

УДК 008

ДУХОВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ОБЪЕКТ КОНСЦИЕНТАЛЬНОЙ ВОЙНЫ

С.Н. Климов

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет путей сообщения»,
г. Москва

Рассматривается феномен духовной культуры в аспекте особого вида идеологического противостояния – войны, ориентированной на разложение национального сознания и личной идентичности. Среди многообразных проявлений применения средств этого типа войны обозначены культивируемый консьюмеризм и различные формы дегуманизации.

***Ключевые слова:** духовная культура, цивилизация, консциентальная война, консьюмеризм, дегуманизация, социальная память, искажения российской истории, геронтологическое насилие.*

Россия относится к типу цивилизаций, где на протяжении всей истории прослеживается доминирование духовного над материальным. Неутилитарные ценности сформировали особый тип культуры, характерный для российского общества последних веков.

Духовная культура как совокупность артефактов духовной и интеллектуальной деятельности человека находит свое выражение в мифах, религии, философии, науке, искусстве. Высоко оценивая роль духовной культуры, известный отечественный философ А.С. Панарин позиционирует ее как «церковь современного мира, которой дано право освящать и отвергать, возвеличивать и предавать анафеме, легитимировать или объявлять преступным. Любой режим, даже опирающийся на невиданный арсенал насилия, в конечном счете оказывается обреченным, если его не приемлет культура» [11, с. 320].

Обращение к духовной культуре приобретает особую актуальность в аспекте противопоставления цивилизации и культуры, рассмотрения их соотношения в условиях нарастающей глобализации. Следуя логике рассуждений О. Шпенглера, мы в действительности можем констатировать признаки всепоглощающей цивилизационной поступи. В динамике культурно-исторического процесса закономерное превалирование материального над духовным приводит к упадку культуры, ее вырождению в цивилизацию.

Конечно, абсолютизировать гетерогенность культуры и цивилизации не следует. Достаточно отметить тот факт, что СМИ, особенно Интернет, порожденные цивилизацией, являются инструментами массовой культуры. Однако если цивилизация ассоциируется с материальной основой общества, то культура – с духовными, ценностно-смысловыми аспектами бытия. Как образно подметил В.М. Межуев, «культура и цивилизация – это как душа и тело: культура – душа цивилизации, цивилизация – тело культуры. Заботясь о теле, цивилизуя его, нельзя пренебрегать собственной душой, отречься от того, во что верили и на что надеялись лучшие умы России – те, кто создавал ее культуру» [8].

Цивилизация может довольствоваться космополитами, тогда как культура национальна, она не может существовать и развиваться без народной

укоренённости. Поэтому глобализирующаяся цивилизация усредняет мир, обедняет поликультурную социальную палитру. «Бренды глобальных компаний потребляются как символы причастности к передовому и прогрессивному, но при этом через них в повседневную жизнь разных регионов мира вторгаются чужие стандарты, вытесняются привычные нормы, разрушающие веками складывающиеся хозяйственные и бытовые уклады, образ жизни» [3, с. 61].

Одним из ярких проявлений цивилизационного прогресса в нашем социуме выступает экспансия консьюмеризма (от англ. *consumer* – потребитель)¹, культивирование приобретения материальных предметов, потребительства. В обществе массового потребления материальных благ постепенно формируется система ценностей и установок, нацеленных на возможность достижения социального превосходства, обретения счастья через потребление вещей. При этом товары как бы теряют саму значимость, становясь символом причастности к определенной общественной группе и порождая в сознании человека большую удовлетворенность от самого акта покупки, чем от приобретаемого продукта.

Под воздействием СМИ, рекламы значительное число россиян усматривают смысл своей жизни в покупке товаров и услуг, измеряя качество своего бытия количеством приобретенных вещей, а также превосходством этих товаров и по количеству, и по стоимости перед соседскими.

Примечательно, что причиной консьюмеризма является не столько потребность в той или иной вещи, сколько само желание приобретать, обладать ею. Это желание тесно связано и обличено в знаково-символическую форму, о которой потребитель и не догадывается. Но с появлением рекламы определенного продукта подсознательно срабатывает желание заполучить его, тем самым формируя свой образ, идею социальных статуса и роли в обществе. Получается, что в потребительском обществе люди работают уже не для того, чтобы выживать, но для того, чтобы активно потреблять (см.: [17]).

Символизация ярко проявляет себя в игре брэндов и марок, которые должны обеспечивать широту выбора продуктов и услуг. Поскольку потребительство относится к идеальной практике, то ей вряд ли присуща конечная точка насыщения. Постоянная неудовлетворенность будет выражаться в закономерности: чем больше приобретаешь, тем большее желание приобретать и в дальнейшем.

