

Фазлеева Регина Ринатовна

ГИПЕРРЕАЛЬНАЯ РЕЛИГИЯ И ГИПЕРРЕАЛЬНЫЙ АТЕИЗМ КАК НОВЫЕ ФОРМЫ СУЩЕСТВОВАНИЯ В ПРОСТРАНСТВЕ ЗНАКОВО-СИМВОЛИЧЕСКОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

В представленной статье рассматриваются два феномена постсовременного общества: гиперреальная религия и гиперреальный атеизм. Теория "политической экономики знака" Ж. Бодрийяра является контекстом для появления понятия гиперреальной религии - феномена, устраняющего какое-либо различие между означающим и означаемым, между предметом и знаком. Подобно гиперреальной религии, современный атеизм может быть истолкован как гиперреальное безбожие, формирующее собственные субъективные мифы, копируя их с гиперреальных образов науки и обеспечивая онтологическую безопасность своим приверженцам.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2016/6-1/48.html

Источник

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

Тамбов: Грамота, 2016. № 6(68): в 2-х ч. Ч. 1. С. 197-199. ISSN 1997-292X.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2016/6-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

20. **To Promote Prosperity. US Domestic Policy in the Mid-1980s** / ed. by J. H. Moore. Stanford (Calif.): Hoover Institution Press, 1984. 429 p.
21. **U.S. Congress. House. Committee on Ways & Means. Proposals to Restructure the Financing of Private Health Insurance. Hearings before the Subcommittee on Health of the Committee on Ways & Means. House of Representatives, 96th Congress, 2nd Session. Feb. 25, 1980.** Washington (D.C.): U.S. Govt. Print. Off., 1980. 310 p.
22. **U.S. Congress. Senate. Committee on Finance. Proposals to Stimulate Health Care Competition. Hearings before Subcommittee on Health on S.1968.** Washington (D.C.): U.S. Govt. Print. Off., 1980. 462 p.

AMERICAN BUSINESS AND THE PROBLEM OF CREATING NATIONAL MEDICAL INSURANCE (THE SECOND HALF OF THE 1970S)

Tukhvatullin Rustem Rasfarovich, Ph. D. in History, Associate Professor
Bashkir State University
rtuhvatullin@rambler.ru

The article examines the American business's attitude to the health care reform plans that were discussed in the period of D. Carter's presidency. The author shows the essence of the most popular approaches and proposals regarding national medical insurance, describes and analyzes the views of different groups and organizations of the American business towards them. The paper mentions various approaches of medical and non-medical business to the health care reform and state regulation in this sphere.

Key words and phrases: national medical insurance; D. Carter; The American Medical Association; The Federation of American Hospitals; The United States Chamber of Commerce.

УДК 211.5

Философские науки

В представленной статье рассматриваются два феномена постсовременного общества: гиперреальная религия и гиперреальный атеизм. Теория «политической экономики знака» Ж. Бодрийяра является контекстом для появления понятия гиперреальной религии – феномена, устраняющего какое-либо различие между означающим и означаемым, между предметом и знаком. Подобно гиперреальной религии, современный атеизм может быть истолкован как гиперреальное безбожие, формирующее собственные субъективные мифы, копируя их с гиперреальных образов науки и обеспечивая онтологическую безопасность своим приверженцам.

Ключевые слова и фразы: гиперреальная религия; гиперреальное безбожие; постсовременное общество; «онтологическая безопасность»; массовая культура.

Фазлеева Регина Ринатовна

Казанский (Приволжский) федеральный университет
ragua@yandex.ru

ГИПЕРРЕАЛЬНАЯ РЕЛИГИЯ И ГИПЕРРЕАЛЬНЫЙ АТЕИЗМ КАК НОВЫЕ ФОРМЫ СУЩЕСТВОВАНИЯ В ПРОСТРАНСТВЕ ЗНАКОВО-СИМВОЛИЧЕСКОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Закономерным итогом индустриальной эпохи становится постиндустриальное (постмодерное) общество потребления, главной чертой которого является непрерывное умножение объектов, услуг, товаров. Люди оказываются в среде не столько человеческих существ, сколько объектов, а вещи выступают, прежде всего, в их знаковой функции. В этом проявляется фундаментальное изменение общества и человека. Постмодерное общество оказывается насыщено образами и моделями восприятия реальности, создаваемыми массмедиа. Причем СМИ, телевидение, Интернет как части киберпространства создают принципиально невещественное, дематериализованное, виртуальное представление о реальности. Тем самым в деятельности людей участвует все больше символических посредников, а потребление становится ключевой формой жизнедеятельности человека.

