

УДК 316.73

**Воздействие автоматизации на культурное сознание общества:  
индустрия удовольствий и развлечений****Сафин А.Р.**Магистр Школы экономики  
программы «Public Policy and Management»  
Университета Корвина (Будапешт)

*Статья призвана дать оценку принципиальным сдвигам в культурной жизни современного общества, обусловленным широкомасштабной автоматизацией производственных процессов. Смена двух его составляющих – принципов осуществления хозяйственно-экономических процессов и роли задействованного в них человека представляют интерес с точки зрения трансформации общественных отношений. Влияние такого феномена на социальные ценности весьма неоднозначно, а потому требует предметного анализа.*

*Ключевые слова: автоматизация, культура, общество, восприятие, производство искусства, ценности*

Неужели машина заменит собою искусство? Неужели искусство должно оставить все свои художественные принципы и лишь подражать этому дерзкому дитяти человеческой выдумки?

*Гинзбург М.Я. Стиль и Эпоха. Проблемы современной архитектуры. – М., 1924. – С. 127.*

Научно-технический прогресс, движимый на протяжении всей человеческой истории преимущественно двумя неиссякаемыми источниками энергии – ленью и любопытством, на стыке XX и XXI вв. продемонстрировал свою эволюционную зрелость к частичному, а затем и полному вытеснению человека из производственной цепочки. Начиная с самых простых и заканчивая самыми утонченными с точки зрения технической реализации процессов, машина дает человеку понять, что в скором времени ему предстоит искать себе новое место трудоустройства.

О данной проблематике довольно предметно высказался французский исследователь Жерар Стрейф, посетивший в 1987 г. Советский Союз с научно-исследовательскими целями и написавший по окончании своего визита работу «Поездка в страну, которую мы мало знаем». В частности, он приводит следующее мнение: «Ведущий специалист по советскому роботостроению Евгений Юревич следующим образом характеризует разницу в подходах к этой проблеме на Востоке и на Западе: “Роботы являются своего рода ответом на социальный заказ, логически вытекающий из современного этапа человеческой цивилизации. В то же время побуди-

тельные мотивы, которые толкают к применению подобной техники, функционально зависят от общественной системы, в рамках которой они реализуются. Так, помимо экономических соображений, капиталистический предприниматель видит в роботах то преимущество, что они не будут бастовать, не потребуют повышения заработной платы, улучшения условий труда... Иначе происходит дело в социалистическом обществе. Эти новые машины позволяют улучшить условия труда, заменяют человека на вредных, тяжелых, монотонных работах. Человек же занимается наиболее интересной и творческой работой”. В советской печати часто приводится пример Ленинградского часового завода в Петродворце. Установка здесь роботов позволила высвободить пятьсот работников, в шесть раз повысить производительность труда (робот собирает часы в пять раз быстрее, чем это происходит на автоматической линии, и находит время для исправления допущенных ошибок). Что касается работников, то им не приходится ускорять своего обычного темпа, поскольку конвейер ликвидирован за ненадобностью. Какова судьба высвобожденных рабочих? Значительная часть этих людей, ранее занятых неквалифициро-

ваным трудом, пройдет плановую переподготовку, профессиональное обучение и будет переведена на другие работы» [1, с. 48].

Однако такая легкая нотка наивного командно-административного оптимизма в действительности XXI столетия встречается с безжалостной оптимизацией рыночной экономики, где на место заботливой «перепрофилирующей» руки государства приходят прагматичные рыночные механизмы, утверждающие собственные правила игры.

Для того, чтобы лучше понять природу упомянутых изменений, стоит обратиться к работе выдающегося французского социолога левого толка Ги Дебора под названием «Общество спектакля», в которой, помимо прочих положений, он отмечает, что: «Автоматизация, которая представляет собой одновременно и самый развитой сектор современной индустрии, и экономическую модель, которая превосходно воплощает её деятельность, приводит мир товара к следующему противоречию: техническое совершенствование, явно способное заменить человеческий труд, одновременно должно сохранить труд как товар, и труд как единственный источник возникновения товара. Для того чтобы автоматика, или любая другая, менее радикальная форма повышения производительности труда, не уменьшала времени, затрачиваемого обществом на какой-либо труд, следует создавать новые рабочие места. С этой задачей прекрасно справляется сектор услуг, так называемый, третичный сектор. Он представляет собой целую армию людей, занятых в распределении и восхвалении современных товаров; именно на создание и удовлетворение этих искусственных потребностей мобилизуются все, кто не занят в реальном производстве товаров» [3, с. 21].

