

СВЕТЛАНА ЗАМЛЕЛОВА

*кандидат философских наук*

## ПАТОЛОГИЯ КАК КУЛЬТУРА

Русский социолог Питирим Александрович Сорокин выделял три типа культуры – идеациональный, идеалистический и чувственный. Основой всякой культуры является ценность. Любая культура представляет собой единство составных частей, пронизанных одним смыслом, одной ценностью. Господствующая ценность определяет социально-экономический уклад и формы деятельности человека. Так, например, считает П. А. Сорокин, для культуры Запада Средних веков главной ценностью был Бог. Именно поэтому все сферы человеческой деятельности средневекового Запада были связаны с религией и контролировались ею. Литература и музыка, живопись, архитектура и философия носили исключительно религиозный характер. Такую культуру П. А. Сорокин называл идеациональной.

Но уже с XII в. на Западе сложилась новая культура, частично основанная на рациональном, чувственном – идеалистическая. Начиная с XVI в., сформировалась культура светская, могущая быть воспринята только через органы чувств, или чувственная.

Чувственная культура стремится “отразить чувственную красоту и обеспечить чувственное удовольствие и развлечение”<sup>1</sup>. Герои и персонажи такой культуры – типичные смертные. Эта культура существует для рынка и конкурирует с другими товарами. Характеризуя искусство чувственной культуры, П. А. Сорокин писал, что “это искусство пейзажа и жанра, портрета, карикатуры, сатиры и комедии, водевиля и оперетты, искусство голливудского шоу; искусство профессиональных художников, доставляющих удовольствие пассивной публике”<sup>2</sup>. Существенный момент заключается в том, что чувственная культура отображает окружающую действительность такой, как мы воспринимаем ее посредством органов чувств.

Разные области культуры прошли один и тот же путь – от идеациональной и идеалистической формы к чувственной<sup>3</sup>. К отказу от Бога как высшей ценности в пользу чувствия и удовольствия, в пользу необременительного существования и потребления.

В XX в. чувственная культура переживает кризис. Искусство перестает быть “указателем в трансцендентное” и превращается в товар, творец становится активным и полноправным участником рыночных отношений, а делец – ценителем прекрасного. Складывается ситуация, когда делец подчиняет себе творца и навязывает тем самым свои вкусы публике, влияя таким образом на дальнейшее развитие культуры.

Анализируя культуру XX в., П. А. Сорокин уверенно предрекал ей скорый крах. “Разложение идет сейчас в полную силу. Ничто не может остановить

его”<sup>4</sup>. Однако разложение не прекратилось, культура второй половины XX – начала XXI вв. не только сохранила черты, подмеченные П. А. Сорокиным, но и, что совершенно очевидно, сосредоточилась на аномальных явлениях и персонажах. Сложился новый тип культуры, в основе которой – аномия, порок и преступление. Применительно к общественной ситуации в США середины XX в. Р. Мертон называл порок и преступление “нормальной” реакцией на ситуацию, “когда усвоено культурное акцентирование денежного успеха, но доступ к общепризнанным и законным средствам, обеспечивающим этот успех, недостаточен”<sup>5</sup>.

Развивая мысль П. А. Сорокина, можно говорить о том, что уже в XX в. сложился новый тип культуры, могущей быть названной патологической. Это культура общества, переживающего аномию или социальную патологию, “распад человеческих связей, массовое девиантное поведение, когда значительная часть общества нарушает нормы этики и права”<sup>6</sup>.

Интересной в этой связи представляется точка зрения А. С. Панарина о “разоблачительных” революциях, которые в конце XIX – начале XX вв. претерпела культура христианского мира и которые подвели ее к пафосу отрицания возвышенного и утверждению низменного<sup>7</sup>. Прежде всего, К. Марксу удалось показать, что действительность не дана человеку Богом, а производится им самим. Материальное производство – основа действительности, а следовательно, действительность может быть преобразована и переименована.

Затем Ф. В. Ницше “открыл”, что ценности, которыми жила христианская цивилизация на протяжении почти двух тысячелетий, есть не что иное, как обман или мещанская надстройка, за которой скрываются основы бытия. Провозглашая превосходство сильных над слабыми, Ф. В. Ницше причисляет к элите тех, кто способен презреть христианскую мораль и преуспеть в самоутверждении. Для З. Фрейда мораль и религия также не являются самоценными явлениями. Это лишь иллюзии сознания, прячущего истинную человеческую природу, основанную на инстинкте и влечении. И, наконец, последним изобличителем иллюзий А. С. Панарин называет Ф. М. де Соссюра<sup>8</sup>.

