

УДК 130.2

Культурные коммуникации на советском и постсоветском пространстве. К проблеме трансформации культурного пространства в переходный период

Чадаева Анастасия Георгиевна

Кандидат культурологии, доцент,
Российский государственный гуманитарный университет,
125993, Российская Федерация, Москва, Миусская пл., 6;
e-mail: nana91@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматриваются механизмы культурной трансформации в периоды становления и распада советской государственности. Наиболее перспективным оказывается понятие культурного пространства, которое раскрывается через формирование культурных коммуникаций, включающих как освоение предыдущего культурного опыта, так и конструирование в процессе социокультурного взаимодействия особого типа среды обитания. Результатом исследования становится обозначение фактов культурной трансгрессии, выраженной в переходе от общего к групповому (мифо-корпоративному) пространству в ситуации конструирования советского социума, а также перехода от советского культурного пространства к постсоветским индивидуальным практикам с прогрессирующей провинциализацией.

Ключевые слова

Культурное пространство, культурные трансформации, корпоративное государство, политический миф.

Введение

Одним из распространенных подходов в современной коммуника-

тивистике является то, что культура рассматривается как знаковая система, которая обеспечивает коммуникации между людьми и также заданные

рамки духовно-культурного опыта¹. Культура определяется как результат всей человеческой деятельности и хранит в себе иерархию ценностей с определенным духовным опытом, символами и идеалами. В этом смысле, культура обуславливает духовный уровень развития общества, который в частности опредмечивается в конкретных формах организации среды обитания человека. Понимание культуры как коммуникации значительно расширяет методологические возможности современного культурологического знания, в частности при определении исследовательских границ отдельных его понятий.

Понятие культурного пространства

Перспективным понятием культурологического знания является культурное пространство². Оно ле-

жит на пересечении смысловых границ таких областей знания как культурология, география, историософия, социология, политология, коммуникативистика и т.д. Богатые методологические ресурсы позволяют значительно расширить рамки толкования культурных процессов, формулирующих специфику развития общества. Это даёт ряд преимуществ в понимании пограничных трансгрессивных состояний культуры в посткатастрофных типах социумов. В данном случае имеется в виду советский социум в период своего становления и постсоветский, возникшего в результате развала СССР.

Автор статьи не ставит задачу полноценного раскрытия специфики советского и постсоветского типов культуры, так как решение этой проблемы не укладывается в формат одной статьи. Однако использование смыслового и инструментального потенциала понятия культурного пространства позволяет сформулировать культурологический аспект изучения пространства советского социума, в частности специфики организации

1 Hall E.T. Beyond Culture. – New York: Doubleday, 1976. – 298 p.

2 Трипузов М.Г. Культурное пространство как объект культурологического исследования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psibook.com/linguistics/kulturnoe-prostranstvo-kak-obekt-kulturologicheskogo-issledovaniya.html>; Бабаева А.В. Современная западная философия о культурном пространстве // Современная философия как феномен культуры: исследователь-

ские традиции и новации. Материалы научной конференции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://anthropology.ru/ru/texts/babaeva/modern_07.html

среды обитания в СССР, а также условий для культурных трансформаций в постсоветский период. В данной статье значительная роль уделяется коммуникативному содержанию понятия культурного пространства, в рамках которого рассматривается взаимоотношение между людьми в процессе конструирования среды обитания, а также освоения носителями новой культурной традиции предыдущего культурного опыта.

Принцип редукционизма в процесс освоения дореволюционного культурного опыта

В основе генезиса советской культуры лежит редукция культурного пространства серебряного века. Русский модерн создал огромный по масштабам и по глубине трансцендентального проникновения культурный космос выдающихся философов, литераторов, критиков, учёных, художников, политиков и т.д. Многообразие, сложность, противоречивость этого огромного мира было свёрнуто как шагреновая кожа и переработано в рамках одного культурного направления. Однако потенциал серебряного века всегда насыщал отечественную культуру XX в., отыскивая всяческие

возможности для собственной активизации. Осколки прежнего космоса императорской России уносили с собой в эмиграцию, где был создан параллельный мир русского зарубежья. Духовный опыт советского человека подпитывался внутренними резервами дореволюционной культурной традиции. Неслучаен тот факт, что в период хрущёвской оттепели при незначительном ослаблении идеологического давления советская культура достигла небывалых высот, которых не было не до и не после.