В результате такой увлеченности возникает угроза заболевания «шопоманией», когда желание приобретения вещей становится навязчивой идеей, обретая собственный смысл в жизни человека. Некоторые не без оснований относят шопоманию или ониоманию (от греч. *onios* – для продажи, *mania* – безумие, это непреодолимое желание что-либо покупать, не обращая внимания на необходимость и последствия) к болезням современного общества².

А.Н. Ильин справедливо отмечает, что «целесообразно связывать консьюмеризм именно с цивилизацией высокого развития, но отличающейся дефицитом культуры. Распределение в обществе высших достижений культуры и цивилизации неравномерно: гаджетами пользуются все, а высокими идеала-

¹ Консьюмеризм – это тенденция к росту потребительской психологии, развивающейся в массовой аудитории под воздействием культа вещиизма, возникающего в условиях коммерциализации СМИ, а также под воздействием навязчивой рекламы [21].

² Шопомания – болезнь современного общества [20].

ми добра, истины и красоты – единицы» [4, с. 173]. Зародившийся в XX в. особый вид невооруженного идеологического противоборства, направленного на изменение и поражение сознания людей (понижение общего уровня сознания людей, живущих на определенной территории; разрушение у них устойчивой системы мировоззренческих ценностей и замещение последних разного рода ценностными симулякрами; разрушение традиционных механизмов самоидентификации и внедрение в общество специально конструируемой матрицы ценностей, норм поведения; разрушение субъектности целых народов и т. д. [1]), получил название концентриальной войны, в рамках которой давно ведется системная работа по *дегуманизации* России в целом, причем как извне, так и изнутри страны.

Передавая атмосферу постреформенной российской общественной жизни, А.С. Панарин отмечает: «Она характеризуется чудовищной инверсией: все то, что должно было бы существовать нелегально, скрывать свои постыдные и преступные практики, все чаще демонстративно занимает сцену, обретает форму “господствующего дискурса” и господствующей моды» [10, с. 297].

Применяемые тактики дегуманизации обезчеловечивают не только отдельных людей или ту или иную социальную группу, но и всех нас, все общество. Безучастность, равнодушие подавляют чувство сопереживания, изолируют людей друг от друга. Желание закрыть глаза на то, что творится вокруг, замкнуться в своем мире, отгородиться от событий, происходящих в нашей стране и в мире, подавляют гуманность. Доктор философии из Великобритании Арлин Одергон считает необходимым всем объединяться и культивировать в своей душе отклики на любые нарушения прав личности, проявления насилия и подчеркивает: «Действуя сообща, мы добьемся необходимых политических преобразований и общественных выступлений в защиту прав человека. Как общество мы тоже будем настороже, если услышим, как кого-то демонизируют или дегуманизируют в расистских, гомофобных или сексистских “шутках”» [9, с. 190].

Дегуманизационные проявления характерны для разных сфер общественной жизни, в том числе различных социальных групп и слоев населения. Обратимся к конкретной аргументации.

Мощным и действенным средством воздействия на массовое сознание выступает *кино*. Психоэмоциональная сила экрана способна оказывать как положительное, так и деструктивное влияние. В последние годы наш кинематограф широко использует военную тематику, и прежде всего тему Великой Отечественной войны для привлечения зрителя в кинозал.

В ходе подготовки к торжественной годовщине, посвященной 60-летию Великой Победы, Союз кинематографистов и Министерство культуры РФ провели конкурс киносценариев, победу на котором одержал сценарий И. Болгарина и В. Смирнова «И снегом землю замело», который позже назвали «Полумгла».

Сценаристы исходили из гуманных побуждений, представив судьбу немецких военнопленных, отправленных зимой 1944–1945 гг. в северную глухую деревню на строительство. Гуманная художественная концепция состояла в показе на фоне суровой, прекрасной природы российского севера картины возрождения искалеченных войной людей разных народов, поиска возможностей учиться жить по-новому, работать сообща.