В таком же ключе рассматривали фигуры К. Маркса, Ф. В. Ницше и З. Фрейда философы-постмодернисты. Так, например, Ж. Бодрийяр, выступая с критикой фрейдизма и марксизма, говорит о “фрейдомарксизме”, объединяя два направления на основе их революционности<sup>9</sup>. А Р. Барт, рассуждая о литературной критике, называет старый критический словарь “словарем барышни, готовившейся к выпускным экзаменам три четверти века назад”<sup>10</sup>. Ведь читатель уже знаком “с Марксом, Фрейдом, с Ницше”, настолько изменившим дискурс, что обращение к чему-то (в данном случае, к языку, к словарю критика) бывшему до них представляется Р. Барту анахронизмом. З. Фрейда и К. Маркса Р. Барт именует не иначе, как носителями “мутации дискурсивного строя”<sup>11</sup>.

В соответствии с учением К. Маркса, цель любого капиталиста – извлечение прибыли без учета потребностей общества. В учении Ф. М. де Соссюра языковая система знаков так же автономна по отношению к реальности и смыслу, как и капиталистическое производство по отношению к потребностям общества. Ф. М. де Соссюр при этом подчеркивал, что условием развития лингвистики является “признание независимости знака от референта и изучение автономного знакового обмена”<sup>12</sup>. Это положение Ф. М. де Соссюра легло в основу современного духовного производства, которое стремится к тому, чтобы освободиться от связи с действительностью, от влияния ценностей и ожиданий потребителей текстов или общественных ожиданий<sup>13</sup>.

Творчество внутри идеациональной, идеалистической и даже чувственной культуры проходило несколько этапов – через познание действительности к производству новых текстов. Патологическая культура минует познание действительности, производя ни с чем не связанные и ничему не служащие знаки. Творчество, таким образом, оказывается объективно немотивированным и превращается в подобие игры. Причем игры, ориентированной даже не на потребителя текста, а на создание новой, виртуальной реальности, основанной на знании о первичности инстинкта, требующего неперемного удовлетворения. Именно субъективное радикальное удовлетворение может предложить создаваемая патологической культурой виртуальная реальность<sup>14</sup>.

Для обретения человеком внутренней гармонии, для достижения совершенства, для преобразования действительности необходимы серьезные тру-

доемкие усилия. Создание видимости, удовлетворение инстинкта не потребуют больших вложений ни от создателей, ни от потребителей.

С точки зрения А. С. Панарина, текст патологической культуры интероцептивен, адресован подсознанию. Текст любой другой культуры энтероцептивен, адресован сознанию и связан с действительной жизнью: “Вся эротическая и детективно-садистская зрелищность современной “индустрии знака” основана на этом производстве сенсорных заменителей, призванных дать нашим подавленным инстинктам несравненно большее удовлетворение, чем сенсорика любого реального чувственного опыта”<sup>15</sup>.

Патологическая культура, таким образом, является абсолютной противоположностью идеациональной культуры, поскольку нацелена на то, чтобы избавить человека от давления каких бы то ни было норм и ценностей религиозной и светской морали. Апеллируя к подсознанию, патологическая культура поощряет все то, что запрещает религия и отторгает идеациональная культура.

Патологическая культура возникла как результат отказа человека от постоянного напряжения сил, направленных на самосовершенствование и совершенствование действительности. Интенции этой культуры связаны с гедонизмом. Знанию о действительности патологическая культура предпочитает знание о подсознательных влечениях и подавленных инстинктах. В этой культуре нет места подвигу, самопожертвованию, бескорыстию и пр. Аскеты и герои оказались под подозрением, с чем, в частности, связан пересмотр в конце XX в. героизма, проявленного во время Великой Отечественной войны<sup>16</sup>. Патологическая культура не понимает и не принимает поступков, не объяснимых с точки зрения подавленного инстинкта.

Смена чувственной культуры патологической обусловлена антропологическим сдвигом: прежний человек отличался, в первую очередь, привязкой к действительности и, как следствие, был ориентирован на познание и покорение этой действительности, что требовало определенных усилий и самоограничений; но этот прежний человек сменяется новым человеком, оторвавшимся от действительности, погружившимся в виртуальную реальность, обещающую удовольствие.

