В 2 т. М., 1990. Т. 1. С. 450.

² Бердяев Н. Философия свободы. М., 1989. С. 521.

нет таких явлений культуры, как насилие, порнография, проституция, обман во всех его видах, взяточничество, лицемерие, тщеславие? Причем все это входит не только в «низкую» культуру (контркультуру, субкультуру), но и в культуру высокую. Укажем только один пример: во всех культурах мира зло либо открыто оправдывается, либо радикальным способом избавления от него объявляется уход из естественного для человека существования (буддизм). Так, Лейбниц в «Теодицее» пишет: «Мудрость указывает Богу наилучшее употребление, какое только можно сделать из его благости; вытекающее отсюда зло (хороша «благость»! — В. В.) есть неизбежное следствие наилучшего...»¹ Тему оправдания или, по крайней мере, объяснения зла благом никак нельзя вычеркивать из «высокой» культуры. Ведь и мы, осуждая войны, проклиная их, в то же время озабочены укреплением обороноспособности страны, гордимся подвигами своих героев, которым удалось убить много врагов — вспомним хотя бы знаменитого подводника А. Маринеско. А началось все еще с «Махабхараты», где философски оправдана легендарная битва Пандавов и Кауравов (см. «Бхагавадгиту»), с «Илиады» Гомера, воспевавшего смертоубийство. Недаром П. Чаадаев, сам в юности воин, хотя и чувствовал в гомеровском эпосе «какое-то удивительное обаяние», все же полагал: «это гнусное величие, это ужасная добродетель, это нечистая красота»².

Но обратимся к проблеме рынка как составной части мировой культуры. Его роль в жизни человечества глубоко двойственна и амбивалентна. Он зародился еще в условиях первобытнообщинного строя. Положительная роль купцов, ростовщиков, дилеров, брокеров, дельцов, биржевиков в мировой экономике и культуре несомненна. Здесь упомянем лишь то, что представители этих почтенных профессий вот уже около трех тысяч лет являются яркими типажам в живописи, литературе, да и сами они иногда добиваются выдающихся успехов на ниве ис-

кусства. Достаточно упомянуть купца Афанасия Никитина, заводчика и торговца Даниэля Дефо. Участвовали в деловых проектах поэт и живописец У. Моррис, О. Бальзак, Нестор Кукольник, а ныне вообще стало модно для преуспевающих актеров, певцов попутно заниматься бизнесом.

Но в общем роль рынка в культуре негативна. Еще английский проповедник и мелкий торговец XVII века Джон Бэньян в книге «Путь паломника» создал символический образ Ярмарки Тщеславия, в котором «намертво» соединил понятия рынка и греховных страстей человеческих и показал, что «комплекс» этот ведет к всеобщей продажности или, выражаясь философски, к резкому возрастанию силы отчуждения. Символ этот прочно впаялся в мировую культуру — он стоит в титуле знаменитого романа Теккерея, им озаглавлен один из популярных «фешенебельных» журналов США. Влияние этой «ярмарки» почти безмерно — она стимулирует творцов как в положительном, так и (причем куда чаще) в отрицательном плане. Достаточно сказать, что большинство нынешних телепрограмм, телесериалов и транслируемых кинофильмов теряют свое лицо под воздействием рекламы товаров. Почти все они становятся вариациями некоего нового безобразного квазижанра, жалкой пародии на мениппею, в которой буквально все — любовные переживания героев, обсуждение важных социальных проблем, политические дискуссии — становится лишь «гарниром» к коммерческому оболваниванию зрителей, к выкрикам ярмарочного зазывалы. Разумеется, реклама — это тоже культура. А точнее, та ее часть, которая стала подавлять, деформировать, подстраивать под себя всю остальную культуру.

Было время, когда наука являлась служанкой богословия. Ныне культура вынуждена становиться прислужницей рынка. Пока отчуждение кажется непреодолимым. Но отчаяние тоже грех, поэтому надо духовно противостоять злым силам рынка.

¹ Лейбниц Г. Сочинения: В 4 т. М., 1984. Т. 4. С. 208.

² Чаадаев П. Статьи и письма. М., 1989. С. 138–139.