

- of the V.I. Vernadsky Tauride National University. Series: Philosophy. Cultural studies. Political science. Sociology], 2014, vol. 27(66), no. 3, pp. 3-19. (In Russ.).
5. Voevodin A.P. K ontologii svobody [Towards an ontology of freedom]. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'noy universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Seriya: Filosofiya. Politologiya* [Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Series: Philosophy. Cultural studies. Political science. Sociology], 2022, vol. 7(73), no.1, pp. 26-37. (In Russ.).
 6. Gegel G.V.F. *Nauka logiki. V 3t. T. 1* [Science of logic. In 3vol. Vol. 1]. Moscow, Mysl' Publ., 1970. 501 p. (In Russ.).
 7. Prigozhin A.I. *Sovremennaya sotsiologiya organizatsiy* [Current Sociology of Organisations]. Moscow, Interpraks Publ., 1995. 295 p. (In Russ.).
 8. Prigozhin A.I. *Organizatsiya: sistemy i lyudi* [Organisation: Systems and People]. Moscow, Politizdat Publ., 1983. 176 p. (In Russ.).
 9. Rasprostranennost' khimicheskikh elementov i periodichnost' v izmenenii ikh svoystv [Distribution of chemical elements and periodicity in changes of their properties]. *Spravochnik khimika* [Chemist's Guide]. (In Russ.). Available at: <https://www.chem21.info/page/00903410022223026173112176152128109097131043025> (accessed 26.09.2024).
 10. *Samoorganizuyushchiesya sistemy: sb. dokladov* [Self-organising systems. A collection of papers]. Ed. T.N. Sokolova; trans. from English by V.G. Borodulina. Moscow, Mir Publ., 1964. 435 p. (In Russ.).
 11. *Filosofiya* [Philosophy]. Available at: <http://philosophy.niv.ru/doc/encyclopedia/philosophy/articles/1090/samoorganizuyushchayasya-sistema.htm> (accessed 15.09.2024). (In Russ.).
 12. W.D. Ashby. Principles of self-organizing dynamic system. *The Journal of General Psychology*, 1947, vol. 37, pp. 125-128. (In Engl.). Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00221309.1947.9918144?cookieSet=1> (accessed 15.09.2024).

УДК 124.5

DOI 10.31773/2078-1768-2024-69-22-32

КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ И ЧУВСТВЕННОСТЬ: МИРОВОЗРЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Черников Иван Александрович, кандидат педагогических наук, старший преподаватель, Военный учебно-научный центр военно-воздушных сил «Военно-воздушная академия имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина» Министерства обороны Российской Федерации (г. Воронеж, РФ). E-mail: tchernikowivan@gmail.com

ORCID: 0000-0001-7317-6769; SPIN-код: 8811-0625

Статья посвящена философско-культурологическому осмыслению категории чувственности в контексте культурных индустрий. Рассматриваются вопросы о том, остается ли место живым чувствам в технологичной и регламентированной практике культурных индустрий и не происходит ли выхолащивание человеческой чувственности до уровня инстинктов, на котором не нужна глубокая культурная рефлексия? Автор показывает, что сама по себе чувственность выступает универсальным человеческим качеством, проявляющимся в любой деятельности человека. Чувственность имеет внутренние уровни – простой, связанный с биологическими инстинктами, и более высокий, собственно-культурный, где тесно связаны чувства, мысли, смыслы. Особенностью культурных индустрий, характерных для информационной эпохи, является эксплуатация чувственности, превращение ее в особый инструмент, с помощью которого формируется мировоззрение и мировосприятие. Но достигается это не интеллектуально, а преимущественно с игнорированием разума и высших этажей чувственности. Картина мира, опирающаяся на посылы чувственности, выстраивается на основе таких связей, которые актуальны только между образами, но не между идеями или концептами. В статье отмечается, что «высокая чувствен-

ность» практически не используется в культурных индустриях в силу ее сложности и связи с рефлексией и уступает место активной эксплуатации чувства страха и стремления к наслаждению. При этом культурные индустрии пытаются приравнять две несопоставимые шкалы измерения индивидуального плана жизни – рыночную ликвидность и личностно сотворенный смысл. Возрастание роли чувственности в формировании мировоззрения современного человека определяет необходимость дальнейшего осмысления культурных индустрий в контексте трансформации постиндустриального общества.

Ключевые слова: чувства, чувственность, культурные индустрии, массовая культура, ценность, смысл, медиа, страх, удовольствие, потребление, рынок, товар.

CULTURAL INDUSTRIES AND SENSUALITY: A WORLDVIEW ASPECT

Chernikov Ivan Aleksandrovich, PhD in Pedagogy, Sr Instructor, Military Educational and Scientific Center of the Air Force N.E. Zhukovsky and Y.A. Gagarin Air Force Academy of the Ministry of Defense of the Russian Federation (Voronezh, Russian Federation). E-mail: tchernikowivan@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7317-6769; SPIN code: 8811-0625

The article is devoted to the philosophical and cultural understanding the category of sensuality in the context of cultural industries. Questions are being considered about whether there remains a place for living feelings in the technological and regulated practice of cultural industries and whether human sensuality is being emasculated to the level of instincts, which does not require deep cultural reflection? The author shows that sensuality itself is a universal human quality that manifests itself in any human activity. Sensuality has internal levels – simple, related to biological instincts, and higher, actually cultural, where feelings, thoughts, and meanings are closely connected. A feature of the cultural industries characteristic of the information age is the exploitation of sensuality, turning it into a special tool with which a worldview and worldperception are formed. However, this is not achieved intellectually, but mainly by ignoring both reason and the higher levels of sensuality. A picture of the world based on the messages of sensuality is built on the basis of such connections that are relevant only between images, but not between ideas or concepts. The article notes that “high sensuality” is practically not used in cultural industries due to its complexity and connection with reflection, and gives way to the active exploitation of feelings of fear and the desire for pleasure. At the same time, cultural industries are trying to equate two disparate scales of measurement of an individual life plan – market liquidity and personally created meaning. The increasing role of sensuality in shaping the worldview of a modern person determines the need for further understanding the cultural industries in the context of the transformation of post-industrial society.