Разрыв человека с действительностью или с космосом начался с утверждения в мысли, что действительность не космична, а рукотворна и всегда может стать другой. Однако всегда оказывается, что рукотворная действительность не поддается корректировке в соответствии с представлениями о ней индивидов. Значит, мир просто создан другими людьми для себя. Марксизм, психоанализ и структурализм спровоцировали смерть Буржуа, смерть Отца и смерть Автора соответственно, вызвав тем самым у человека неприятие и отторжение действительности, поскольку, в соответствии с учениями К. Маркса, З. Фрейда и Ф. М. де Соссюра, видимая и доступная всем действительность оказывается только поверхностным и искаженным слоем неназываемого и неосознанного<sup>17</sup>.

Одной из характеристик и отличительных особенностей патологической культуры стал провокационный Ф. М. де Соссюром и усвоенный философией постмодернизма отрыв означающего от означаемого: “означающее немотивированно-произвольно по отношению к данному означаемому, с которым у него нет в действительности никакой естественной связи”<sup>18</sup>. В парадигме Маркса – Фрейда – Соссюра сформировалась культура ложных знаков, то есть явлений, существующих без связи с традиционно понимаемой действительностью и без связи с такими понятиями, как “смысл” и “истина”<sup>19</sup>. Человек патологической культуры оказался вне космоса, погруженным в виртуальный мир.

Иерархии других культур в большей или меньшей степени связаны с бытийственным принципом, другими словами, тео- или антропоцентричная культура привязана к смыслу и ценности. Патологическая культура отвергает смысловые и ценностные ориентиры, предлагая разбалансировку и децентрацию культурного пространства с целью выпустить на свободу все маргинальное, с точки зрения ценности и смысла. Эти маргинальные элементы начинают задавать тон в пространстве новой культуры, их средой становится виртуальная реальность.

Патологическая культура с характерным отказом человека от высокого в пользу обыденного и даже низменного, стала достоянием так называемого “общества потребления”. Другими словами, именно в обществе потребления возникла и утвердилась патологическая культура, как когда-то в раннесредневековом европейском обществе утвердилась идеациональная культура<sup>20</sup>.

Рассмотренный выше отрыв от действительности человека патологической культуры связан также и с искусственным изменением окружающей среды. Человек патологической культуры пережил своего рода мутацию, создав вещную среду, окружив себя изобилием товаров. Патологическая культура, связанная с учением об эмансипации, об освобождении от традиции, стала культурой общества потребления, для которого «красота обрамления является первым условием счастливой жизни»<sup>21</sup>. Центры потребления, так называемые «мегамаркеты», представляя собой некие дистиллированные пространства покоя и удобства. Ж. Бодрийяр называет их сублимацией «всей реальной жизни, всей объективной общественной жизни, где ликвидируются не только труд и деньги, но и времена года»<sup>22</sup>. Таким образом, в покорении окружающего мира, в отвоевании у космоса тайн мироустройства, в прорывах в трансцендентное – в том, для чего требуются усилия воли и напряжение сил, у современного человека отпала необходимость. С тех пор, как человек узнал об изначальной стороне действительности, он нацелился на освобождение от давления этой действительности и на преобразование собственного восприятия. Действительность человек подменил виртуальной реальностью, имитацией или, по слову Ж. Бодрийяра, «покровом знаков»<sup>23</sup>.

Но, устранившись от познания мира, человек, тем не менее, влечется к его картинкам. Другими словами, спасовав перед действительностью, человек не может существовать в полной изоляции. Именно поэтому действительность заменяется ее имитацией. Комфортное существование в отрыве от действительности обеспечивается потреблением ее знаков.

Эксплуатация искусством патологической культуры темы насилия связана с потребностью человека этой культуры в «картинке» насилия. Такие «картинки» способны внушить ощущение собственной безопасности – ведь происходящее на экране происходит не со мной. Кроме того, их цель – служить оправданием той гедонистической направленности, к которой стремится человек патологической культуры – ведь если внешний мир так жесток, трудно осуждать кого-либо за отказ от контактов с этим миром и предпочтение комфорта и покоя.

Комфорт и покой или, говоря обобщенно, счастье и есть основа общества потребления. После того, как для человека «Бог умер»<sup>24</sup>, счастье заменило спасение. Понятие счастья для общества потребления стало во многом синонимом понятия равенства, то есть возможностью всем на равных обладать вещами и знаками социального статуса. Другими словами, счастье означает «иметь». Ж. Бодрийяр называет представления о благосостоянии и потребностях мифами, нацеленными на то, чтобы скрыть истинное, объективное неравенство<sup>25</sup>.

