Андрамонов Дмитрий Константинович

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ КОНФОРМИЗМА И НОНКОНФОРМИЗМА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ МОДЕЛЕЙ

Статья посвящена анализу ценностных предпосылок различных социологических подходов к интерпретации конфликта культуры и контркультуры и анализу феноменов конформизма / нонконформизма как универсальных социокультурных моделей. Отдельно рассмотрена проблема демаркации культуры (массовой культуры) и контркультуры. Выявлена специфика анализа феноменов конформизма / нонконформизма в поле социокультурного бытия, а также некоторые особенности подходов к социокультурной организации постиндустриального общества в контексте оппозиции конформного и нонконформного типов социального поведения.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2016/4-1/1.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 4(66): в 2-х ч. Ч. 1. С. 13-15. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2016/4-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

УДК 316.75
Философские науки

Статья посвящена анализу ценностных предпосылок различных социологических подходов к интерпретации конфликта культуры и контркультуры и анализу феноменов конформизма / нонконформизма как универсальных социокультурных моделей. Отдельно рассмотрена проблема демаркации культуры (массовой культуры) и контркультуры. Выявлена специфика анализа феноменов конформизма / нонконформизма в поле социокультурного бытия, а также некоторые особенности подходов к социокультурной организации постиндустриального общества в контексте оппозиции конформного и нонконформного типов социального поведения.

Ключевые слова и фразы: конформизм; нонконформизм; массовая культура; контркультура; постиндустриальное общество.

Андрамонов Дмитрий Константинович
Самарский областной институт повышения квалификации и переподготовки работников образования
teorema93@yandex.ru

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ КОНФОРМИЗМА И НОНКОНФОРМИЗМА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ МОДЕЛЕЙ

Существует огромное количество различных дефиниций «культуры», затрагивающих самые разнообразные аспекты этого сложного феномена. В данном исследовании мы прибегнем к социологической интерпретации культуры, то есть, будем рассматривать её как систему, ориентированную на комплекс ценностей, норм и образцов поведения, а также ожидаемые модели социальных действий. В данном контексте нас будут интересовать две связанных между собой проблемы: во-первых, демаркация понятий культуры (доминирующей культуры) и контркультуры; во-вторых, сам конфликт ценностно-нормативных систем «доминирующей культуры» и «контркультуры», выраженный через конформистские и нонконформистские тенденции социального поведения в условиях постиндустриального общества. Мы рассмотрим различные интерпретации природы данного конфликта, отталкиваясь от двух подходов к феномену культуры, представленных двумя социологическими традициями – критической и структурно-функциональной. Конформизм и нонконформизм при этом мы будем рассматривать в качестве двух противоположных по направленности универсальных социокультурных моделей.