Однако оказалось, что сценарий можно читать по-разному. И на экраны под руководством молодого режиссера А. Антонова вышел фильм, где фабула была скорректирована не просто в художественном плане, но и в содержательном. Коренному изменению подвергся образ главного героя: молодой младший лейтенант после ранения был направлен в тыл для руководства строительством, где под его началом оказались как раз военнопленные немцы. Положительный образ у киносценаристов трансформировался у режиссера в алкоголика с психопатическими проявлениями. Но главному и по сути самому страшному изменению подвергся финал фильма. По сценарию после завершения работ военнопленные должны были быть отправлены на следующую стройку. «Режиссёрско-продюсерская версия выглядит так: на экран вырывается мощная бронетехника (прямо из телерепортажа про Чечню), оттуда – безжалостные, как орки во «*Властелине колец*», русские солдаты во главе с назгулом – майором. И абсолютно безо всякой причины берут и расстреливают из автоматов всех немцев, с которыми зритель за полтора часа худо-бедно успел сродниться» [15].

Зачем понадобилось демонизировать советского солдата, вынесшего все тяготы чудовищной войны, подчеркивать не присущую русским людям кровожадность? Вопрос остается открытым.

В принципе повестка дня, связанная с событиями самой кровопролитной войны, особо актуализируется в преддверии юбилейных дат и собственно в годы проведения победных торжеств. Нельзя не согласиться с позицией С.Е. Кургиняна, подчеркивающего, что «осмысление сути Второй мировой войны, беспрецедентной войны в Истории, – это не просто дань памяти, что тоже немаловажно. Это адресация к точке сборки, предполагающей возможность сопротивления в будущем. Это же и платформа для союзов и противостояний» [5].

Анализ источников последних десятилетий показывает, что явно просматривается усиление воздействия идеологии на социальную память россиян в целом и того периода XX в., который явился самым суровым и одновременно самым героическим испытанием для народа. Причем это идеологическое влияние прослеживается как в отечественной, так и зарубежной исторической науке, литературе, искусстве относительно Великой Отечественной войны.

Преднамеренные и непреднамеренные искажения исторической правды о тех годах направлены на разрушение «энергии святого», подтачивая архетипичность основ национальной идентичности российского общества. Среди множества примеров, свидетельствующих о попытках переписывания истории Великой Отечественной войны назовем лишь некоторые.

Чудовищной и несправедливой по отношению к миллионам павших советских людей является героизация пособников немецко-фашистской машины. Возрождение образов героев Украины Р. Шухевича и С. Бандеры, создателей УПА (Украинской повстанческой армии), противоречит фактам, приведенным политорганами 1-го Украинского фронта: «...украинскими националистами всеми способами разжигается ненависть украинского населения к польскому... А чтобы поддерживать эту ненависть “бандеровцы” истребляют целые деревни, населенные поляками. Причем истребляют, невзирая на пол, возраст и политические убеждения. Чинят над поляками зверские пытки» [19, с. 90].

Вызывает недоумение подмена значимости военных событий и битв Второй мировой войны. На Западе создано несколько концепций решающих битв. Известный английский историк Б. Лиддел Гарт считает, что наиболее

важными событиями в ходе Второй мировой войны были операция англо-американских войск в Сицилии и Италии, уничтожение фашистских войск в Северной Африке [6, с. 455–461]. А попытки зарубежных исследователей утверждать, что Сталинградская битва и сражения в Тунисе, а также наступление англичан под Эль-Аламейном, высадка десанта на тихоокеанском атолле Мидуэй являются однопорядковыми, не выдерживают никакой критики.

Переоценивание роли ленд-лиза со стороны западноевропейских государств приводит к тому, что за рубежом складывается общественное мнение о сопоставимости вклада США и СССР в победу над фашистской Германией. Американский историк Ч. Макдональд подчеркивает, что превосходство Красной армии в материально-техническом отношении было достигнуто только за счет помощи США и Англии по ленд-лизу: СССР получил от США и Англии 9,6 тыс. орудий, 18,7 тыс. самолетов и 10,8 тыс. танков. Однако надо учитывать и то, что за то же самое время промышленность Советского Союза произвела почти 490 тыс. орудий, около 137 тыс. самолетов, 102 тыс. танков и самоходных артиллерийских установок [14]. В связи с этим маршал Советского Союза Г.К. Жуков в своих мемуарах подчеркивает: «Я не хочу полностью отрицать и игнорировать эту помощь. Она в определенной степени помогла Красной армии и военной промышленности, но все же нельзя отводить роль больше той, чем она была в действительности» [2, с. 59].

При этом следует учитывать, что удельный вес союзнической помощи по ленд-лизу составил всего лишь 4 %, за поставляемые технику и оружие мы платили золотом, мехами и икрой, а сроки поставок этой помощи не всегда соблюдались. «В 1941–1942 годах в СССР поступили лишь 7 % отправленных за годы войны из США грузов. Основное количество вооружения и других средств Советский Союз получил в 1944–1945 гг. после коренного перелома в ходе войны» [7, с. 427].

