

Ильинская Е.А.
доктор культурологии, доцент
кафедры социально-культурных
технологий СПбГУП

ИДЕОЛОГИЯ И КУЛЬТУРА: ГРАНИ ВЗАИМОВЛИЯНИЯ

Обращение к вопросу о взаимовлиянии идеологии и культуры актуализируется сегодня особенно остро на фоне происходящих геополитических трансформаций и событий. С политической точки зрения идеология представляет собой систему специфических идей, которая репрезентирует идеалы, интересы и мировоззрение субъектов политики, а также обозначает конфигурацию санкционирования власти в обществе в определенный момент времени. В свою очередь с культурологической точки зрения идеология является наивысшей формой общественного сознания и составной частью культуры. Здесь мы подходим к важному моменту определения граней взаимовлияния культуры и идеологии. Нам важно понять, каким образом культура влияет на формирование идеологии личности и общества в целом. В не зависимости от того, интересуется ли человек политикой или нет, в его сознании есть определённое отношение к общественному порядку, в соответствии с которым личность живёт, что соответственно формирует конкретную модель поведения в обществе. Данная модель базируется на дихотомии «правильное / неправильное» и функционирует следующим образом: некоторые аспекты общественного обустройства личность считает правильными и принимает их, а другие же выходят за рамки идеальных представлений человека, и он их отрицает и считает неправильными. Таким образом, можно утверждать, что определенный элемент идеологии существует в той или иной мере в культурном мировоззрении каждого представителя общественной группы. По мнению виднейшего российского культуролога А.Я. Флиера:

«дихотомия правильное / неправильное помимо общекультурной структуры сознания лежит в основе всякой идеологии как системы представлений об общественном устройстве»[2]. Безусловно, человек может совсем не интересоваться политикой, но так или иначе относиться к установленному на основе общекультурных норм, принятых в данном обществе общественному порядку, что указывает на наличие в его сознании идеологии в зачаточном виде. Уровень сформированности идеологии личности напрямую зависит от уровня погруженности в культуру, от возраста, воспитания, образования, вида профессиональной деятельности человека, от личных интересов и приобщённости к общественной деятельности и т.д.

Далее целесообразно понять, каким же образом формируются личностные идеологические установки у конкретной личности, а именно положительная или отрицательная оценка элементов общественного порядка. В данном случае в первую очередь следует обратить внимание на тот факт, что человек с рождения погружается в уже сформированное веками социально-культурное информационное поле, имеющее определенные границы и темпорально обусловленный набор субъектов данного поля, которые участвуют в переработке, передаче и хранении информации. Уровень и ширина социальных контактов человека зависит от определенного набора субъектов информационного поля. Таких уровней может быть несколько. На первом уровне человек взаимодействует в рамках своей семьи, которая является наиболее однородным в социально-культурном отношении образованием. Человек с рождения впитывает основы этно-культурного мировоззрения, сформированного у членов своей семьи, базирующегося на глубоких архетипических слоях сознания носителей культуры. Происходит процесс инкультурации в том культурном пространстве, которое дается человеку при рождении и впоследствии воспроизводится сознательно или

бессознательно на протяжении всей жизни, как мир покоя и детства. На этом уровне человек приобретает первый опыт общественного взаимодействия, усваивает первичное, но очень устойчивое понимание общественного устройства.

Второй уровень представляет собой конгломерацию друзей, коллег по профессиональной деятельности, дальних родственников и т.д. Во многом на данном уровне коммуникация и набор субъектов коммуникации определяется теми социально-культурными установками, которые были усвоены в семье, но бывают и исключения.

Названные два уровня составляют основу культурной среды, в которую погружен человек. На этих уровнях в процессе взросления человека и постоянной коммуникации генерируются идеологические установки личности, определяющие представления об общественном устройстве, создается так называемый социальный фрейм, в рамках которого человек осмысливает себя в мире. Следующие уровни социальных контактов более масштабны и менее всего влияют на идеологические установки человека и носят скорее отвлеченно информационный характер, а именно уровень государства и всего мира. Основным субъектом коммуникации на данном уровне являются СМИ, и об этом следует сказать отдельно.