Keywords: feelings, sensuality, cultural industries, mass culture, value, meaning, media, fear, pleasure, consumption, market, product.

Постановка проблемы

Философско-культурологическое осмысление «культурных индустрий» – одно из ключевых направлений в современном социально-гуманитарном знании. Крупным планом оно обозначено в работах тех западных и российских авторов последних десятилетий, которые анализируют тенденции развития индустриального и постиндустриального общества, массовой культуры, включая процессы влияния рыночных отношений

и цифровых технологий на коммуникацию, творчество, смысловую и ценностную области жизнедеятельности индивидов. Прежде всего, это работы зарубежных авторов, таких как З. Бауман [1], У. Бек [2], Ж. Бодрийяр [3], Ж.-Ф. Лиотар [10], Ж. Липовецки [11], Ф. Джеймисон [9], Г. Дебор [8], Т. Бьюз [5], Р. Сеннет [24], П. Слотердаjk [25], Х. Ортега-и-Гассет [22], Э. Фромм [27], Г. Маркузе [17], К. Лоренц [12], Г. Марсель [18], С. Москвичи [21] и мн. др. Данная проблематика активно

обсуждается в работах отечественных исследователей (И. И. Горлова, А. С. Коренной [7], Н. А. Мальшина [15], И. В. Малыгина [14], Л. А. Мирская [20], А. С. Панарин [23] и мн. др.).

Критика постмодернистской неолиберальной идеологии, царящей в интеллектуальном пространстве современного западного социума, является той первичной почвой, на основе которой аналитика культурных индустрий обретает свое содержание и оправдание. В качестве «промышленного производства» культурных текстов и образов рассматривает культурные индустрии современный авторитетный автор Дэвид Хезмондалш в своей монографии, полностью посвященной данному вопросу [29]. На противоречия подобной «экономизации» культурных процессов указывает и Д. Тросби, отмечающий, что культурные индустрии способствуют превращению глобализации, вытекающей из объективного технологического прогресса, в жесткий «культурный империализм» [26, с. 109]. С подобной оценкой глубинных тенденций современного западного общества выступает и К. Лэш в книге с характерным названием «*Восстание элит и предательство демократии*» [13] (автор проводит заочный диалог с идеями Х. Ортеги-и-Гассета): индустриальная версия культурного прогресса приводит к «деиндустриализации» творческого и духовного потенциала рядового индивида, его ценностной дезориентации и пленению «невидимыми» политическими технологиями. Тем самым понятие «культурные индустрии» расширяется и во многом выводится за рамки той исторической оценки, которую оно получило в известной работе М. Хоркхаймера и Т. Адорно [30]. Отметим, что для всестороннего понимания данной оценки важен теоретический контекст времени: «культуриндустрия» во многом стала опытом развития такой реальности человека и общества в индустриальную эпоху, которая существенно противоположна ценностям и практике «духовного самоутверждения», получившим осмысление в концепции «аффирмативной культуры» Г. Маркузе [16].

Целью данной статьи является осмысление места и роли чувственности в постиндустриальном производстве, в культурных индустриях, которая активно формирует определенный тип мировосприятия и миропереживания.

Чувственность в современной культуре: проблемный статус

Современность диктует изучение *человеческой чувственности* как «проводника», направляемого и регулируемого *извне* действиями культурных индустрий. Потенциального потребителя необходимо эмоционально-чувственно мотивировать, а именно чувства и чувственность образуют тот срез индивидуального опыта, сквозь который может быть пропущена вся совокупность внедряемых заказчиком идей и ценностей. Зрение и слух – ведущие анализаторы информации, и, когда их ангажируют, они дают максимальный эффект. Потому в современной урбанизированной эстетике огромная роль принадлежит *экрану*, а также таким арт-практикам, как *инсталляция и коллаж*, вся семантика которых исчерпывающе зиждется на *зрительном* считывании образа. Также колоссальную роль играет музыка всех видов, которая может звучать без слов или с бессмысленным текстом, но основана на впечатляющем ритме. Зрение и слух играют большую роль как на стадии формирования собственной жизненной позиции, собственной картины реальности индивида, ее внутренней структуры и иерархии, так и позднее, когда социально созревший индивид стремится к реализации собственного жизненного проекта, уже не привязанного к первичным обстоятельствам/условиям жизни.

Как верно отмечает в своей книге Кристофер Лэш, «новые индустрии способствуют эгоцентричному гедонистическому образу жизни» [13, с. 112], который весьма далек от традиционных ценностей. Культурные индустрии сегодня во многом специально отнимают у потребителя вкус к самостоятельно достигнутой жизненной победе (победе в творчестве, профессиональном мастерстве, строительстве семьи и т. д.). Смыслы и ценности победы подменяются визуальным образом – радужной, яркой *картинкой успеха*, признанием статуса на основании владения рекламируемым знаком или символом. Это вполне объяснимо логикой рынка: подлинно единичный эксклюзивный «товар» *товаром*, собственно, и не является. *Культурные индустрии пытаются приравнять две совершенно несопоставимые шкалы измерения индивидуального плана жизни – рыночную ликвидность и личностно сотворенный смысл.* В этом отношении современное постиндустриаль-

ное либеральное общество является еще большим выражением ситуации *отчуждения*¹ личности, чем во времена Гегеля и Маркса.