Традиционно, в рамках структурно-функциональной теории проблема демаркации решается следующим образом – выделяются три формы или уровня культурной интеграции, точкой отсчета при этом является «*базовая*» или «*доминирующая» культура* составляющая «*культурное ядро*» (см.: [3, с. 5-6]). *Контркультура,* напротив, представляет собой отрицание базовых нормативных установок, доминирующих в обществе. К контркультурным относят социальные группы, «для которых повсеместно признанные национальные традиции и святыни становятся предметом насмешек, осуждения и игнорирования. Их можно определить в таком случае как *контркультуру,* имея в виду их противостояние национальной культуре, “главного нерва”» [9, с. 254]. *Конформизм* как тип социального поведения здесь соответствует социально-интегративным функциям культуры, осуществляемым через ценностно-нормативную систему. *Нонконформистские* типы поведения соответствуют функциям контркультуры, механизму противодействия *status quo* культуры с целью конструктивного преобразования «главного нерва» доминирующей культуры. Отметим, что контркультура, по сути, представляет собой именно нонконформистское явление, независимо от того, являются ли ее цели лишь деструктивными, или и конструктивными в том числе. «Характеристика контркультурных феноменов позволяет поставить вопрос о неких общесоциологических закономерностях культурных процессов. Противостояние господствующей культуре, рождение новых ценностно-нравственных и практических жизненных установок рассматриваются в современной философии культуры как процесс, периодически воспроизводимый в мировой истории» [8, с. 5]. Ядро доминирующей культуры и ядро контркультуры в данном случае выступают в роли ценностно-нормативных оппозиций, определяющих две противоречащие друг другу стратегические линии. Возникновение ситуации противостояния вызывается в первую очередь кризисом ценностно-нормативной системы общества. Возникновение контркультуры как нонконформистской тенденции социального поведения обусловлено сбоем механизмов социальной интеграции и инкультурации. Отсюда следует общая аксиологическая посылка структурно-функциональной теории, предполагающая, скорее, позитивное отношение к конформизму и негативное к нонконформизму (что наиболее ярко выражено в работах Т. Парсонса, рассматривающего нестабильность социальной системы в качестве ее дисфункции). Конформность в отношении доминирующей ценностно-нормативной системы рассматривается как «нормальное» положение вещей. Такая лояльность по отношению к *status quo* рассматривается в работах Парсонса как естественное состояние: если сам индивид сформирован культурой, то и его конформность обеспечена добровольным принятием ценностно-культурных оснований общества (см.: [6, с. 334]). Более того, лояльность общественным установлениям имеет, таким образом, и моральную подоплеку. Однако такой подход некоторые социологи и философы считают слишком формальным и неспособным решать актуальные задачи социальных наук, вызванные трансформацией индустриального общества эпохи «модерна» в постиндустриальное общество эпохи постмодерна. В частности, речь идет о представителях франкфуртской социологической школы, или критической теории.

В контексте критической теории феномен культуры, а соответственно, конформизм и нонконформизм подвергаются анализу на несколько ином уровне, при этом меняется и сама терминология. В данном случае мы вынуждены обратиться к феномену «массовой культуры». Сам термин был введен М. Хоркхаймером в 40-х годах XX века. Под «массовой культурой» теоретики франкфуртской школы понимают специфическую форму культурного производства массового общества как совокупности техник и средств идеологической манипуляции крупными социальными образованиями. К проблематике массовой культуры обращались многие известные философы уже с начала XX в., среди них можно выделить О. Шпенглера, Х. Ортега-и-Гассета, К. Ясперса, П. Сорокина и т.д., но, по сравнению с неомарксистски ориентированными авторами, они куда менее радикальны в своей критике. Общим моментом для большинства исследователей массовой культуры является указание на стандартизированную форму производства культурных элементов, культурных образцов. Массовая культура предполагает универсализацию культурного и социального опыта для человека-массы, стандартизации системы ценностно-нормативных ориентаций. При этом массовая культура не предполагает опоры на персонализированный опыт и не связанный с традиционными формами социализации. С точки зрения критической теории, культура общества потребления не столько стандартизирует варианты возможного выбора, сколько агрессивно навязывает определенные ценности: «Машиной для показа желания служит массовая культура: вот кто должен вас интересовать, говорит она, словно догадываясь, что люди неспособны сами найти, кого им желать» [2, с. 176]. Такая масштабная стандартизация производства культурных элементов обусловлена становлением постиндустриального общества. Феномен массовой культуры, с одной стороны, есть необходимое условие для функционирования новой экономической модели, с другой – сам такую модель порождает. У критиков данного явления массовая культура зачастую ассоциируется с социальным отчуждением в силу характерного принципа унификации и анонимности. Впрочем, степень этого отчуждения является предметом полемики.

Тотальная социокультурная трансформация современного индустриального общества и рождение постиндустриального способствовали возникновению массовой культуры как новой актуальной формы инкультурации. Новизна сегодняшней ситуации заключается в сглаживании антагонизма между культурой и социальной действительностью путем отторжения оппозиционных, чуждых и трансцендентных элементов в высокой культуре, благодаря которым она создавала иное измерение реальности. Ликвидация двухмерной культуры происходит не посредством отрицания и отбрасывания «культурных ценностей», но с помощью их полного встраивания в утвердившийся порядок массового воспроизводства и демонстрации.