В последние десятилетия мы все больше уделяем внимания социальным сетям в информационном пространстве Интернет. Большинство людей молодого и среднего возраста активно используют социальные сети в своей жизни. В контексте нашего дискурса можно отметить, что степень влияния социальных сетей на формирование социально-культурных и идеологических установок индивидов достаточно велика. Данное влияние реализуется благодаря возможности мгновенного распространения информации на сколь угодно большие аудитории в практически любой точке земного шара. Благодаря информационным

технологиям социальные сети могут находиться как минимум на втором уровне социальных контактов личности. Это происходит из-за переноса части личной жизни индивида из реального пространства в виртуальное. Такой потенциал социальных сетей может использоваться для трансформации общественных установок населения на отдельных территориях с помощью специфических технологий, например применение манипуляций общественным мнением на основе концепции окна дискурса (Окно Овертона), когда в существующую общественную норму путем последовательных событий на протяжении достаточно длительного времени вводятся элементы, ранее считающиеся немыслимыми. В качестве примера можно привести эволюцию отношения населения разных стран к ЛГБТ сообществу, а ведь это тоже идеологический момент. Таким образом, может происходить трансформация идеологических установок личности, и противостоять этому можно только с помощью актуализации культурных традиций народа и обращения к духовным ценностям этноса.

В конкретной культурно-исторической среде функционирует та или иная социально-культурно обусловленная идеологическая система. Так, например, в России еще с Петровских времен превалирует этатистская идеология в умеренных ее формах. На это указывает доминирование коллективизма в общественном сознании, концентрация государственной власти в едином центре, максимальное подчинение человека государству, что базируется на традиционализме и патриархальной установке уважения к старшим (опыт и авторитет) в рамках российской повседневности. Данная почти иррациональная патриархальная установка исходит из убежденности, что знания предшествующих поколений являются априорными, они испытаны веками и утверждаются авторитетом отцов и дедов. Государство в данном случае воспринимается как гарант стабильности, прочности общественного устройства, при этом в

повседневности принято снисходительно поругивать власть, но при этом быть твердо уверенным, что в случае необходимости «царь батюшка» все решит в нашу пользу. Полагаться на старшего, сильного и мудрого является, пожалуй, одной из самых характерных черт русского народа.

Учитывая этно-культурную обусловленность и архитипичность идеологических установок в сознании носителей культуры, возникает вопрос о возможности их практической трансформации в тех или иных целях. Необходимо учесть, что идеология это не только концепции и убеждения, т.е. дискурсивные элементы, но и символы, ритуалы и художественные формы, т.е. недискурсивные элементы[1]. Целенаправленно и комплексно влияя на каждый из этих элементов можно достичь определенных результатов. Изменить идеологические установки старшего поколения общества будет фактически невозможно, т.к. процесс инкультурации практически завершен и социально-культурная ниша индивида найдена, а повлиять на молодое поколение, обладающее идеологически неокрепшим сознанием возможно. Данный процесс может занять десятилетия, но используя, например, концепцию окна дискурса, отталкиваясь от действующей общественной нормы, постепенно внедряя нужные идеи по схеме «стандартно – разумно – приемлемо – радикально – невыносимо», можно достичь определенных результатов, если при этом учитывать этно-культурную специфику населения.

Взаимовлияние культуры и идеологии очевидно, и на наш взгляд культура все-таки первична, т.к. дает существенный импульс для формирования соответствующих идеологических установок личности. Рассматривая идеологию как динамически развивающуюся систему коллективных идей и убеждений, можно выделить несколько социально-культурных форм ее репрезентации в обществе, а именно знаковую (объективация реального мира), ритуальную (символическую), художественную и поведенческую. Таким образом, практически все

события в обществе могут иметь идеологическое измерение. Тем не менее, зачастую идеологии призваны коллективно обосновывать навязанные шаблоны поведения, в результате чего индивид обзревает окружающую действительность через идеологическую призму, но со стороны, вне идеологической системы можно увидеть всю иллюзорность идей и убеждений. Примером подобного влияния может быть реализация идеологии потребления в современном обществе.

Противостоять идеологическим инвазиям можно лишь путем сохранения и развития национального самосознания в русле этнокультурных традиций и ценностей; приобщения подрастающего поколения к ценностям национальной и мировой культуры; воспитания в обществе здорового патриотизма, основанного на способности личности к освоению и трансляции духовных культурных ценностей; формирования у населения толерантности к представителям других культур и народов через познание многообразия мира. Необходимо также неуклонно повышать уровень жизни населения, соблюдая баланс между экономическими и политическими изменениями в государстве, которые должны быть направлены исключительно на благополучие нации.

Список источников:

1. Мусихин Г.И. Идеология и культура // Полис. Политические исследования. - 2012. - № 1. - С. 53-62.
2. Флиер А.Я. Культура в идеологии // Проблемы культурологии. - 2020. - № 1. – С. 101-109.