Главный тезис о сущности массовой культуры, который считывается в трудах ее критиков, связывает мировоззренческие ориентиры индивида с ярко выраженным эгоцентризмом, гедонистическими установками и дистанцированием от традиционных ценностей. При этом именно эмоциональная жизнь, чувственность как таковая, жадное стремление к удовольствиям и разгул инстинктивной «танатальной» энергии, реализующей массовые примитивные представления о «стихии подлинной свободы», рассматривается как податливый объект манипуляций со стороны агентов глобального рынка, политических сил, субкультурных групп и их «прокси».

Однако в данном случае возникает вопрос: если чувственность получает мощный импульс экспансии и охвата иных граней субъективного опыта благодаря развитию именно рыночного типа экономики и общественных отношений, то не переживает ли она собственный *глубокий метаморфоз*? Не подвергаются ли изначальные человеческие инстинкты инструментализации и своеобразному «упаковыванию» в прагматизированные и идейно окрашенные «оболочки» (например, в той же поп-культуре, медийной среде или современном сетевом *smart*-пространстве)? Ведь любая индустрия в основе своей есть определенный *алгоритм*, и как таковой она становится совокупностью матриц, прямо понятных *боль-*

шинству. Промышленное производство тем и отличается, что оно многократно (в идеале – бесконечно) способно повторить собственный цикл, результат, воспроизвести в нем свою же механизированную «логику». Остается ли место *живым чувствам* в такой регламентированной практике?

Или, с другой стороны, не происходит ли выхолащивание человеческой чувственности, ее специфически культурного коммуникативного уровня до ступени голых инстинктов, на которой никакая рефлексия не нужна и которая также понятна абсолютному большинству потребителей? Целый ряд аргументов в пользу равнозначности обих данных тезисов-вопросов приводит в своих критических работах Ж. Бодрийяр [3] и др.

Обладатель «трансграничного» мировоззрения и герой цифровой реальности – это субъект, открывающий простор чувственности (которая, возможно, только *теперь* будет «понята» до конца, как сетовал в свое время Г. Буркхардт [4]). То есть какой-то «новый» человек, который, наконец, обрел возможность *трансформировать* свой мир (телесный и душевный), его горизонты и смыслы посредством привлечения индустрий, различных технологий? Или же это прежний и во многом отчужденный индивид, пребывающий под гнетом жестких законов капитала и власти?

Попытаемся контурно обозначить возможные ответы на данные вопросы.

Чувственность в современной культуре: новая функция

Чувства человека, его эмоции, естественные жизненные инстинкты образуют первичный уровень человеческой жизни, первую «ступень» самоопределения самого человека, его «я», причем как на индивидуальном уровне, так и на коллективном (что подтверждает сама история культуры, опыт архаических обществ). Каждому из нас необходимо элементарно удовлетворять потребности в еде, воде, безопасности, физиологическом отдыхе, дабы сама наша жизнь в смысле выживания, природного существования имела возможность продолжаться во времени. Тема человеческих потребностей стала главным предметом в классической работе А. Маслоу, создавшего концепцию иерархии потребностей, играющую важнейшую роль и в жизни индивида, и в культуре в целом [19].

¹ Понятие «отчуждение» («отчужденный») в статье используется в классическом значении, представленном на уровне диалектического анализа форм сознания в гегелевской «Феноменологии Духа», затем применявшемся К. Марксом в анализе исторического развития отношения человека, труда, производства. Кратко это значение можно выразить так: в реальной исторической практике сущность человека, связанная с его общественной природой, духовностью, мышлением, противостоит отдельному «я» в наличной действительности общественных отношений, политики, права, научного знания, религиозных убеждений, идеалов, рождаемых в творческом порыве художественного воображения. Гегель связывал преодоление отчуждения с постепенным обретением индивидом «абсолютной формы» знания, а Маркс – с преодолением противоречий эволюции капитала и труда.

Эти чувства (голода, страха, полового влечения, физического истощения) нельзя просто отменить словом или действием. Их можно определенным образом насытить, придать им ту или иную форму, при этом соотнести эти формы с теми моделями, что предлагает общество (семья, род, община, племя), и тем самым вписать собственную наличную природную данность в сложившиеся культурно-исторические рамки. Все известные на сегодняшний день философские (и не только) дефиниции человека связывают, так или иначе, его сущность, природу с разумностью, духовностью, самосознанием. Однако чувства как уровень человеческой жизненной фактичности *вовсе не противостоят высоким этажам субъективности.*

Конечно, уровень человеческих чувств, представленный первичным звеном, витальными потребностями и каналами их утоления, далеко не исчерпывает собой всю человеческую чувственность. Ее феномен значительно шире и богаче. Более «тонкие» чувства выражают специфически человеческое отношение к миру, *мироотношения* и *миропереживания*. Это чувства любви, радости, ненависти, злобы, зависти, горечи, одиночества, обиды, справедливости (чувство правды и лжи, фальши), близости (или отдаленности) к Другому, наконец, чувства смысла, чувства самой *Реальности* (возможно, реальности абсолютной – Бога или просто Иного мира). Ядро чувства (его сокровенная суть) остается доступным на особом, часто внерациональном или сверхрациональном уровне. И все же «высшие этажи» чувственности тесно связаны с интеллектуальностью, разумом, рефлексией.