«Советская редукция» жёстко поделила эклектичный мир русского модерна на «своих» и «чужих», а установка на элитарную вычурность сменилась подчёркнутым натурализмом и воинствующей естественностью. Здесь надо уточнить, что смысл любой редукции заключается в сужении, конкретизации предыдущего опыта под конкретную задачу. Герой романа М. Булгакова «Собачье сердце» Шариков обвиняет своих создателей в том, что «всё у вас как на параде. Салфетку туда, галстук сюда... А так чтобы по-настоящему». А на вопрос «а как это по-настоящему?» Шариков отвечает: «Надо взять всё и поделить».

Архитектурный стиль модерна, рождённый в первую очередь вы-

сокоразвитой городской культурой, оказался сложным для освоения сельскими мигрантами первого-второго поколения. Для неподготовленных людей сложные способы пространственной организации городских микросред сразу же оказались чуждыми, и целые культурные пласты перешли в статус неосвоенного пространства. Квартиры в высококачественных доходных домах превращались в коммунальные. Их интерьеры становились «местами общего пользования» (не обжитым пространством, а хранилищем домашнего инвентаря). Внутри комнат постепенно стирались рельефы лепных потолков, менялась сложная конфигурация оконных переплетов. На лестничных клетках разбивалась кафельная мозаика полов; отламывались и не восстанавливались решетки, поддерживающие перила; разбивались и заменялись фанерой стекла дверей, которые выходили на лестничную площадку или на улицу; отрывалась и заменялась стандартной фурнитура, имеющая специально разработанный дизайн.

Опрошение организации среды обитания новоиспечённого советского человека естественно вытекало из задачи создания общего (обобществленного) пространства социальной

жизнедеятельности. Пролетарская культура признавала эстетизацию коллективного пространства, но активно порицала частное. Организаторы пролеткультов жёстко обвиняли в «мещанстве» и «контрреволюционности» любые попытки сохранять формы старого уклада жизни. Утрата преемственности в организации культуры повседневности в перспективе привела к её деградации.

Наименее варварским способом освоения «буржуазного» наследства стала организация музеев на месте бывших помещичьих усадеб или дворцовых построек. Большевистское правительство национализировало все музеи и создало единую государственную музейную сеть. В качестве экспонатов выставляли ликвидированную и уцелевшую в процессе национализации частную собственность бывших помещиков. Таким образом, произошёл транзит частного культурного пространства в общее. Среда музеев была осмыслена как пространство коллективного приобщения к культурным ценностям. Вообще проблема культурного воспитания советского народа была одной из часто обсуждаемых в СССР. В. Высоцкий удачно её обыграл в юмористических стихах: «Вот стоит культурный парк

по-над речкою, тут гуляю и плюю только в урны я. Но ты, конечно, не поймёшь там, за печкою. Потому ты темнота некультурная».

Процесс корпоративизации социальных коммуникаций в советской культуре

Смысловая структура обобществленного пространства востребовала принципиально новые способы организации социальных коммуникаций. Важно было создать такие рамки коммуникативной социальной реальности, которые бы сформировали повседневный мир человека с точки зрения марксистско-ленинского учения. Эта задача была реализована в процессе идеократизации культуры, которая в частности выразилась в создании корпоративных государств.

В 20-30 гг. XX в. сформировалось сразу несколько идеократических систем: в России, Германии, Италии. Структурообразующей характеристикой данного типа является то, что идеология имеет в своей сердцевине сословно-корпоративный строй. По сути, государство становится большой корпорацией и начинает функционировать по корпоративным законам. Собственно процесс корпоративиза-

ции советского государства привёл к образованию особого типа государственного строя, который можно именовать как «партия-государство».