По мнению французского философа-постструктуралиста Ж. Бодрийяра, подобная виртуализация действительности является следствием эволюции потребления, которое из первоначального удовлетворения потребностей приобретает статус фундамента культуры. Как полагает философ, потребление в постсовременном обществе является принудительным социальным институтом, навязывающим субъектам потребления завершённую систему ценностей, а самое главное – становится деятельностью «систематического манипулирования знаками» [1, с. 213]. Таким образом, объект потребления становится единством знака и товара. Теперь товар – это всегда знак, а знак – всегда товар. Знак провоцирует отчуждение стоимости, смысла (означаемого), а значит, и реальности.

В аспекте данного исследования важным является то, что теория «политической экономики знака» Бодрийяра является контекстом для появления понятия гиперреальной религии – феномена, устраняющего какое-либо различие между означающим и означаемым, между предметом и знаком. В силу этой особенности

гиперреальность формирует механику процесса, в котором реальность окончательно утрачивает себя, закруживаясь в знаково-символическом обмене. В подобном гиперреальном мире «симулякры» предлагают набор образов, которые могут быть использованы теми, кто готов их потреблять. Само словосочетание «гиперреальная религия» было введено в научный оборот современным социологом религии А. Поссамеем в 2005 году [3]. Он предлагает следующее определение: «гиперреальная религия представляет собой имитацию религии, созданной или находящейся в совместном существовании с массовой культурой, которая вдохновляет последователей на метафорическом уровне и/или является источником веры в повседневной жизни» [4, р. 20]. Как утверждает Поссамей, несмотря на то что гиперреальные религии возникли еще в 60-х гг. XX в., Интернет сыграл важную роль в развитии этого феномена. Дело в том, что Всемирная сеть в постмодерном обществе становится мощной социальной технологией, позволяющей людям полноценно взаимодействовать и обсуждать наряду с личными, социальными, политическими вопросами также и религиозные проблемы. С появлением Интернета люди могут объединяться в новые религиозные направления, вырастающие из массовой культуры, просто создавая, к примеру, специальный сайт, посвященный тому или иному религиозному направлению, к которому любой желающий сможет присоединиться, используя предлагаемую сайтом форму доступа. Примерами подобных гиперреальных религий XXI в. Поссамей считает следующие движения: «джедаизм», прообразом которого являются члены Ордена джедаев из кинофильма «Звездные войны», и «матриксизм», вдохновленный «религией Матрицы» из одноименного фильма.

Анализируя общественное осмысление нового феномена, Поссамей выделяет три «идеальных типа» социальных субъектов (следуя теории «идеальных типов» М. Вебера), участвующих в создании гиперреальных религий. К первому типу относятся целенаправленные потребители массовой культуры, осознанно практикующие гиперреальные религии. По мнению Поссамея, эти люди активно потребляют поп-культуру ради создания новых видов духовности (в некоторых случаях «джедаизм» и «матриксизм» культивируются ради духовного обогащения уже имеющихся неоязыческих религиозных движений). Второй «идеальный тип» состоит из обыкновенных (среднестатистических) потребителей массовой культуры, чья деятельность приводит к копированию выразительных особенностей гиперреальных религий и смешению их с учением традиционных религий. Примером может служить Интернет-сайт *ChristianGoth.com*, который является виртуальным пространством общения готов-христиан с другими христианами. Третий тип представлен верующими и неверующими оппонентами как потребителей гиперреальных религий, так и культовых образов массовой культуры в целом (противники героев-джедаев, книг о Гарри Поттере, популярных детективных расследований в истории христианства Д. Брауна и др.).