Так или иначе, чувственность вряд ли можно рассматривать только как нижний уровень человеческой субъективности. Более верным, видимо, является понимание чувственности как сквозной *энергии* человеческой жизни. Вне или без чувственности не может реализоваться ни один когнитивный или творческий акт, проект. Сама жизнь во всей своей полноте есть не что иное, как бесконечное преобразование данной энергии. Любая, даже самая рафинированная интеллектуальная ценность, любая познавательная стратегия становится актуальным содержанием человеческого опыта только на уровне *чувствующего, проникающего* овладения понятием или мыслью.

Заинтересованное отношение к истине не может быть исчерпывающе выражено только посредством логических дедукций или категорий.

Исторически менялся и образ чувственности. Как известно, зарождение научной картины мира было связано с традицией сенсуализма, которая именно чувственному восприятию отводила ключевую роль в формировании картины реальности (роль индукции). Классический рационализм картезианского типа, затем кантовский трансцендентализм также связывали с чувственностью основания познания, которые затем структурируются интеллектуальной интуицией или допытным воображением. Неклассическая философия, начиная с Л. Фейербаха и М. Штирнера, отводила чувственности огромную роль не только в жизни отдельного индивида, но и в истории культуры в целом.

Наступление эпохи индустриализации и резкая экспансия городского образа жизни, его инфраструктурное оснащение привели к очень интересному явлению, последствия которого шагнули далеко за рамки одной лишь западной культуры. Речь идет о том, что чувственность из области преимущественно *созерцательного* мировосприятия (и соответствующего мироотношения) постепенно трансформировалась в такой «канал связи» с миром, который выступает как *функциональный, инструментальный, технологичный*. Она выходит вперед, тесня разум и интеллектуальные усилия.

Технологический прогресс, даровавший человечеству новейшие способы информационного обмена (телевидение, радио, теперь уже и Интернет), всевозможные цифровые регуляторы производства или общения, кардинально изменил сам мир, в котором пребывает индивид – субъект чувственности. Его зрение или слух, конечно, никуда не исчезли и как функции тела ничем не отличаются от перцепции, например, средневекового человека. А вот обустройство жизненного пространства этого индивида сегодня совсем иное. Особенно интенсивно этот процесс протекает в городской среде – средоточии всех достижений и благ цивилизации. Качественное изменение скоростей и ритмов жизни, расширение пространства и сокращение времени приводят к тому, что у человека из налично имеющегося природно-

го или духовного арсенала средств отношения к миру выбор вполне закономерно падает на *чувства*. В быстро меняющихся условиях, когда думать и понимать бывает просто некогда, а ментальные противоречия порой оказываются невыносимы, чувства позволяют многое воспринимать *прямо, непосредственно, создавать гештальт*. Этот гештальт приобретает функцию «ключа для понимания», даже «отмычки», и такие «отмычки» массово создаются культурными индустриями. Эти «ключи понимания-восприятия» изначально разрабатываются такими, чтобы даже при желании их невозможно было потерять – они чрезвычайно *экспрессивны*. Являясь инструментом, отмычкой для смысла, чувственность одновременно начинает претендовать на то, что она, в самом примитивном своем варианте, *достаточное средство для создания картины мира*. Чувственно-эмоциональная картина мира, совокупность впечатляющих образов, оказывается расшифрована не высшими способностями человека, а искусственно созданными штампами-отмычками. «Сфера смыслов» теряет свою рефлексивную составляющую и воспринимается как непосредственно данная примитивная мозаика. Но эта грубая мозаика имеет латентную цель направления внимания на *задачи потребления*.

Культурные индустрии тщательно предохраняют индивида от попыток переустроить свою реальную (а не виртуальную) жизнь в соответствии с высокими целями или смыслами, над которыми надо биться мыслью (возможно, в творческой эйфории, а может, и в опыте страдания). Лозунг рынка гласит: единственный критерий истинности содержания жизни – это максимально полное ее *чувственное ощущение*. Не обширный письменный текст, требующий вдумчивой рефлексии, а *визуальный и аудиальный ряд* – вот что сегодня правит публичным пространством в политике, экономике, межличностном общении. С чем, наверное, и связан высказанный Р. Сеннетом тезис о характере эмоциональной жизни представителя массовой культуры: «Подлинным чувством считается лишь чувство, доведенное до крайности» [24, с. 355]. То есть *полнота ощущения трактуется как признак полноты обладания жизнью*. «Тонкая» чувствительность ныне вышла из моды. Она чересчур сложна и

переплетена с размышлением, а потому не может быть массовой.

Таким образом, герой нашего времени, погруженный в мир сетей, смартфонов, бесконечно сменяющихся на улицах города ярких картинок, моды, брендов, стильных «хайпов», пребывает в замкнутом круге. Природная склонность созерцать мир, а значит, и понимать его *определенным для себя образом*, в условиях, когда такое созерцание, казалось бы, дает богатейшую пищу, охотно поставляемую индустриями, не обнаруживает собственное ценностное насыщение. Условно можно сказать так: *чувства до предела сужают ценностный выбор*, но чувственность продолжает требовать все большего поглощения именно от чувств. Для рынка такая ситуация выгодна и желанна: среднестатистический представитель городского сообщества, не обязательно определяемого территориально (см. [6]), максимально привязанный к медийной сфере и сетевому коммуникативному пространству, оценивает собственную самореализацию только на основании экстенсивного расширения картины реальности, которая, что самое главное, в его чувственном переживании, в его опыте *сливается с самой реальностью*. Грань между ними тает, погружая носителя в пучину предлагаемых мировоззренческих ориентиров. *Важнейший прием культурных индустрий – это опережение визуального образа* как такового по отношению к любой последовательности смыслов. Успешно продаваемая на рынке «услуг» стилизованная жизненная эстетика создает эффект постоянной *включенности* потребителя в те образы или их потоки, которые он всего лишь наблюдает.