В условиях поликонцептуального представления и трактовки истории в учебниках появляются издания, авторам которых хотелось бы задать ряд вопросов. В учебнике «История России. XX век» под редакцией профессора А.Б. Зубова глава 2 тома 2 носит название: «Советско-нацистская война 1941–1945 гг. и Россия» (см.: [16]). По всем канонам участники военных событий должны быть указаны в алфавитном порядке, за исключением необходимости изменения или подчеркивания смысловой нагрузки – тогда на первое место ставится страна агрессор. Поэтому, что имел в виду автор своей трактовкой названия главы, остается загадкой. Возможно, перестановка участников войны намеренно подразумевает то, что за развязывание войны несут равную ответственность и Гитлер, и Сталин.

Одной из информационных атак является недавняя ситуация вокруг *болельщиков на чемпионате мира по футболу*. Драка между российскими и английскими фанатами приобрела политизированную окраску, переводя спортивный дискурс в область международной политики, международного имиджа России в связи с проведением в 2018 г. чемпионата мира по футболу в нашей стране.

Очередная информационная кампания (до этого муссировался офшорный скандал, направленный против российской элиты) вновь нацелена на формирование образа русских варваров, недочеловеков. Профессор МГУ А.В. Манойло по этому поводу полагает: «Все это нам позволяет заявить, что в отношении граждан России происходит процесс дегуманизации, причем евро-

пейцам пытаются внушить, что это не люди, пусть они и похожи на тех, кто живет в странах Европы. СМИ откровенно указывают на то, что это не представители европейской цивилизации, поэтому от россиян нужно, во-первых, защищать европейские ценности и цивилизации, причем максимально жестко, а во-вторых, раз россияне не люди, то с ними можно делать все, что угодно» [12].

Используя драку футбольных фанатов как повод для показа России в качестве основной опасности, западноевропейские политтехнологи решили перецеголять Барака Обаму, который считает нашу страну угрозой наравне с вирусом Эболы и Исламским государством.

В нашей стране, где значительная часть россиян живут на грани или за чертой бедности, в группу особого риска попадают пожилые люди, составляющие около одной трети населения. В этой связи все чаще появляются материалы о *геронтологическом насилии*, выражающемся в жестоком обращении с пожилыми людьми, сопровождающемся нанесением вреда (физического, психологического, материального) и антигуманным обращением со стороны окружающих.

Крайнюю жестокость в начале 1990-х гг. в отношении старшего поколения продемонстрировало само государство, призванное защищать старых и убогих. 23 февраля 1992 г. в День Советской армии и Военно-морского флота в Москве были показательно избиты дубинками десятки ветеранов войны (см.: [18]). Таким образом, новый политический режим давал понять людям из советской эпохи, что их время прошло.

Отсутствующий учет жертв насилия среди пожилых людей не позволяет оценить масштаб угроз обозначенного явления. Причин здесь множество, в том числе закрытость самой проблемы в обществе, авторитарные гендерные стереотипы, мифологемы, оправдывающие насилие стариков в общественном сознании, материальная зависимость их от государства, членов семьи и др.

По результатам проведенного саратовскими учеными социологического исследования, «в качестве жертв геронтологического насилия выступают люди старше 70 лет. Среди них доминируют пожилые женщины, проживающие как в семейных условиях, так и одинокие, имеющие ослабленное здоровье, нуждающиеся в медицинском уходе, помощи и поддержке в ежедневных бытовых делах. Им присущи многочисленные эмоционально-психологические проблемы в общении с другими людьми, они испытывают трудности с самозащитой, умением отстоять себя, с определением своих личностных границ, ролевых установок» [13, с. 13].

Приведенные данные дают основания для беспокойства и ряда выводов: геронтологическое насилие – это социальный феномен современной российской действительности, который нуждается в междисциплинарных исследованиях; государство, гражданское общество, церковь должны объединить свои усилия в поддержании престарелых на достойном уровне жизни, не только материальном, но и социально-психологическом, нравственном; поскольку значительная доля притеснений стариков (около 43 %) происходит в семье, то очевидно данный социальный институт нуждается в духовной санации.

Таким образом, цивилизационное противоборство расширяет сферы своего влияния, переходя на новые уровни, где в рамках концентрической войны идеологическая и социально-психологическая составляющие становятся все более уязвимыми. Угрозы существования духовной культуры, нацио-

нальной идентичности нашего общества стали явными, а формы проявления этих угроз, примерами которых в статье являются консьюмеризм и дегуманизация, постоянно совершенствуются и множатся.