Следует отметить, что в итоге своего исследования Поссамей выражает определенные сомнения в универсальности и обоснованности такого явления как гиперреальная религиозность. Ведь вполне возможно, что она является инструментом анализа постхристианского развития общества, в котором всецело доминирует массовая культура. Кроме того, гиперреальная религия может быть подвергнута критике с точки зрения того, что она дает возможность представлять само понятие религии как поверхностное, бессмысленное и не имеющее реальных оснований. К тому же, по мнению Поссамея, не только гиперреальная религия, но, в принципе, любая религия, слившаяся с массовой культурой, приобрела бы подобные гиперреальные черты, и только в будущем, найдя поддержку следующих поколений, особое клеймо «гиперреальности» могло бы утратить свою силу.

Несмотря на подобные сомнения в продуктивности понятия гиперреальной религии, оно с успехом используется некоторыми исследователями, для того чтобы получить представление о том, каким образом в обществе постмодерна существует атеистическое мировоззрение. В частности, исследователь религии А. Никсон утверждает, что, подобно гиперреальной религии, современный атеизм может быть истолкован как гиперреальное безбожие [2, р. 375]. Указанную возможность Никсон обосновывает тем, что современный атеизм представляет собой гиперреальную разновидность Науки (с большой буквы). Дело в том, что в потребительском обществе почти все может стать объектом потребления, в том числе и достижения науки. Представления основной массы населения о науке, по мнению Никсона, по своей природе являются гиперреальными, потому что люди легко очаровываются яркими научными открытиями, «проглатывая» их вне всяких специфически научных подробностей. В силу этого, такие известные популяризаторы науки как К. Саган и Р. Доукинз способны создавать доступные образы научной картины мира, позволяя самому процессу потребления научных знаний придавать космологический смысл.

Стоит отметить еще один важный момент. Современный атеизм предлагает значительное фундаментальное основание, способное поддержать человека в непрерывно меняющемся мире потребления. Атеистическое мировоззрение предоставляет своим сторонникам чувство «онтологической безопасности» (*ontological security*) в противовес чувству «онтологической неуверенности» (Э. Гидденс), погружающему человека в состояние морального вакуума и преувеличения риска личного существования [Ibidem, р. 382]. Ощущение «онтологической безопасности» выражается в доверии к людям и вещам, а также в предсказуемости явлений окружающего мира, в перспективе переходящей в рутину повседневной жизни. С точки зрения Поссамея, гиперреальная религия и ее субъективные мифы могли бы обеспечить человеку чувство онтологической безопасности в постсовременном мире, которому не хватает твердых, надежных оснований [3, р. 82]. С таким же успехом, по мнению Никсона, мировоззрение современного атеизма учит своих последователей находить смысл жизни и основания для существования в натуралистических интерпретациях космоса [2, р. 383]. Многие атеисты имеют свои собственные внерелигиозные представления о том, что придает жизни смысл. Некоторые современные социологи религии обнаруживают, что ценности приверженцев атеистического

мировоззрения близки к умеренно религиозным, так как атеисты находят смысл существования в друзьях, семье, жизненном опыте, любимой работе и продуктивной деятельности. Большинство людей светских, опрошенных социологами, отвергают идею трансцендентного Бога и духовности и готовы найти духовное содержание в психологии и в «мирской» сфере. Как считает Никсон, подобную духовность атеистов можно рассматривать как «естественнонаучную очарованность» миром, посюсторонней действительностью. Эта идея находит свое выражение в особом типе духовности, лишенном сверхъестественного измерения, который как раз и является гиперреальным в контексте атеизма. Эта гиперреальная духовность подтверждается тем, что атеисты испытывают глубокую радость от красоты природы, мира, космоса, реальность которых раскрывает научное познание, при этом настаивая на том, что эта радость от созерцания природы не должна быть выражена в терминах сверхъестественного мировосприятия. Воспринимаемые подобным образом наука и природа настраивают на «зачарованное» космологическое видение с помощью естественной космологии. Причем это «зачарованное» космологическое видение, по мнению Никсона, вдохновляет атеистов на уровне метафорических образов, предоставляя им положительный субъективный миф, на котором держится их атеизм [Ibidem, p. 393].