Массовая культура как индустрия страха и удовольствия

Итак, вполне очевидно, что современные индустрии как инструмент влияния на рынке и в политике вовсе не настроены на полноценный и всесторонний «ренессанс» чувственности, как и на гармонию чувства и разума. Дело сводится к откровенной эксплуатации низших слоев чувственности, *связанных с инстинктами*. Это вполне объяснимо и даже логично. Ибо именно «основные инстинкты» – наиболее подходящий материал для манипулятивной обработки на ин-

формационном поле и в рыночной жизненной среде современного социума. Если проанализировать преобладающий контент медиа, Сеть, а также просто пройтись по улицам практически любого современного крупного города, задержав взгляд на рекламных щитах, витринах гигантских торгово-развлекательных центров, на эстетике оформления городской среды (модный стрит-дизайн), то первое, что становится очевидным, – это явное доминирование знаков и символов человеческой телесности. Причем телесности, как верно подчеркивал Ж. Бодрийяр, много размышлявший именно на эту тему, не в ее первозданной, открытой (пусть даже обнаженной) явленности, а в выгодно торгуемых на рынке канонизированных формах, которые по отношению к живому телу обычного рядового потребителя продуктов и рекламы оказываются успешным средством манипуляции.

Современное западное общество (и те общества, на которые оно влияет прямо или косвенно) опирается на идеал «среднего гражданина», для которого жизненный горизонт связан с обустройством личного пространства и воплощением своих «маленьких» смыслов или ценностей. Современник не готов питаться метафизическими рассуждениями или ожиданием «вечной» жизни когда-то потом. Индустрии настойчиво твердят нам: *будущее существует здесь и сейчас*. Без этого лозунга общество потребления теряет почву. Оно максимально приближено посредством техники, услуг, красивых картинок и виртуальных ресурсов к внутреннему ощущению человека.

В этих условиях сильные чувства теряют свою значимость. Их заменяют или фальшиво подменяют *импульсы*. Импульсы и чувства – это реалии разного уровня. Носитель такой «куцей» чувственности выгоден рынку и современным правящим элитам именно тем, что он не будет ставить далекие цели и мыслить *критично*, рефлексивно. Как верно подчеркивает К. Лэш, «средства массовой информации, не колеблясь, выставляют напоказ самые дичайшие извращения, самые вырожденческие желания. Моралисты извещают нас, что слова “дичайший”, “извращенный”, “вырожденческий” относятся к дискредитировавшей себя, чрезмерно “осудительной” терминологии иерархии дискриминации. Единственная вещь,

запрещенная нашей культуре выставления всего напоказ, это склонность запрещать – полагать предел разоблачению» [13, с. 156]. В мотивационной структуре потребителя остается всего лишь два основных стимула, способных инициировать ценностную «перестройку» – *страх и удовольствие*. Именно с двумя данными модусами чувственности связана капиталистическая эксплуатация индивида в его «маленьком» мире, который весьма легко перенастраивается в выгодном для заказчика направлении.

Важная подоплека функционирования культурных индустрий в том и заключается, что картина мира, опирающаяся на послысы чувственности, выстраивается на основе таких связей, которые актуальны только *между образами*, но не между идеями или концептами. А связь между рисуемыми чувством образами может быть и вовсе не логичной. Такая нелогичность особенно важна в деле пиар-технологий, социального инжиниринга, рекламы, имиджмейкерства и иных политтехнологий. Как писал Ж. Бодрийяр, «в гиперреальной логике монтажа отменяется противоречивое взаимодействие правды и неправды, реального и воображаемого» [3, с. 137]. Не случайно эстетика современной городской стильной и модной жизни нередко *антиэстетична*; ее цель – *крик, плач, смех*, а не приглашение к со-творческому рождению смысла.

И страх, и стремление к наслаждению как ключевые фигуранты коммуникации сегодня наследуют древнейшей традиции не только самих базовых инстинктов. В современных условиях именно они образуют ту благоприятную почву (на уровне мировоззрения), в которой наиболее эффективна манипуляция. Собственно, и ранее, например, в древнегреческой культуре или в средневековой Европе, устрашение было способом управления. Демонстрация человеческого мучения, боли, страдания (причем в первую очередь телесного) веками (если не тысячелетиями) составляла основу нравственной кодификации правосудия (в рабовладельческом и сословном обществе). Подробный анализ этих процессов содержится в работе М. Фуко [28].

В наши дни массовая культура и ее медийная составляющая активно эксплуатирует этот древнейший человеческий инстинкт, но с тем отличии-

ем, что сейчас сама массовая культура как совокупность поведенческих паттернов и шаблонов активно рекламирует образ самого страха. Ужас, зло, разрушение, насилие, сцены смерти и прочих «нуар» сегодня привлекают человека, который созерцает все это на экране смартфона или ноутбука. Массовая культура словно высвободила архаичный танатальный инстинкт, сбросив с него оковы нравственного измерения. И этот танатальный инстинкт прочно переплетается с жадной потребностью в удовольствии. Ключевая ценность массовой культуры – возможность бесконечного потребления как маркер успеха, комфорт. Наличие технических и коммуникативных возможностей позволяет получать самые разные удовольствия, на фоне которых простая человеческая чувственность выглядит скучной, блеклой, устаревшей.