Список литературы

1. Громыко Н.В. Использование информационных технологий в качестве «консциентального оружия» // Восток: альманах. 2005. № 7/8 (31/32).
2. Жуков Г.К. Воспоминания и размышления: в 3 т. 9-е изд. М.: Изд. АПН, 1988. Т. 3. 384 с.
3. Зарубина Н.Н. Повседневность в контексте социокультурных трансформаций российского общества // Общественные науки и современность. 2011. № 4. С. 52–62.
4. Ильин А.Н. Консьюмеризм как фактор антикультурной инновационности // Вопросы философии. 2016. № 4. С. 171–181.
5. Кургинян С.Е. Точка сборки. Победа как главный узел всей российской духовной, культурной и политической проблематики // Школа целостного анализа. 2005. Май.
6. Лиддел Гарт Б. Вторая мировая война. М.: Воениздат, 1976. 680 с.
7. Мединский В.Р. Война. Мифы СССР. 1939-1945. 2-е изд. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2012. 703 с.
8. Межуев В.М. Выступление на юбилее А.А. Зиновьева (2002 г.) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4498> (дата обращения: 01.09.2016).
9. Одергон А. Отель «Война». Психологическая динамика вооруженных конфликтов / пер. с англ. К. и П. Назаретян. М.: Энигма, 2008. 512 с.
10. Панарин А.С. Народ без элиты. М.: Алгоритм-ЭКМО. 2006. 352 с.
11. Панарин А.С. Реванш истории: Рос. стратег инициатива в XXI веке. М.: Русский миръ, Моск. учеб., 2005. 432 с.
12. Полная дегуманизация: европейские СМИ сделали из россиян монстров [Электронный ресурс]. URL: <http://rueconomics.ru/179299-polnaya-degumanizaciya-evropeiskie-smi-sdelali-iz-rossiyan-monstrov> (дата обращения – 20.08.2016).
13. Пучков П.В., Афанасьева С.В. Геронтологическое насилие как межкультурный коммуникационный феномен в условиях конфликтности взаимодействия поколений // Изв. Саратов. ун-та. Сер. Социология. Политология. 2011. Т. 11. Вып. 3. С. 11–14.
14. Ржешевский О.А. Предисловие. // Макдональд Ч.Б. Тяжелое испытание. Американские вооруженные силы на Европейском театре во время второй мировой войны / пер. с англ. М.: Воениздат, 1973. С. 5–17.

15. Смирнов И.В. Полумглисты // Россия XXI. 2006. № 2 [Электронный ресурс]. URL: http://scepsis.net/library/id_702.html (дата обращения: 13.08.2016).
16. История России. XX век: в 2 т. // под ред. А.Б. Зубова. М.: Астрель; АСТ, 2009. Т. 2. 848 с.
17. Софронов-Антомони В. Производство теории потребления // Знание–сила. 2002. № 7. С. 18–25.
18. Коммерсант. 1992. № 9.
19. Украинские националистические организации в годы Второй мировой войны. Документы: в 2 т. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. Т. 2. 1167 с.
20. Шопомания – болезнь современного общества [Электронный ресурс]. URL://<http://shoptema.ru/obzor/shopomaniya-bolezn-sovremenno-obschestva.html> (дата обращения – 12.08.2016).
21. Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ [Электронный ресурс]. Бишкек: Изд-во КРСУ, 2002. URL: http://www.eartist.narod.ru/text16/069.htm#з_001 (дата обращения: 10.09.2016).

SPIRITUAL CULTURE AS AN OBJECT OF CONSCIOUSNESS AND PERSONAL IDENTITY DESTROYING WAR

S.N. Klimov

Moscow State Open Academy of Transport, Moscow

In article is focused on the spiritual culture phenomenon in the perspective of a special type of ideological confrontation – war aimed at ruining national consciousness and personal identity. Among the diverse manifestations of this type of war, widespread consumerism and various forms of a dehumanization should serve as its evident outcome and example.

Keywords: *spiritual culture, civilization, war aimed at ruining national consciousness and personal identity, consumerism, dehumanization, social memory, distortions of the Russian history, aged people violence.*

Об авторе:

КЛИМОВ Сергей Николаевич – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, социологии и истории Российской открытой академии транспорта МИИТ, г. Москва. E-mail: klisn@mail.ru.

Author information:

KLIMOV Sergey Nikolaevich – Ph.D., Professor, Professor of the Department of Philosophy, Sociology and History, Russian Open Academy of Transport – МИИТ, Moscow. E-mail: klisn@mail.ru.