Таким образом, даже базовое понятие, на котором основано общество потребления, а именно понятие счастья, как и предшествующее ему понятие равенства, оказалось сведено к знакам, то есть опять-таки оказалось оторванным от действительности и перемещенным в виртуальную плоскость.

Возможность приобрести и иметь, независимо от функционального назначения приобретаемого и его эстетической ценности, составляет своего рода идеологию общества потребления. Чтобы чувствовать себя счастливым и полноценным, человеку необходимо обладать определенным числом знаков. К таким знакам можно отнести товары престижных торговых марок, отдых в престижном месте и пр., что так или иначе является признаком статуса, но не выражением реальных потребностей. Потребление знаков способствует соединению человека с той социальной группой, к которой ему хотелось бы принадлежать. В действительности положение потребителя не меняется в связи с обладанием той или иной вещью. Однако на основании общности обладания создается иллюзия приобщения к неким социальным кругам. Потребность, таким образом, формируется, то есть задается уже существующими благами, значимыми при этом в системе ценностей. Следовательно, удовлетворение потребностей сводится на деле к принятию стиля жизни и оказывается самообманом потребителя, порывающего связи с действительностью и переселяющегося в мир знаков.

Закономерно предположить, что отрыв от действительности, стремление к «идеалу соответствия»<sup>26</sup>, тяготение к знаку характерно не только для сферы приобретения вещей. Отрыв означающего от означаемого естественным образом приводит к переоценке традиционных ценностей. Тем более что «иде-

ал соответствия”, формируемый зачастую СМИ и рекламой, может оказаться весьма необычным. Так, например, романтизация проституции или героизация бандитизма приводит к тому, что молодые люди начинают воспринимать и то, и другое как престижные профессии<sup>27</sup>. Это можно отнести и к насилию, точнее, к тавтологии в отношении насилия в обществе потребления. Насилие потребляется постоянно, наравне с целым рядом других зрелищ. В обществе потребления, где человек оторван от действительности, но при этом не перестает “лакомиться” ее изображениями, то есть знаками действительности, насилие необходимо, “чтобы безопасность ощущалась более глубоко, как таковая <...>, но также и для того, чтобы каждый был вправе выбирать безопасность как таковую <...>. Фатальность должна быть повсюду предложена, обозначена, чтобы банальность этим насытилась и получила оправдание”<sup>28</sup>. В то же самое время потребление насилия задает “идеал соответствия”. Таким образом, получается, что некий индивид, утратив связь с действительностью, потребляет ее знаки, в том числе насилие, которое в определенный момент становится для него “идеалом соответствия” по причине все той же оторванности от действительности и переоценке в связи с этим прежних ценностей. В том числе и ценности чужой жизни и чужого достоинства. Насилие и бездушие становятся реальностью, потому что человек общества потребления утратил связь с реальностью, в результате чего и насилие не воспринимается им как реальность, но только как знак реальности.

Кроме того, потребность в насилиии стимулируется, как и всякая другая потребность в обществе потребления, общим призывом пробовать и не упускать. “Человек потребления одержим страхом <...> упустить наслаждение, каким бы оно ни было”<sup>29</sup>. Ж. Бодрийяр называет эту всеобщую любознательность, стремление все попробовать “fun-morality” – моралью развлечения, которая затмила прежнюю мораль.

Изображение насилия, присущее патологической культуре как культуре общества потребления, является чем-то вроде баланса нестабильности избытия. Насилие на экранах и страницах словно бы свидетельствует, что избытие и равновесие неустойчивы. Но кроме изображенного насилия существует насилие вполне реальное, порожденное избытием и безопасностью<sup>30</sup>.

Общество потребления – это пример принуждения нового типа, осуществляемого посредством СМИ через формирование потребностей. Участие большинства в потребительских процессах ради производительного роста осуществляется принудительно. Это мягкое, скрытое принуждение, однако, оно является необходимым условием существования общества потребления, а в первую очередь – обеспечения промышленного роста. Естественной реакцией на принуждение является насилие как попытка выйти из-под принуждения<sup>31</sup>. Современная художественная литература, отчасти предвидя, отчасти фиксируя, являет разные варианты возможного развития общества потребления. В качестве примеров можно привести роман К. С. Льюиса (1898–1963) “Мерзейшая мощь” (1945)<sup>32</sup>, роман А. А. Зиновьева (1922–2006) “Глобальный человек” (1997)<sup>33</sup>, повесть А. Н. Стругацкого (1925–1991) и Б. Н. Стругацкого (1933–2012) “Хищные вещи века” (1964)<sup>34</sup> и др.