Процесс корпоративизации изменил внутреннюю структуру обобществленного культурного пространства. Пространство общего заменилось на пространство частного (группового), где в ситуации отсутствия частной собственности на средство производства единственным хозяином положения становится коммунистическая партия в лице партийно-административного аппарата. Корпоративный принцип организации пространства дал с одной стороны, внутреннюю целостность советской системе, а с другой стороны, – установку на её принципиальную, в каком-то смысле операционно обусловленную, закрытость.

Специфика корпоративного принципа организации состоит в постоянном режиме выстраивания границ с внешним миром. Корпорация существует в процессе перманентной самоидентификации и маркировании своего культурного пространства. В целях выживания организация должна постоянно осуществлять редукцию, сводя возникающую в процессе развития сложность системы только

к тем возможностям, которые обеспечивают функционирование и сохранение организации. Принцип редуционизма значительно расширяет горизонты понимания проблемы деградации и краха советской партийно-административной системы, так как организация социокультурного пространства государства должна быть заведомо сложнее, чем корпорации.

Тотальная идеологизация советской культуры естественно вытекала из задач построения корпоративного государства. Смысловое маркирование пространства происходило в ситуации мифоинструктируемого социума. Центральный миф, который формировал знаково-символическое пространство СССР, был коммунистический миф. М. Элиаде рассматривает коммунистический миф как тип оптимистического эсхатологического мифа, повествующего о будущем Золотом веке бесклассового общества. Пролетариат несёт на себе миссионерскую функцию главного спасителя человечества от зла рабства на земле. Под решение этой задачи формируется особый тип духовно-культурного опыта пролетариев – подвижников. Человек отдаёт свою жизнь во имя великой идеи построения первого правильного общества и будущей светлой жизни в нём.

По сути, именно этот тип духовности, который был стержнем иерархии коммунистических духовных ценностей, противопоставлялся религиозно-христианскому опыту. Интересно как советский коммунистический миф о человеческом альтруизме идёт в разрез с фрейдистской установкой о «негативной человеческой природе». Иллюстрируя советский тип альтруизма, можно вспомнить роман Н. Островского «Как закалялась сталь» или строки В. Маяковского: «...Промозглость корчею – неважный мокр уют, сидят впотьмах рабочие, подмокший хлеб жуют. Но шепот громче голода – он кроет капель спад: «Через четыре года здесь будет город-сад!»».

Что продавала корпорация СССР? В первую очередь она продавала социализм как систему в упаковке с футурологией, с советской культурой, с особым духовно-культурным опытом, формирующим «правильный» тип человека, наконец, с особым способом организации хозяйства. Это в современном тематическом дискурсе можно определить как продукт постиндустриальной эпохи. Социализм продавался на западный рынок идей и ценностей. Одним из самых важных культурных условий существования этого рынка была внутренняя уста-

новка советского человека на единство пролетарского космоса. Советский человек ощущал себя частью общего мира, члены которого находятся на разном этапе построения «правильного социума».

Распад советского мифородового пространства и переход к индивидуальным социокультурным практикам

Путь выхода из частного пространства «корпорации СССР» состоял, по меткому выражению М. Мамардашвили, в «пробуждении от затянувшегося сна». В пространственно-средовом отношении необходимо было найти альтернативу культурному родовому пространству. Она наметилась в постепенной индивидуализации культурного опыта, которая отчасти выразилась в идеях советского диссидентства. Одной из важных стилистико-политических составляющих этого культурного процесса стал способ получения альтернативной официально признанной информации: самоиздат, радиоволны западных медиа-компаний. Человек мог подвергнуться репрессиям за роль посредника в передаче «иной истины», «иной культурной ценности». Именно

эта культурная роль – роль посредника между советскими гражданами и внешним миром вне идеологических рамок сформировала новый тип культурно-духовного опыта уже в позднесоветской культуре.