Наиболее явно негативная сторона сложившейся ситуации обнаруживается в области искусства, где наиболее сильна односторонняя тенденция к развлечению («отрицанию скуки»): «Сфера развлекательности, давно включенная в планы производства, представляет собой господство этого момента искусства над всеми остальными его феноменами» [1, с. 365]. Т. Адорно противопоставляет массовому искусству искусство авангарда, то есть модернистское, элитарное. Авангард (как и контркультура), по сути, является феноменом нонконформным, то есть в самом его основании лежит требование отрицания уже существующего и попытка выхода за имеющиеся границы. Конфликт между массовой культурой и контркультурой в таком контексте оказывается перманентным по сути и обуславливается нонконформистским требованием радикального отрицания. Впрочем, Адорно настроен наиболее пессимистично, в отличие от многих коллег по «критическому цеху», нацеленных на преодоление отчуждения. Еще один оппонент общества потребления и неомарксист Ги Дебор описывал современное ему общество через такой термин, как «общество спектакля»: «Спектакль – это идеология *par excellence*, так как во всей своей полноте он проявляет и очерчивает сущность всех идеологических систем, заключающуюся в оскудении, подчинении и отрицании реальной жизни. Материально спектакль является “выражением разделения и отчуждения между людьми”» [4, с. 112]. Показательно в данном случае противопоставление спектакля некоей «реальной жизни» (иногда «реальным интересам», «здоровой социальности»), к которому часто бывают склонны марксистски ориентированные авторы. Например, Маркузе рассуждает о реальных потребностях, противопоставляя им ложные, то есть «те, которые навязываются индивиду особыми социальными интересами в процессе его подавления: это потребности, закрепляющие тягостный труд, агрессивность, нищету и несправедливость» [5, с. 6]. Изменение же принципов производства новых эстетических объектов рассматривается как профилактика «...против тех “ложных потребностей”, которые являются опорой принципа производительности» [7, с. 108].

Итак, мы можем наблюдать прямо противоположные подходы к анализу ценностно-культурных оснований конформизма и нонконформизма в контексте структурно-функциональной и критической теорий. Такое разночтение объясняется двумя факторами: во-первых, противоположными морально-аксиологическими предпосылками; во-вторых, двойственностью самого феномена социальной конформности, имеющего как позитивные, так и негативные свойства. В структурно-функциональной теории высокая социальная конформность рассматривается как базовое условие социального порядка, без которого существование общества оказывается под вопросом, а нонконформизм есть опасная для общества системная дисфункция. Индивидуальная стратегия конформного поведения здесь следует тенденции к сохранению, поддержанию и воспроизводству социального порядка в противовес девиантным нонконформным тенденциям. В критической теории конформизм представляется лишь следствием технологий производства массового сознания посредством практик манипуляции и суггестии, имеющихся в арсенале репрессивного неолиберального постиндустриального общества. Ценностно-культурными основаниями нонконформизма выступают осмысленные в неомарксистском ключе идеи освобождения как преодоления «отчуждения» и «революции сознания» (ставшие впоследствии фундаментом контркультуры 70-х годов XX в.). Индивидуальная стратегия конформного поведения в этом случае является иррациональным и неосознанным «подражанием», нонконформизм – разумной альтернативой.

Список литературы

1. **Адорно Т.** Эстетическая теория. М.: Республика, 2001. 527 с.
2. **Барт Р.** Фрагменты речи влюбленного. М.: Ad Marginem, 1999. 431 с.
3. **Беляев И. А., Беляева Н. А.** Культура, субкультура, контркультура // Духовность и государственность: сборник научных статей / под ред. И. А. Беляева. Оренбург: Филиал УрАГС в г. Оренбурге, 2002. Вып. 3. С. 5-18.
4. **Дебор Г.** Общество спектакля. М.: Опустошитель, 2011. 178 с.
5. **Маркузе Г.** Одномерный человек. М.: REFL-book, 1994. 368 с.
6. **Парсонс Т.** О социальных системах. М.: Академический Проект, 2002. 832 с.
7. **Полякова А. Ю.** Альтернатива репрессивной культуре // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. 2010. Т. 23. № 2 (62). С. 106-112.
8. **Султанова М. А.** Философия контркультуры Теодора Роззака (очерк философской публицистики). М.: ИФРАН, 2009. 175 с.
9. **Штомпка П.** Социология. Анализ современного общества. М.: Логос, 2005. 664 с.

