

УДК 130.3.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ В
ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

Е. В. ДАВЛЯТОВА

Институт философии НАН Беларуси, г. Минск, Беларусь

Традиционные ценности и проблема нравственности в различные исторические эпохи всегда была в центре внимания исследователей, особый интерес она вызывает и в настоящее время. Это связано с тем, что в современном обществе

наблюдается быстрая трансформация и пересмотр нравственных ценностей общества, и эти процессы требуют социокультурного переосмысления. «Информационное общество как доминанта современной реальности формирует новую систему ценностей, которая вступает в противоречие, если не в конфликт, с традиционной аксиологической парадигмой. Это противоречие носит амбивалентный характер. С одной стороны, очевидна неизбежность социального прогресса, который обусловлен развитием информационных технологий, с другой, также очевиден кризис традиционных моральных ценностей, который обусловлен переходом общества в новую стадию социального бытия» [1, с. 45].

Традиционные ценности – это устойчивые элементы культурного наследия, имеющие истоки в прошлом, передающиеся из поколения в поколение как социальный опыт, и сохраняющиеся в этносе, нации и цивилизации в течение длительного времени. Установившиеся и оберегаемые идеи, обычаи, обряды, позволяют этносу, нации сохранить индивидуальное своеобразие, социальную память, национальные особенности, менталитет и неповторимость.

Принято считать, что в основе традиционных ценностей лежат абсолютистские идеи и принципы, строгое следование моральным и религиозным нормам и правилам, приоритет смысла над информацией, диалогический характер общения, через который и происходит передача моделей поведения молодому поколению и опыт межличностных коммуникаций.

Ценностные установки нынешнего информационного общества основаны на гедонизме, релятивизме, отрицании религиозных, этических норм и принципов. Базовыми ценностями постиндустриального общества стали личностный успех и независимость, самореализация и индивидуализм. Основной тенденцией современного общества является высокая социальная и профессиональная мобильность, быстрая информатизация и расширение культурных связей между людьми. Однако возможности неограниченной коммуникации, к сожалению, всё больше превращаются в одностороннюю простую передачу информации, при которой преобладают кратковременные контакты, оттесняющие долгосрочные отношения между людьми. Виртуальная реальность, в которую погружается современный человек, меняет весь его привычный образ жизни, круг интересов и увлечений, а самое главное – формирует другую систему ценностей – виртуальную, не имеющую ничего общего с действительными общепризнанными ценностями человеческого бытия.

Информация оказывает огромное влияние на все сферы жизни общества, и сама становится новой ценностью. Возможности Интернета позволяют создавать новые формы коммуникации: общение с большим количеством людей без временных рамок и расстояний, установление личных контактов без учёта социальных, национальных и возрастных ограничений, получение доступа практически к любой информации и её пользование. С помощью новых технологий появилась возможность принимать участие в научных, общественных и культурных мероприятиях удаленно, использовать Интернет в профессиональных и образовательных целях, и т. д.

Вместе с тем, с утратой прежних четких и однозначных принципов и ориентиров, которые были основой формирования ценностных ориентаций, процесс социализации личности происходит под влиянием массовой культуры, характерными чертами которой являются стандартизация жизнедеятельности общества, его унификация, обезличивание и господство потребительской психологии. Бездумное заимствование и копирование чуждых национальным интересам ценностей – опасная тенденция настоящего времени.

В то же время традиционные ценности не могут оставаться неизменными длительное время. И это заложено первоначально в самой традиционной культуре, так как без умения чутко реагировать на социальные изменения, социуму невозможно сохраниться и выжить в новых условиях. «Представляется, что ценностные ориентиры различных поколений во многом определяются разными способами овладения культурной (инкультурацией), способами приобщения к опыту, накопленному поколениями людей, зафиксированными в социальных институтах, сутью и способами наследования ценностей. При передаче ценностей одного поколения другому какие-то из них остаются неизменными, другие видоизменяются, какие-то утрачиваются, ибо остаются невостребованными» [2, с. 59].

Поэтому важно рассматривать традиции и новации как совместимые культурные явления, находящиеся в диалектической связи друг с другом и взаимодействующие во временном пространстве одновременно. Традиционные ценности «не только устойчиво сосуществуют с современными информационными институтами, но и адаптируются к их требованиям, при этом видоизменяясь, как по сути, так и выступая в качестве проводников инноваций в рамках конкретной традиционной социальной организации. Именно благодаря традиции в постиндустриальном обществе происходит самосохранение, воспроизводство и регенерация ценностей, так как сами ценности выступают, с одной стороны, как предохранительный механизм в культуре общества, с другой – являются одним из механизмов его изменения» [3, с. 93].

Таким образом, необходимо создавать новые духовно-нравственные императивы системы ценностей, соответствующие нынешним условиям современного общества и способные устранить противоречия между традициями и новациями. В то же время, новая система ценностей должна учитывать уже существующие в обществе традиционные моральные нормы и правила. Несомненно, в условиях качественно нового социального и информационного пространства с большим объемом фейковой информации важно научить общественность верифицировать получаемые из Интернета данные, анализировать поступающую информацию и не становиться заложниками компьютерных технологий. Новые, открывающиеся коммуникативные возможности не должны заменять непосредственную межличностную коммуникацию и прямое общение людей друг с другом.

Литература:

1. Черникова, В. Е. Конфликт традиционных моральных ценностей и ценностей информационного общества / В. Е. Черникова // Вестник Адыг. гос. ун-та. Сер. Регионоведение : философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2014. – вып. 3 (144). – С. 45– 50.

2. Мясникова, Л. А., Шлегель, Е. В. Трансформация межпоколенческих ценностей и механизмов их передачи / Л. А. Мясникова, Е. В. Шлегель // Вестник Челяб. гос. ун-та. Сер. Философские науки. – 2020. – вып. 56. – № 5(439). – С. 59–67.

3. Котова, С. А. Философский анализ трансформации традиционных ценностей в постиндустриальном обществе: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / С. А. Котова. – М., 2014. – 123 л.

Аннотация. Статья посвящена проблеме трансформации традиционных ценностей в современном обществе. Представлены противоречия между традиционными ценностями и современными ценностными установками. Показана необходимость адаптации устоявшихся традиционных ценностей к изменившимся условиям современного общества.

Ключевые слова: традиционные ценности, постиндустриальное общество, информационное общество, трансформация, Интернет.

TRANSFORMATION OF TRADITIONAL VALUES IN POST-INDUSTRIAL SOCIETY

Annotation: The article is devoted to the problem of transformation of traditional values in modern society. The contradictions between traditional values and modern values are presented. The necessity of adapting established traditional values to the changed conditions of modern society is shown.

Key words: traditional values, post-industrial society, information society, transformation, Internet.

Сведения об авторе:

Давлятова Елена Валентиновна, кандидат исторических наук, доцент, старший научный сотрудник отдела исследований глобализации, регионализации и социокультурного сотрудничества института философии НАН Беларуси.

Davliatova E.V., candidate of historical sciences, associate professor, senior researcher fellow of the department of research on globalization, regionalization and socio-cultural cooperation of the Institute of Philosophy of the National Academy of Sciences of Belarus.