Параллельно с поиском культурно-политических альтернатив на фоне наметившегося во 2 половине разрыва между все возрастающими потребностями советских граждан и экономическими возможностями советской системы видоизменяются ценности потребительской культуры. Советский корпоративизм создавал условия только для потребления советских товаров, которые были в дефиците и далеко не всегда лучшего качества. Но главное, что формировал корпоративизм это ситуацию, когда «наши люди» потребляют только «наши» товары. Советские товары маркировали в первую очередь идеологическое пространство советского. Отказ от потребления «наших» товаров означал угрозу системе ценностей советской потребительской культуры. В какой-то момент сформировалась жёстко альтернативная позиция – все не советское стало означать высший знак качества. Эта вполне себе идеологическая установка сформировала благодатную почву для процессов

американизации уже постсоветской культуры ельцинской эпохи.

Таким образом, неприятие в первую очередь в культурном смысле идеократического советского опыта на фоне идеологического, экономического, административно-управленческого кризиса привело к отказу от «советского гражданства». Причём отказ шёл постепенно, сначала на уровне индивидуальных жизненных практик, а потом на уровне системы в целом. Отказ от «советского» означал выход из единого пролетарского мира. Неожиданно оказалось, что бывшие соратники по борьбе за светлое коммунистическое будущее стали выступать в почётной роли «иностранцев».

Специфика культурных заимствований в поздний советский и постсоветский периоды определялась вторичностью установки, следствием которой стала быстрая провинциализация всего постсоветского пространства. Естественным следствием концептуализации провинциальности становиться культурная установка социума на выживание. К сожалению, именно эта установка, сформировавшаяся в период ельцинской шоковой демократизации, оказывается доминирующей. Оппозиция «центр – провинция» становится чем-то вроде схемы для транспони-

рования культурных форм. Причём в роли «центра» для постсоветского человека выступает условный «запад» с подлинной системой культурно-демократических ценностей. Ситуация глобализации, экономизации культуры в отсутствии сильных культурных альтернатив оказывает пагубное воздействие на человека в посткатастрофном социуме. Единственным способом противостоять последствиям этого влияния – преодолевать собственный провинциализм.

Таким образом, изучение способов организации культурных пространств в ситуации культурных изменений (в данном случае, переход общего к групповому (родовому) культурному пространству в период образования советского корпоративного государства и группового к индивидуальным культурным практикам в период распада советской государственности) расширяет границы культурологического анализа советского и раннего постсоветского типов социумов. Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что в основе формирования культурного пространства советского государства лежал принцип редукционизма, который позволил освоить, переработать предыдущий культурный опыт.

Корпоративизация социальных отношений стала логическим продолжением редукционистской культурной политики новоиспеченной власти, сформировав необходимые условия для существования идеократического социально-политического устройства. Советские граждане были обязаны через повседневную практику общения, через практику организации среды обитания транслировать свою сопричастность к общей идеи построения светлого коммунистического будущего.

Показательно, что процесс распада советской государственности связан с постепенным «выходом» советских граждан за границы модели «советской идентификации», которая включала в себя обязательное и практически единственно возможное потребление советских товаров вслед за коммунистической идеологией. Советские граждане в какой-то момент отказались играть роль «внутренних потребителей» товаров, производимых корпорацией СССР.

Библиография

1. Бабаева А.В. Современная западная философия о культурном пространстве // Современная философия как феномен культуры: исследовательские традиции и новации: Материалы научной конференции. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://anthropology.ru/ru/texts/babaeva/modern_07.html
2. Джилас М. Лицо тоталитаризма. – М.: Новости, 1992. – 539 с.
3. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. – М.: Academia; Наука, 1998. – 640 с.
4. Лотман Ю.М. Семиотика культуры и понятие текста // Избранные статьи. – Таллинн, 1992. – Т. 1. – С. 129-132.
5. Орлова Э.А. Городская среда как культурно-эстетическое явление // Эстетическая культура. – М.: ИФРАН, 1997. – С. 205.
6. Трипузов М.Г. Культурное пространство как объект культурологического исследования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psibook.com/linguistics/kulturnoe-prostranstvo-kak-obekt-kulturologicheskogo-issledovaniya.html>

7. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. – М.: Общественное мнение, 2003. – 336 с.
8. Элиаде М. Аспекты мифа. – М.: Академический проект, 2000. – 224 с.
9. Hall E.T. Beyond Culture. – New York: Doubleday, 1976. – 298 p.