Именно такие процессы к закату XX в. в конечном итоге привели к формированию окончательно оформившейся индустрии удовольствий и развлечений, играющей эпохальную роль с точки зрения влияния на культурологический аспект жизни человечества. Незнакомые людям доинформационной эпохи отрасли культуры, такие как массовое кино, фотография, компьютерные игры, видеоблоггинг, социальный нетворкинг и прочие виды высокотехнологического взаимодействия сегодня включают в себя многомиллиардную аудиторию людей по всему миру, а следовательно, несут особую важность для изучения своей сущности.

Одной из важнейших проблем индустрии удовольствий и развлечений в контексте технологической эволюции является ее бесконтрольное количественное увеличение. Об этой ситуации весьма обстоятельно высказался немецкий социолог Франкфуртской школы Вальтер Беньямин в своем труде «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости», подчеркнув: «С появлением различных методов технической репродукции про-

изведения искусства его экспозиционные возможности выросли в таком огромном объеме, что количественный сдвиг в балансе его полюсов переходит, как в первобытную эпоху, в качественное изменение его природы. Подобно тому как в первобытную эпоху произведение искусства из-за абсолютного преобладания его культовой функции было в первую очередь инструментом магии, который лишь позднее был, так сказать, опознан как произведение искусства, так и сегодня произведение искусства становится, из-за абсолютного преобладания его экспозиционной ценности, новым явлением с совершенно новыми функциями, из которых воспринимаемая нашим сознанием, эстетическая, выделяется как та, что впоследствии может быть признана сопутствующей. Во всяком случае ясно, что в настоящее время фотография, а затем кино дают наиболее значимые сведения для понимания ситуации» [3, с. 31].

Критика социолога направлена преимущественно на факт «удешевления» роли искусства и сужение понимая его ценности человеком с появлением средств для его технического воспроизведения. К примеру, если Леонардо да Винчи потребовалось 3 года, чтобы написать одно из своих самых известных творений «Тайная Вечеря», то такая протяженность рабочего процесса создала в нем колоссальную культурно-историческую «добавочную стоимость», включающую в себя оценку посетителем собора Санта Мария Деля Грация технических средств тех времен пропорционально итоговому результату, психологическое напряжение и бытовые условия работы мастера и т.д. В сегодняшних условиях, когда новейшие технические возможности позволяют человеку выразить свой художественный замысел за невиданное ранее короткое время, теряется, как говорил В. Беньямин, «аура» произведения искусства, исчезает необходимость зрителя в применении активной мыслительной деятельности для полноценного понимания содержания конкретной работы, а не только ее формы. «Типографический» характер произведения современного искусства обедняет не только его суть, но и, что более важно, примитивизирует взгляд зрителя, лишает его того неимоверного удовольствия, которое доставляло созерцание шедевров, преисполненных чувством авторского самопреодоления.

Директор Пушкинского музея Ирина Антонова в интервью журналу *Forbes* поделилась своим мнением о сложностях управления музеем и дала оценку нынешнему взгляду человека на искусство: «Объем дурной продукции, которую вываливают сегодня на зрителей, поражает. Я очень жалею современных художников, тех, кто имеет подлинное художественное начало в своей натуре, им трудно работать. Настоящее искусство – бездонный колодец, и создает эту бездонность время. То, как человек XVII века видел Рембрандта, это одно, как человек XIX века

– другое. А так, как мы видим сегодня – третье. Настоящая радость как раз в этой способности открывать глубины. Ведь какие еще радости бывают? Всех вкусных блюд не съешь, всех красивых платьев не наденешь. Именно обогащение эмоционально сферы жизни дает нам радость. Больше всего я боюсь, чтобы дети не разучились плакать от счастья. Не от боли, не от огорчения, не от зависти — вот у него есть крутые джинсы, а у меня нет, как жалко – а от счастья. А откуда счастье? От любви и от искусства. А это рядом. Надо уметь быть счастливым от любви. Потому что, если это просто временный секс – пришел, сделал свое дело, оделся и ушел – от этого не заплачешь» [4].