Само удовольствие в разных форматах сегодня почти полностью заменило собой чувство смысла. Причина заключается все в том же – ставка на картину мира, выстраиваемую посредством визуальных образов, *обновляющихся впечатлений*, делает недостижимым для индивида удовольствие более высокого порядка. А царящая логика капитала способствует укреплению иронии в адрес искренних чувств.

Вместо заключения

Из нашего размышления можно сделать краткие выводы.

– Чувственность – важнейшая антропологическая характеристика, она пронизывает всю человеческую жизнь и способна существовать на разных уровнях: не только простом и инстинктивном, но и на высоком – культурном и духовном,

так как человек – целостное существо, и все его собственно человеческие проявления пронизаны чувствами;

– В информационно-постиндустриальном обществе чувственность становится сознательно используемым *инструментом* формирования человеческого мировосприятия и мировоззрения. Культурные индустрии как инструмент экономического развития и рынка культурного потребления делают чувства «универсальной отмычкой» для той смысловой картины мира, которую они задают человеку-потребителю. И сама эта картина мира рисуется исключительно чувственной – визуальной, аудиальной, что снижает рефлексию, способность к размышлению, а ведь эта способность и без того притупляется темпами современной жизни. Чувственные переживания начинают рассматриваться как главное в жизни.

– В массовой культуре активно эксплуатируются основные инстинкты человека, ярко выраженные в чувствах – в страхе и жажде наслаждения. Они максимально удобны как проводник манипулятивного выстраивания мотивационной сферы в личностной идентичности рядового гражданина. Прибыль агентов соответствующего масштабного влияния на население зависит не от простого количества проданного товара (услуги, символа), а от готовности реципиента желать соответствующую продукцию. Рост доли чувственности в мировоззрении представителя массовой культуры прямо пропорционален экспансии медиасферы и сетевой коммуникации.

– Сфера «высокой чувственности» не задействуется культурными индустриями, потому что она слишком сложна и тесно связана с мыслью.

Литература

1. Бауман З. Текучая современность / пер. с англ. С. А. Комарова; под ред. Ю. В. Асочакова. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.
2. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / пер. с нем. В. Седелника и Н. Федоровой; послесл. А. Филиппова. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
3. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
4. Буркхардт Г. Непонятая чувственность // Это человек: антология / сост., вступ. ст. П. С. Гуревича. – М.: Высшая школа, 1995. – С. 124–155.
5. Бьюз Т. Цинизм и постмодерн / пер. с англ. С. А. Зеленского. – М.: КДУ, 2016. – 270 с.
6. Глазычев В. Л. Город без границ. – М.: Территория будущего, 2011. – 400 с.
7. Горлова И. И., Коренной А. С. Функции культурных индустрий в трансформации российской культуры // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2023. – № 62. – С. 19–28. – DOI 10.31773/2078-1768-2023-62-19-28.

8. Дебор Г. Общество спектакля / пер. с фр. С. Офертас и М. Якубович; ред. Б. Скуратов, послесловие А. Кефал. – М.: Логос, 2000. – 184 с.
9. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления // Логос. – 2000. – № 4. – С. 63–77.
10. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / пер. с фр. Н. А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1998. – 159 с.
11. Липовецки Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе / пер. с фр. Ю. Розенберг; под науч. и лит. ред. А. Маркова. – М.: Новое литературное обозрение, 2012. – 336 с.
12. Лоренц К. Обратная сторона зеркала / пер. с нем. А. И. Федорова, Г. Ф. Швейника; под ред. А. В. Гладкого; сост. А. В. Гладков, А. И. Федорова; послесловие А. И. Федорова. – М.: Республика, 1998. – 393 с.
13. Лэш К. Восстание элит и предательство демократии / пер. с англ. Дж. Смити и К. Голубович. – М.: Логос, Прогресс, 2002. – 224 с.
14. Малыгина И. В. Региональное измерение российской идентичности: между культурой и экономикой // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2018. – № 42. – С. 110–117.
15. Мальшина Н. А. Конъюнкция и дизъюнкция паттернов взаимосвязи экономики и культуры индустриального общества // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2024. – № 66. – С. 68–74. – DOI 10.31773/2078-1768-2024-66-68-74.
16. Маркузе Г. Критическая теория общества: Избранные работы по философии и социальной критике / пер. с англ. А. А. Юдина. – М.: Астрель, 2011. – С. 318–359.
17. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества / пер. с англ., послесл., прим. А. А. Юдина; сост., предисл. В. Ю. Кузнецова. – М.: АСТ, 2002. – 526 с.
18. Марсель Г. Присутствие и бессмертие. Избранные работы / пер. с фр. В. П. Визгина. – М.: Институт философии, теологии и истории святого Фомы, 2007. – 328 с.
19. Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб.: Питер, 2014. – 351 с.
20. Мирская Л. А. Постмодерн: дискурс избыточной чувственности // Гуманитарий Юга России. – 2016. – № 2. – С. 46–57.
21. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Академический проект, 2011. – 395 с.
22. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс: сб.: пер. с исп. – М.: АСТ, 2002. – 509 с.
23. Панарин А. С. Искушение глобализмом. – М.: Эксмо, 2003. – 416 с.
24. Сеннет Р. Падение публичного человека. – М.: Логос, 2002. – 424 с.
25. Слотердайк П. Критика цинического разума / пер. с нем. А. Перцева; испр. изд-е. – Екатеринбург: У-Фактория; М.: АСТ МОСКВА, 2009. – 800 с.
26. Тросби Д. Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнаревой. – М.: Высшая школа экономики, 2013. – 256 с.
27. Фромм Э. Искусство любить: Исследование природы любви. – М.: Педагогика, 1990. – 157 с.
28. Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / пер. с фр. В. Наумова. – М.: Ad Marginem, 1999. – 480 с.
29. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнаревой; под науч. ред. А. Михалевой. – 2-е изд. – М.: Высшая школа экономики, 2018. – 456 с.
30. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / пер. с нем. М.; Кузнецова. – М.; СПб.: Медиум, Ювента, 1997. – 312 с.