Ж. Бодрийяр утверждает, что удовлетворение желаний порождает тоску, поскольку всякое желание амбивалентно и не может быть полностью удовлетворено предметом, благом или услугой. Аннулированная тоска становится причиной деструктивности и насилия. Избытие и потребление, таким образом, естественно оборачиваются насилием, которое в определенный момент само превращается в объект потребления.

Кроме того, в обществе потребления социализация происходит через достижение определенного уровня жизни и дохода, через успех и внешнее признание. Невозможность добиться успеха и определенного уровня жизни, а следовательно, невозможность пройти социализацию также порождает депрессию, протест и немотивированную внешне агрессию.

Общество потребления представляет собой новый, современный способ социализации, со своей моралью, своей системой ценностей и своим институтом принуждения, формирующими нового человека. Человек патологической культуры отличается от человека культуры идеациональной и даже идеалистической, в связи с чем можно говорить об антропологическом сдвиге.

Возникновение общества потребления не случайно и не спонтанно. Стимуляция к потреблению расчетливо нацелена на стимуляцию производствен-

ного процесса, на превращение пассивных людей в активную рабочую силу. Социализировав сельское население в XIX в., капиталистическая система продолжила их социализацию как потребителей в XX в.<sup>35</sup>. При этом процесс социализации, а практически — закабаления, происходит под видом освобождения, процветания, наслаждения и пр. Таким образом, и в ментальность современного человека входит представление об освобождении как о возможности наслаждаться — беспрепятственно владеть вещами, получать удовольствие от еды, секса, развлечений и пр.

Ж. Бодрийяр считает потребление, как систему значений, языком<sup>36</sup>. Уточняя при этом, что потребление не есть обладание или функциональная практика, речь не идет даже о функции престижа, но о системе коммуникации и обмена, круговорота знаков.

Суть потребления — это обмен знаками, ориентация на внешнее. Предметы лишаются как сакрального смысла, так и функциональности — наступает разрыв означаемого и означающего. Предметы более не служат, они значат.

В дискурсе искусства также произошли существенные изменения — многочисленные инсталляции и тексты существуют вне смысловой нагруженности, драматургии и “прорывов в трансцендентное”. Может создаться впечатление, что искусство общества потребления лишилось элемента сакральности. Однако сами творцы обесмысленных инсталляций и текстов свидетельствуют о переживании вдохновения и творческого подъема<sup>37</sup>. То есть механизмы творческого процесса остаются во многом прежними. Однако, приобщаясь новой реальности и новой мифологии — реальности и мифологии знаков, — художник становится проводником и выразителем нового. Это новое заключается в том, что искусство общества потребления сакрально по-своему. Вследствие разрыва означаемого и означающего, вследствие превращения предметов в знаки сами предметы перемещаются из области рационального в область сакрального.

Подобно тому, как ношение христианами нательного креста означает их принадлежность христианской вере и соотнесение себя с истиной, точно так же ношение одежды определенных марок способствует самоидентификации человека общества потребления и соотнесения им себя с истинной социальной группой и системой идей и взглядов.

Таким образом, практически любое изображение претендует на сакральность в обществе потребления, поскольку любое изображение может быть воспринято и истолковано как знак, а, следовательно, обладать самоидентификационным значением для индивида. Здесь, по-видимому, своего апогея достигает дехристианизация европейской культуры. С. Н. Зенкин считает, что “с деистским божеством просветителей невозможна личностная коммуникация, и в этом оно парадоксально сближается с архаическими божествами, культ которых не включает в себя ни молитв, ни обетов, ни исповеди и сводится к немым и темным магическим обрядам. Вместо присутствия перед лицом Бога, взаимного предстания с ним, в современной/архаической религиозной ситуации человек принужден к жертвенному обмену со стихийно-бесформенными существами...”<sup>38</sup>. Из всех возможных существ вещь — “существо” наиболее бесформенное и безликое. Бытовые вещи оказываются страшнее даже подземных, хтонических божеств, традиционно связанных со смертью — “в европейской цивилизации земля соотнесена со смертью”<sup>39</sup>. Вещи не связаны ни с какой стихией. С онтологической точки зрения, они появляются из ниоткуда, уходят в никуда и ничего не значат. Они не являются персонификацией какого бы то ни было сакрального, вещи общества потребления персонифицируют небытие, пустоту. Интересно, что тема “Пустоты” нередко затрагивается философией постмодернизма<sup>40</sup>.