Кроме того, что популяризованный научный дискурс поставляет потребителям зачарованные образы и натуралистические интерпретации мира и космоса, наука в контексте массовой культуры приобретает особый «священный голос», который «позволяет далекому стать близким и идентифицировать себя с Иным, богом, космосом в целом. Голос Науки определяет мировой закон космоса и закрепляет человечество в его пределах» [Ibidem, p. 388]. В силу данной особенности, популяризаторы науки используют свои представления о Вселенной как средство связи между человеком и всеобщим космическим порядком. Таким образом, притягательный «священный голос» науки также способствует формированию зачарованных образов Вселенной в обыденном мировосприятии. Итак, с точки зрения Никсона, современный атеизм формирует собственные субъективные мифы, копируя их с гиперреальных образов науки и обеспечивая онтологическую безопасность своим приверженцам в зыбком мире непрерывно меняющегося постсовременного общества потребления. Исходя из этого, А. Никсон дает свое описание феномена гиперреального безбожия с опорой на определение гиперрелигии, данное А. Поссамей: «современный атеизм – это явление массовой культуры, которое стало тем хранилищем, из которого люди черпают представления, идеи и смыслы, а также субъективные мифы о мире. Поэтому современный атеизм может быть определен как гиперреальное безбожие» [Ibidem, p. 394].

Таким образом, сделав краткий обзор феноменов гиперреальной религии и гиперреального безбожия, можно прийти к определенным выводам. Действительно, в постсовременном обществе знания, техника, культура, люди и общественные отношения воспроизводятся как элементы системы потребления. В самом акте потребления каждый человек и каждая группа людей ищут свое место в некоем знаково-символическом порядке. Еще раз отметим то обстоятельство, что в подобной логике «политической экономики знака» Бодрийера объект потребления используется не только в качестве потребительной стоимости, но виртуально обменивается еще и в качестве знака. И тогда как новые религии, использующие киберпространство Интернета и идейно вдохновляясь образами героев культовых фильмов, так и современный атеизм, копирующий гиперреальные образы популярной Науки и обещающий чувство онтологической безопасности своим сторонникам, становятся востребованными продуктами гиперреальной духовности в мире массовой культуры. Тем самым, гиперреальная религия и гиперреальный атеизм могут представлять как новые формы существования в пространстве знаково-символического потребления.

Список литературы

1. **Бодрийяр Ж.** Система вещей / пер. с фр. С. Зенкина. М.: Рудомино, 2001. 219 с.
2. **Nixon A.** Contemporary Atheism as Hyper-Real Irreligion: The Enchantment of Science and Atheism in This Cosmos // Handbook of Hyper-Real Religions / ed. A. Possamai. Leiden: Brill, 2012. Vol. XIV. P. 375-397.
3. **Possamai A.** Religion and Popular Culture: A Hyper-Real Testament [Электронный ресурс]. URL: http://www.peterlang.com/download/datasheet/14609/datasheet_29272.pdf (дата обращения: 15.03.2016).
4. **Possamai A.** Yoda Goes to Glastonbury: An Introduction to Hyper-Real Religions // Handbook of Hyper-Real Religions / ed. A. Possamai. Leiden: Brill, 2012. Vol. XIV. P. 1-21.

HYPER-REAL RELIGION AND HYPER-REAL ATHEISM AS NEW FORMS OF EXISTENCE IN THE SPACE OF SYMBOLIC CONSUMPTION

Fazleeva Regina Rinatovna
Kazan (Volga Region) Federal University
pagua@yandex.ru

The article examines two phenomena of the post-modern society: hyper-real religion and hyper-real atheism. “Political economy of the sign” theory by Jean Baudrillard is a context for the origin of the concept “hyper-real religion” – the phenomenon eliminating difference between the signifier and signified, the subject and sign. Similar to hyper-real religion, modern atheism can be interpreted as hyper-real godlessness forming its own subjective myths, copying them from the hyper-real images of science and providing ontological security to its followers.

Key words and phrases: hyper-real religion; hyper-real atheism; post-modern society; ontological security; mass culture.