References

1. Bauman Z. *Tekuchaya sovremennost' [Fluid modernity]*. Translated from English by S.A. Komarov, Ed. Y.V. Asochakov. St. Petersburg, Piter Publ., 2008. 240 p. (In Russ.).
2. Bek U. *Obshchestvo riska. Na puti k drugomu modernu [Risk society. On the way to another modern]*. Translated from German by V. Sedelnika i N. Fedorovoy; Afterword by A. Filippova. Moscow, Progress-Traditsiya Publ., 2000. 384 p. (In Russ.).
3. Bodriyyar Zh. *Simvolicheskiy obmen i smert' [Symbolic exchange and death]*. Moscow, Dobrosvet Publ., 2000. 387 p. (In Russ.).
4. Burkkhardt G. *Neponyataya chuvstvennost' [Misunderstood sensuality]. Eto chelovek: antologiya [This is a man: An Anthology]*. Compilation, Introduction by P. S. Gurevich. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1995, pp. 124-155. (In Russ.).
5. Byuz T. *Tsinizm i postmodern [Cynicism and postmodernism]*. Translated from English by S.A. Zelensky. Moscow, KDU Publ., 2016. 270 p. (In Russ.).

6. Glazychev V.L. *Gorod bez granits [The city without borders]*. Moscow, Territoriya budushchego Publ., 2011. 400 p. (In Russ.).
7. Gorlova I.I., Korennoy A.S. Funktsii kul'turnykh industriy v transformatsii rossiyskoy kul'tury [The functions of cultural industries in the transformation of Russian culture]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv [Bulletin of Kemerovo State University of Culture and Arts]*, 2023, no. 62, pp. 19-28, DOI 10.31773/2078-1768-2023-62-19-28. (In Russ.).
8. Debor G. *Obshchestvo spektaklya [Performance Society]*. Translated from French by S. Ofertas and M. Yakubovich, Ed. B. Skuratov, Afterword by A. Kefal. Moscow, Logos Publ., 2000. 184 p. (In Russ.).
9. Dzheyms F. Postmodernizm i obshchestvo potrebleniya [Postmodernism and consumer society]. *Logos [Logos]*, 2000, no. 4, pp. 63-77. (In Russ.).
10. Liotar Zh.-F. *Sostoyanie postmoderna [The state of postmodernity]*. Translated from French by N.A. Shmatko. Moscow, Institut of eksperimentalnoy sotsiologii; St. Petersburg, Aleteya Publ., 1998. 159 p. (In Russ.).
11. Lipovetski Zh. *Imperiya efemernogo. Moda i ee sud'ba v sovremennom obshchestve [The Empire of the ephemeral. Fashion and its fate in modern society]*. Translated from French by Y. Rosenberg, under Scientific and Lit. Ed. by A. Markov. Moscow, Novoe literatyrnoe obozrenie Publ., 2012. 336 p. (In Russ.).
12. Lorents K. *Oborotnaya storona zerkala [The reverse side of the mirror]*. Translated from German by A.I. Fedorov, G.F. Shveytnik, Edited by A.V. Gladkov; Comp. A.V. Gladkov, A.I. Fedorov; Afterword by A.I. Fedorov. Moscow, Respublika Publ., 1998. 393 p. (In Russ.).
13. Lesh K. *Vosstanie elit i predatel'stvo demokratii [The uprising of the elites and the betrayal of democracy]*. Translated from English by J. Smity and K. Golubovich. Moscow, Logos, Progress Publ., 2002. 224 p. (In Russ.).
14. Malygina I.V. Regional'noe izmerenie rossiyskoy identichnosti: mezhdru kul'turoy i ekonomikoy [Regional dimension of Russian identity: between culture and economy]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv [Bulletin of Kemerovo State University of Culture and Arts]*, 2018, no. 42, pp. 110-117. (In Russ.).
15. Malshina N.A. Kon'yunktsiya i diz'yunktsiya patternov vzaimosvyazi ekonomiki i kul'tury industrial'nogo obshchestva [Conjunction and disjunction of patterns of interrelation of economy and culture of industrial society]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv [Bulletin of Kemerovo State University of Culture and Arts]*, 2024, no. 66, pp. 68-74, DOI 10.31773/2078-1768-2024-66-68-74. (In Russ.).
16. Markuze G. *Kriticheskaya teoriya obshchestva: Izbrannye raboty po filosofii i sotsial'noy kritike [Critical theory of society: Selected works on philosophy and social criticism]*. Translated from English by A.A. Yudina. Moscow, Astrel Publ., 2011, pp. 318-359. (In Russ.).
17. Markuze G. *Eros i tsivilizatsiya. Odnomernyy chelovek: Issledovanie ideologii razvitoego industrial'nogo obshchestva [Eros and civilization. One-dimensional man: A study of the ideology of a developed industrial society]*. Translated from English, Afterword, Notes by A.A. Yudina; Compiled, Preface by V.Y. Kuznetsova. Moscow, AST Publ., 2002. 526 p. (In Russ.).
18. Marsel G. *Prisutstvie i bessmertie. Izbrannye raboty [Presence and immortality. Selected works]*. Translated from the French by V.P. Vizgin. Moscow, Institut filosofii, teologii i istorii svyatogo Fomy Publ., 2007. 328 p. (In Russ.).
19. Maslou A. *Motivatsiya i lichnost' [Motivation and personality]*. St. Petersburg, Piter Publ., 2014. 351 p. (In Russ.).
20. Mirskaya L.A. Postmodern: diskurs izbytochnoy chuvstvennosti [Postmodernism: the discourse of excessive sensuality]. *Gumanitarniy Yuga Rossii [Humanities of the South of Russia]*, 2016, no. 2, pp. 46-57. (In Russ.).
21. Moskovichi S. *Vek tolp. Istoricheskiy traktat po psikhologii mass [The age of crowds. Historical treatise on mass psychology]*. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2011. 395 p. (In Russ.).
22. Ortega-i-Gasset Kh. *Vosstanie mass: sb.: per. s isp. [The uprising of the masses. Collection. Translated from Spanish]*. Moscow, AST Publ., 2002. 509 p. (In Russ.).
23. Panarin A.S. *Iskushenie globalizmom [The temptation of globalism]*. Moscow, Eksmo Publ., 2003. 416 p. (In Russ.).
24. Sennet R. *Padenie publichnogo cheloveka [The fall of a public man]*. Moscow, Logos Publ., 2002. 424 p. (In Russ.).
25. Sloterdajk P. *Kritika tsinicheskogo razuma [Criticism of the cynical mind]*. Translated from German by A. Pertseva. Ekaterinburg, U-Faktoriya Publ., Moscow, ACT MOSKVA Publ., 2009. 800 p. (In Russ.).
26. Trosbi D. *Ekonomika i kul'tura [Economics and Culture]*. Translated from the English by I. Kushnareva. Moscow, Vysshaya shkola ekonomiki Publ., 2013. 256 p. (In Russ.).
27. Fromm E. *Iskusstvo lyubit': Issledovanie prirody lyubvi [The art of loving: A study of the nature of love]*. Moscow, Pedagogika Publ., 1990. 157 p. (In Russ.).
28. Fuko M. *Nadzirat' i nakazyvat'. Rozhdenie tyur'my [To supervise and punish. The birth of a prison]*. Translated from the French by V. Naumov. Moscow, Ad Marginem Publ., 1999. 480 p. (In Russ.).