Отдельно в данном контексте Вальтер Беньямин указывает на позицию кинематографа. Он приводит цитату известного французского писателя Жоржа Дюамеля, который называет кино «временпрепровождением для идиотов, развлечением для необразованных, жалких, изнуренных трудом созданий, скупаемых заботами... зрелищем, не требующим никакой концентрации, не предполагающим никаких умственных способностей..., не зажигающим в сердцах никакого света и не пробуждающим никаких других надежд кроме смешной надежды однажды стать “звездой” в Лос Анджелесе» [3, с. 59]. И его можно понять, так как фильмы, подобно разжеванному детскому питанию для пока еще беззубых малышей, не требуют от потребителя никакого умственного труда и психологической оценки, так как занимаются прямой доставкой уже «готовой продукции» до человеческого мозга. В противовес им можно привести книгу, нацеленную на активизацию воображения и использование эмоциональных компонентов человеческой психологии для формирования конечной картины, которая для каждого человека будет отличаться, что диаметрально противоположно визуальному восприятию киноленты.

Подобные рассуждения также применимы и к положению современного спорта, постепенно переводящего человека из роли участвующего в роль наблюдающего. Еще со времен древнеримских амфитеатров, рассредоточенных по средиземноморскому бассейну от Нумидии до Италии, зрители восторгались победами гладиаторов и прочими массовыми выступлениями. Однако в XX в. с повсеместным появлением технических средств передачи информации произошел также и сдвиг в вопросе статуса человека как объекта/субъекта спортивной деятельности. Удобство наблюдения за выступлениями атлетов сперва с экранов телевизоров, а затем с мобильных устройств рождает в человеке мысль о мнимом соучастии с победами и поражениями соревнующихся, идентифицирует их эмоциональные переживания с достижениями бегунов, фехтовальщиков, пловцов и прочих. В этом процессе кроется косвенный эффект наблюдения за спортом, заклю-

чающийся в исчезновении у зрителей мотивации в личном участии, в преодолении тех же тягот и физических усилий, что выпадают на долю спортсменов. Комфорт от визуального отождествления и полученное от волнительного ожидания удовольствие зачастую лишают человека необходимости в собственном физическом развитии, неосознанно заполняют ту нишу, место которой предназначено для активного образа жизни.

Об этом в своем известном труде «Зеленая Книга» писал лидер Ливийской революции Муаммар Каддафи: «Тысячи аплодирующих и смеющихся зрителей, заполняющих трибуны стадионов, – это тысячи, введенных в заблуждение, людей, которые, не имея возможности заниматься спортом лично, праздно сидят на трибунах и аплодируют чемпионам, которые перехватили у них инициативу, оттеснили их и монополизировали спорт, используя в своих интересах возможности, предоставленные им массами. Трибуны стадионов существуют лишь для того, чтобы закрыть массам доступ на спортивные поля и к спортивным сооружениям, не дать массам возможности заниматься спортом. Трибуны стадионов опустеют и исчезнут тогда, когда массы, осознав, что спорт – это вид социальной активности, хлынут на спортивные арены и начнут заниматься спортом, выступая в качестве участников, а не зрителей. Разумнее предположить обратное, а именно, чтобы в роли пассивных зрителей выступало меньшинство, не способное заниматься спортом» [5, с. 63].

Перенасыщение культурной среды однообразной и далеко не всегда замысловатой информационной массой приводит к трем взаимодополняющим последствиям. Во-первых, отныне потребительский спрос отдает предпочтение количеству перед качеством. Во-вторых, по причине первого у создателя всякой культурной ценности пропадает минимальная мотивация к вложению в результат своего труда «добавочной стоимости», стремящейся к достижению эстетического отклика у конечного потребителя, что вполне ожидаемо в условиях, когда прогрессирующее тиражирование поступательно атрофирует стремление человека к структурному анализу культурно-смысловой ценности конкретного объекта. И, в-третьих, деградация культурного спроса отучает зрителя от «общения» с культурой, от понимания ее значения и роли в жизни общества. Такая нетребовательность напрямую влияет на функционирование интеллектуального компонента, ведь калибруя то, что вызывает радость и печаль, страх и смелость, доказывается на практике поговоркой: «Смех, это физиология ума».