Cultural communication in the Soviet and post-Soviet space. On the problem of the transformation of cultural space in transition stage

Chadaeva Anastasiya Georgievna

PhD (Cultural Studies), associate professor,
Russian State University for the Humanities,
P.O. Box 125993, Miusskaya str., No. 6, Moscow, Russian Federation;
e-mail: nana91@yandex.ru

Abstract

The article examines the problem of cultural transformations associated with the change of socio-political model. It applies primarily to the study of forms and methods of socio-cultural organization in the period of cultural change. Methods of forming the cultural reality are used to illustrate the stages of formation and collapse of the Soviet state. The purpose of research is to study the ways and mechanisms of the organization of Soviet cultural reality, as well as the conditions of its decay.

Methodology of cultural research involves the use of the concepts of cultural space, which simultaneously acts as a tool and an object of research. The article focuses on the communicative component of this concept, which is revealed through the formation of cultural communications, including both the development of the previous cultural experiences and design of the particular habitat type in the process of social interaction.

Basic research hypothesis based on the fact that the basis of the formation of cultural space of the Soviet state was at the heart of the principle of reductionism,

which allowed to learn and revise previous cultural experience. Corporatization of social relations appeared a logical continuation of the authorities' reductionist cultural policy. Soviet citizens were required to evince their implication to the general idea of building a bright communist future through the daily practice of communication, through the practice of life environment organizing.

Thus, the study has shown the transformation of cultural space: from general to specific (corporate) by means of cultural reductionism in the formative period of Soviet cultural reality. The author revealed that one of the most important conditions for the collapse of the Soviet cultural reality became a "going" of Soviet citizens above the "Soviet identification" model through the Soviet consumer model. Soviet citizens no longer played the role of loyal "internal customers" of goods produced by the USSR Corporation.

Keywords

Cultural space, cultural transformations, corporate state, political myth.

References

1. Babaeva, A.V., "Modern Western philosophy of cultural space. Modern philosophy as a cultural phenomenon: research traditions and innovations. Proceedings of the conference" ["Sovremennaya zapadnaya filosofiya o kul'turnom prostranstve. Sovremennaya filosofiya kak fenomen kul'tury: issledovatel'skie traditsii i novatsii. Materialy nauchnoi konferentsii"], available at: http://anthropology.ru/ru/texts/babaeva/modern_07.html
2. Đilas, M. (1992), *The face of totalitarianism* [*Litso totalitarizma*], Novosti, Moscow, 539 p.
3. Eliade, M. (2000), *Aspects of the myth* [*Aspekty mifa*], Akademicheskii proekt, Moscow, 224 p.
4. Hall, E.T. (1976), *Beyond Culture*, Doubleday, New York 298 p.
5. Inozemtsev, V.L. (1998), *Outside the economic society. Postindustrial theories and post-economic trends in the modern world* [*Za predelami ekonomicheskogo obshchestva. Postindustrial'nye teorii i postekonomicheskie tendentsii v sovremennom mire*], Academia; Nauka, Moscow, 640 p.

6. Lotman, Yu.M. (1992), "Semiotics of culture and the concept of text", *Selected articles. Vol. 1* ["Semiotika kul'tury i ponyatie teksta", *Izbrannye stat'i. T. 1*], Tallinn, pp. 129-132.
7. Orlova, E.A. (1997), "Urban environment as a cultural and aesthetic phenomenon", *Aesthetic Culture* ["Gorodskaya sreda kak kul'turno-esteticheskoe yavlenie", *Esteticheskaya kul'tura*], IFRAN, Moscow, p. 205.
8. Schütz, A. (2003), *Semantic structure of the everyday world: essays on phenomenological sociology* [*Smyslovaya struktura povsednevnogo mira: ocherki po fenomenologicheskoi sotsiologii*], Obshchestvennoe mnenie, Moscow, 336 p.
9. Tripuzov, M.G., "Cultural space as an object of cultural studies" ["Kul'turnoe prostranstvo kak ob'ekt kul'turologicheskogo issledovaniya"], available at: <http://psibook.com/linguistics/kulturnoe-prostranstvo-kak-obekt-kulturologicheskogo-issledovaniya.html>