AXIOLOGICAL ASPECTS OF APPROACHES TO THE ANALYSIS OF CONFORMISM AND NON-CONFORMISM AS SOCIOCULTURAL MODELS

Andramonov Dmitrii Konstantinovich
Samara Regional Institute for Teachers Retraining and Staff Development in Education
teorema93@yandex.ru

The article is devoted to the analysis of the value prerequisites of various sociological approaches to the interpretation of conflict between culture and counterculture and to the analysis of the phenomena of conformism / non-conformism as universal sociocultural models. The problem of the demarcation of culture (mass culture) and counterculture is studied as well. The author identifies the specificity of the analysis of the phenomena “conformism / non-conformism” in the field of sociocultural existence and some peculiarities of approaches to the socio-cultural organization of the post-industrial society in the context of the conformal and non-conformal types of social behavior.

Key words and phrases: conformism; non-conformism; mass culture; counterculture; post-industrial society.

УДК 659.13.17
Социологические науки

Основное внимание авторы статьи акцентируют на состоянии современного российского рынка видеорекламы, а также необходимости использования приемов игрового кино с целью повышения ее качества и роста потенциала. При работе над данной проблематикой авторами статьи был проведен контент-анализ видеороликов, транслировавшихся в декабре 2015 года на российских телеканалах, в соответствии с шестью основными категориями: идея, драматургия, режиссура, сценарно-режиссерский ход, операторская работа, постпродакшен.

Ключевые слова и фразы: рынок видеорекламы; приемы игрового кино; контент-анализ; драматургия; режиссура; структурная композиция; сценарно-режиссерский ход; стратегические вовлечения; темпо-ритм.

Андросова Любовь Александровна, к. соц. н., доцент
Тетерина Евгения Александровна, к.и.н.
Питерова Анна Юрьевна, к.и.н.
Пензенский государственный университет
lana1654@yandex.ru; evgenia_t@bk.ru; yuganovs@mail.ru

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВИДЕОРЕКЛАМЫ: КОНСТРУИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ

Современная реклама перешла границы своего первоначального назначения – информирование о товаре. Проникая практически во все сферы общественной жизни, как российская, так и зарубежная реклама продолжает меняться вместе с обществом, она все активнее берет на себя роль проводника социальных ожиданий больших групп людей. Прибегая к таким механизмам, как стереотипизация и идентификация, реклама создает эталоны поведения для больших социальных групп и общностей, и особенно для молодежи, она формирует ценности, стили и модели поведения. Особая роль здесь принадлежит видеорекламе, хотя многие исследователи утверждают, что данный рынок в России недостаточно развит и само качество видеорекламы остается довольно низким.

Во многом это зависит от заказчика рекламы, хотя именно его желание сделать рекламу яркой, запоминающейся позволило российским копирайтерам и режиссёрам создать ряд маленьких шедевров в жанре видеорекламы. На экране появлялась видеореклама с законченным сюжетом, и зрители готовы были смотреть ее даже во время трансляции футбольного матча. Ярким примером подобной рекламы является серия роликов, посвященных банку «Империал».

В настоящее время изменились стандарты производства рекламы, в частности видеорекламы, в России. Реклама стала более прагматичной, сюжеты видеороликов при этом упрощаются и становятся более посредственными, наблюдается тенденция перехода от индивидуальности к массовизации, в то время как в Европе прослеживается обратное явление – тяга к индивидуальности.