В такой ситуации, когда исчезает необходимый оценочный механизм, возрастает риск подчинения искусства посторонним силам, не имеющим ничего общего с духовной возвышенностью. Именно поэтому культурная жизнь находится под угрозой пе-

рехода из разряда «Зачем?» в разряд «Потому, что», равно, как и завещал Антон Павлович Чехов: «Искусство не должно отвечать на вопросы, оно должно их ставить».

В одном из своих интервью глава Сбербанка Герман Греф высказал свою позицию касательно современных проблем человечества, обозначив в качестве главной «интеллектуальную деградацию из-за большого количества информации в интернете». Для доклада об угрозе глобального отупления Греф пригласил в Давос психотерапевта Андрея Курпатова, по мнению которого, «...молодые люди не могут поддерживать длительный психологический контакт друг с другом. Они не интересуются внутренним миром другого человека. Даже на свиданиях молодые люди предпочитают телефон, нежели общение с человеком, с которым они на это свидание пришли. В ситуации, когда вы потребляете контент постоянно, энергия в ваши зоны мозга, отвечающая за мышление, не поступает. То есть, по сути дела, ваш мозг впадает в спячку. Поэтому не надо удивляться, что люди, не вылезаящие из Twitter и Instagram, редко включают голову, мыслят стереотипно и не развиваются. Если дефолт-система не работает, и вы здесь видите то дистальное видение, то есть способность заглядывать вперед, у человека утрачивается. То есть, по сути дела, он не может мотивироваться и не может ставить перед собой цели» [6].

По мнению итальянского неомарксиста Антонио Грамши, «для обеспечения стабильности политического порядка господствующему классу недостаточно установить контроль над ключевыми ресурсами – ему требуется узаконить свое господство при помощи соответствующих государственных институтов и идеологии, сделать его легитимным в глазах широких масс. Поэтому для установления гегемонии необходимо прежде всего воздействовать на общественное сознание, на мысли и убеждения среднестатистического гражданина. Интеллигенты служат “приказчиками” господствующей группы, используемыми для осуществления функций, под-

чиненных задач социальной гегемонии и политического управления» [цит. по: 7, §2].

Подводя итог, стоит сказать, что посредственность качества развлекательной продукции и ее очевидная избыточность бьют по вкусу и дальнейшему интеллектуальному запросу социума, привыкающему к «интеллектуальному безделью», снижают общий уровень культуры и тем самым разрушают механизм цивилизационной преемственности, что неминуемо приводит к дальнейшему упадку государственности. Таким образом, всесторонне развитое, прежде всего, в культурном смысле общество возможно тогда и только тогда, когда оно сделает выбор в пользу умственного созидания, а не разрушения, предпочтет отождествление себя с высоким, а не с доступным.

#### Литература:

1. Стрейф Ж., Бош М. Об ускорении в СССР, Поездка в страну, которую мы мало знаем. По Советскому Союзу. Зарубежные авторы. – М.: Прогресс, 1987. – 192 с.
2. Дебор Г. Общество спектакля / Пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. – М.: Логос, 1999. – 70 с.
3. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: избранные эссе. Немецкий культурный центр имени Гете. – М.: «МЕДИУМ», 1996. – 239 с.
4. Ирина Антонова. Forbes. – URL: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/issue/2013-03/234899-irina-antonova> (дата обращения: 10.03.2021).
5. Каддафи М. Зеленая Книга. – URL: <http://www.kaddafi.ru/z-a5.pdf> (дата обращения: 07.02.2021).
6. Интервью Германа Грефа в Давосе. – URL: <https://www.instagram.com/tv/B7xfz1VCfbi/?igshid=wfxhixibes9> (дата обращения: 07.04.2021).
7. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – URL: <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul12.htm> (дата обращения: 20.03.2021).

## The Impact of Automation on the Cultural Consciousness of Society: the Pleasure and Entertainment Industry

*Safin A.R.*

*Corvinus University of Budapest*

*This article is intended to assess the fundamental shifts in the cultural life of modern society, due to the large-scale automation of production processes. The change of two of its components – the principles of the implementation of economic activities and the role of the person involved in them are of interest from the point of view of the transformation of social relations. The influence of such a phenomenon on social values is very ambiguous, and therefore requires a substantive analysis.*

*Key words: automation, culture, society, perception, piece of art, values*