29. Khezmondalsh D. *Kul'turnye industrii [Cultural industries]*. Translated from the English by I. Kushnareva, under the Scientific editorship of A. Mikhaleva. Moscow, Vysshaya shkola ekonomiki Publ., 2018. 456 p. (In Russ.).
30. Khorkkaymer M., Adorno T. *Dialektika Prosveshcheniya. Filosofskie fragmenty [Dialectics of Enlightenment. Philosophical fragments]*. Translated from German by M. Kuznetsov. Moscow, St. Petersburg, Medium, Juventas Publ., 1997. 312 p. (In Russ.).

УДК 008

DOI 10.31773/2078-1768-2024-69-32-38

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ПРАВОСЛАВНОЙ ТРАДИЦИИ В УСЛОВИЯХ СОВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА 1940–1980-Х ГОДОВ

Кошкаргов Анатолий Геннадьевич, директор Православной гимназии во имя Святителя Луки Войно-Ясенецкого (г. Новокузнецк, РФ). E-mail: koshkaroff@mail.ru

Миненко Геннадий Николаевич, доктор культурологии, профессор, профессор кафедры культурологии, философии и искусствоведения, Кемеровский государственный институт культуры (г. Кемерово, РФ). E-mail: antropolog-min@mail.ru

Астахов Олег Юрьевич, доктор культурологии, профессор, заведующий кафедрой культурологии, философии и искусствоведения, Кемеровский государственный институт культуры (г. Кемерово, РФ). E-mail: astahov_oleg@mail.ru

В статье рассматриваются процессы социокультурной адаптации общецерковных, приходских структур Русской православной церкви к условиям развития советского общества второй половины XX века. Авторы подробно анализируют причины деформации религиозных групп в условиях давления на них советскими государственными надзорными органами. И в этом контексте внимание акцентируется на особенности их рефлексии, которая сводилась к двум противоположным вариантам – конфронтации и попыткам приспособления к ситуации, что обусловило сочетание неформальных договоренностей и обращение к правилам советской бюрократии. Также описан механизм, определяющий факторы эрозии религиозной адаптации, которым можно считать внутригрупповую конкуренцию и культурно-психологическую самоизоляцию. Фактором второго порядка следует считать доминирование бытовых связей и отношений. Отдельно затрагиваются вопросы религиозной идентичности, формирующейся под давлением и в ключе решений церковной бюрократии. Определены адаптационные механизмы, способствующие сохранению религиозной идентичности. Среди главных элементов, направленных на адаптацию инфраструктуры традиции и сохранение целостности общин, авторами выделяются четыре института: 1) духовничество, как элемент устойчивой «зоны доверия»; 2) клерикально-семейные династии и группы как элемент семейно-родственной сплоченности для противостояния нажиму властей; 3) национально-этнические группы, как механизмы сплоченности, но уже на основе земляческих и этнических связей; 4) церковная иерархия, как элемент институтов авторитета, подчинения и взаимодействия для сохранения и трансляции общих смыслов и практик религиозной традиции.

Ключевые слова: социокультурная адаптация, религиозная деформация, религиозная трансформация, советское общество.

SOCIOCULTURAL ADAPTATION OF THE ORTHODOX TRADITION FOR SOVIET SOCIETY IN THE 1940–1980S

Koshkarov Anatoliy Gennadyevich, Headmaster of Orthodox Gymnasium named after St. Luka Voino-Yasenetsky (Novokuznetsk, Russian Federation). E-mail: koshkaroff@mail.ru