Для общества потребления характерно распространение логики товара на все сферы человеческой жизни и на любые отношения. В том именно смысле, что все оценивается с точки зрения прибыли и переводится в образы и знаки. И делают это не какие-то плохие люди. Такое положение дел нормально и неизбежно для патологической культуры. В своей основе потребление гедонистично и регрессивно, оно основано на редукционизме, на сведении сложного к простому, высокого — к низкому. Для человека потребления нет больше трансцендентного, есть только система знаков. Нет онтологического разделения на Добро и Зло, человек растворяется в системе знаков социального статуса.

Естественным образом или, точнее, по объективным причинам классические ценности и идеалы теряют свою актуальность в обществе потребления и подменяются наслаждением, эмансипацией личности и освобождением от давления требований действительности и морали.

## ПРИМЕЧАНИЯ

- <sup>1</sup> Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992. С. 443.
- <sup>2</sup> Там же. С. 443.
- <sup>3</sup> Там же. С. 446.
- <sup>4</sup> Там же. С. 448–462.
- <sup>5</sup> Мертон Р. Социальная структура и аномия. Цит. по: Кара-Мурза С. Г. Аномия в России: понятие, причины и проявления // Литературно-исторический журнал Великороссъ. 2012. № 2(4). С. 4.
- <sup>6</sup> Там же. С. 4.
- <sup>7</sup> Панарин А. С. Православная цивилизация в глобальном мире. М., 2002. С. 29–35.
- <sup>8</sup> Там же. С. 30–33.
- <sup>9</sup> “Марксизм и психоанализ обладают внутренней связностью лишь в своих частично-ограниченных пределах (каковых они сами не сознают), а потому и не могут быть генерализованы как общие аналитические схемы”. (Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2011. С. 385–386).
- <sup>10</sup> Барт Р. Критика и истина // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1989. С. 344.
- <sup>11</sup> Барт Р. Разделение языков // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1989. С. 533.
- <sup>12</sup> Соссюр Ф. Труды по языкознанию. М., 1977. С. 101.
- <sup>13</sup> Панарин А. С. Православная цивилизация в глобальном мире. М., 2002. С. 34.
- <sup>14</sup> Там же. С. 42.
- <sup>15</sup> Там же. С. 44–45.
- <sup>16</sup> Жовтис А. Л. Уточнения к канонической версии // Аргументы и факты. 1991. № 38.
- <sup>17</sup> Панарин А. С. Православная цивилизация в глобальном мире. М., 2002. С. 52.
- <sup>18</sup> Соссюр Ф. Труды по языкознанию. М., 1977. С. 101.
- <sup>19</sup> Панарин А. С. Православная цивилизация в глобальном мире. М., 2002. С. 64.
- <sup>20</sup> Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992. С. 431.
- <sup>21</sup> Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2006. С. 5.
- <sup>22</sup> Там же. С. 11.
- <sup>23</sup> Там же. С. 15.
- <sup>24</sup> Ницше Ф. В. Стихотворения. Философская проза. СПб., 1993. С. 376.
- <sup>25</sup> Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2006. С. 74.
- <sup>26</sup> Там же. С. 98.
- <sup>27</sup> Кара-Мурза С. Г. Аномия в России: понятие, причины и проявления // Литературно-исторический журнал Великороссъ, № 2(4), 2012. С. 6–7.
- <sup>28</sup> Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2006. С. 17.
- <sup>29</sup> Там же. С. 110.
- <sup>30</sup> Там же. С. 221.
- <sup>31</sup> Там же. С. 223.
- <sup>32</sup> Льюис К. С. Мерзейшая мощь // Собрание сочинений в 8 томах. Т. 4. СПб., 2003.
- <sup>33</sup> Зиновьев А. А. Глобальный человек. М., 2003.
- <sup>34</sup> Стругацкие А. Н. и Б. Н. Хищные вещи века. М., 2009.
- <sup>35</sup> Там же. С. 112.
- <sup>36</sup> Там же. С. 125.
- <sup>37</sup> Там же. С. 153.
- <sup>38</sup> Зенкин С. Н. Небожественное сакральное. М., 2000. С. 306.
- <sup>39</sup> Там же. С. 307.
- <sup>40</sup> Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. СПб., 1994. Бодрийяр Ж. Забыть Фуко. СПб., 2000. Бодрийяр Ж. Соблазн. М., 2000.