

## ПОПУЛЯРНАЯ КУЛЬТУРА И КУЛЬТОВАЯ СРЕДА В ПОСТСЕКУЛЯРНОМ МИРЕ

АЛЕКСАНДР РАЕВСКИЙ

Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону, Россия)

Кандидат философских науки, старший преподаватель

Контакт: [rjeshk@mail.ru](mailto:rjeshk@mail.ru)

---

**АННОТАЦИЯ.** В статье рассматриваются религиозные идеи, которые могут быть обнаружены в области популярной массовой культуры. Проводится попытка обозначить их влияние на формирование альтернативной духовности и нетрадиционной религиозности, выраженной в своеобразном институте постсекулярного мира – культовой среде.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** Нью эйдж, культовая среда, популярная культура, новое религиозное движение, постсекуляризм.

## POPULAR CULTURE AND CULTIC MILIEU IN THE POSTSECULAR WORLD

ALEKSANDR RAEVSKY

Southern Federal University (Rostov-on-Don, Russia)

Candidate of sciences in philosophy, Senior lecturer

Contact: [rjeshk@mail.ru](mailto:rjeshk@mail.ru)

---

**ABSTRACT.** The article considers religious ideas that can be found in the field of popular mass culture. An attempt is made to identify their influence on the formation of alternative spirituality and non-traditional religiosity, expressed in a peculiar institution of the post-secular world - the Cultic Milieu.

**KEY WORDS:** New age, cultic milieu, popular culture, new religious movement, posts-secular.

Ровно 50 лет назад Томас Лукман, размышляя о появлении новых религий, предположил, что они в будущем заменят религиозные организации, так как в современном обществе больше нет монополии на систему мировоззрения и религиозным системам сложнее выживать, напротив люди будут строить свою духовную жизни на индивидуальном, личном уровне. Сопутствующим будет появление рынка ценностей, на котором потребители духовности строят свои личные пакеты запросов, основанные на индивидуальных вкусах и предпочтениях.

Как мы видим, данное предсказание о «невидимой религии», именно так и называлась книга Лукмана 1967 года, с сильным личным началом сбылось лишь частично, религиозные институты продолжают существовать и успешно функционировать. Но невидимая религия вполне существует – она сосредотачивается в области, которую называют по разному – гетерогенная религиозность, культовая среда, альтернативная духовность, движение нью-эйдж: все эти термины условно сводимы друг к другу. Так, например, движение нью-эйдж определяется В. Ханеграафом как «культовая среда, в той или иной мере осмыслившая себя в конце 70-х годов»<sup>1</sup>.

### Культовая среда и поп-культура

Термин «культовая среда»<sup>2</sup> был введен Колин Кэмбелл в 1972 году, под ним понимается вся сфера неинституализированной нетрадиционной религиозности, состоящая из сектантских идей и ритуальных практик, разделяемых и исполняемых людьми в индивидуальном порядке вне контекста какой-либо группы, то есть весь спектр альтернативной духовности. Под культовой средой мы будем понимать ту среду, в которой постоянно рождаются новые культы, вбирая в себя обломки «мертвых», и появляется новое поколение культивистов, поддерживающих культовую среду.

Существование культовой среды – это характерный тренд Европы и США, но наша страна вновь пошла по особому пути, и при безусловном наличии гетерогенных религиозных представлений, о чем говорят социологические опросы<sup>3</sup>, большинство респондентов идентифицирует себя православными. Мы имеем дело с «как-бы православной» религиозной идентичностью, наполненной далеко не православными ньюэйджерскими элементами.

---

<sup>1</sup> Hanegraaff W.J. *New Age religion and Western culture: esotericism in the mirror of secular thought*. New York. 1996. P. 521

<sup>2</sup> Campbell C., *The Cult, the Cultic Milieu and Secularization* // *A Sociological Yearbook of Religion in Britain* 5 London: SCM Press, 1972. p. 119-136

<sup>3</sup> К примеру Беляев О. Д. Опыт эмпирического исследования гетеродоксальной религиозности в современной России // *Социологические исследования*, № 11, Ноябрь 2009, С. 88-98

Зададимся вопросом как получилось так, что размытые религиозные представления и у невоцерковленных православных, и у тех, кто идентифицирует себя как язычник или последователь какого-либо другого учения, сколь незначительно не было бы их число, во многом схожи? Ответ лежит в области формирования религиозной идентичности.

Многие авторы отмечают, что в 1980-х годах духовный мир стал частью поп-культуры и достиг коммерческого успеха как часть культуры потребления. Но гетерогенная религиозность была всегда в виде сект, культов, народных представлений, многочисленные работы по изучению истории мистицизма подтверждают это. В чем же особенность современного этапа, который все чаще называют постсекулярным? Что задаёт основу складывания новых форм общественных отношений и новых типов религиозной идентичности? На смену устоявшимся формам коммуникации пришли новые способы организации общественных отношений, основу которых составляет глобальная медиа-информационная среда.

Дольше всего в культовой среде продолжают жить журналы, книги, сайты, видеозаписи, неофициальные встречи – все то, посредством чего ее верования и практики распространяются. Но речь идет не только о непосредственном рынке своеобразных духовых товаров и практик, который если выразиться словами Т. Лукмана «основывается на продажах через масс-медиа – книги, журналы, радио, телевизионные академии и семинары, душотерапевтические практики и бродячие гуру из всех уголков мира»<sup>4</sup>. Но и о том, что квазирелигиозным содержанием наполнены масс-медиа и современная популярная культура, черпающие вдохновение из девиантных идей культовой среды и возвращающиеся в неё в форме новых текстов и альтернативных концепций, что мы и попытаемся показать в дальнейшем рассуждении.

Конечно, данной темы касались многие авторы, как пример можем привести статью профессора университета Денвера Линн Шофилд Кларк «Зачем изучать популярную культуру? Или, как обосновать тезисы диссертации для религиоведов и теологов»<sup>5</sup>, в которой обосновывается необходимость обращения к изучению популярной культуры со стороны религиоведческого сообщества. Популярной культурой в модели Кларк будут выступать все то, что, коммерчески произведено, связано с досугом, информационной сферой и культурой массового потребления. Элементами популярной культуры можно назвать такие продукты как: любой текст, музыку, визуальные изображения, фотографии, фильмы, телевидение, реклама, видеоигры, культура знаменитостей, профессиональный спорт, радио, комиксы и ролики на YouTube.

---

<sup>4</sup> Лукман Т. Дополнение к третьему немецкому изданию «Невидимой религии». (в переводе Кострова Е., Забаев И.) // Социологическое обозрение. 2014. Т. 13. № 1. С. 139-154. С. 152

<sup>5</sup> См.: Clark L. Why study popular culture? Or, how to build a case for your thesis in a religious studies or theology department // *Between sacred and profane: Researching religion and popular culture*, ed. Gordon Lynch. London: I. B. Tauris. 2007.

То, что мы называем продуктами высокой культуры, такими как живые и театральные представления, искусство, музыкальные постановки, музейные выставки, предназначенные для общественного потребления, также могут быть отнесены к данной сфере: «Все, что может быть успешно упаковано для потребителя, в ответ на их желание получить средства для идентификации себя с некоторыми другими людьми, идеями или движениями, так и для отличия от других»<sup>6</sup>.

Популярная культура привлекает эмоции людей и безусловно участвует в процессах формирования идентичности, она является областью для распространения значимых идей и смыслов в современном обществе. Да, популярная культура сконструирована с учетом коммерческой составляющей, с включенной рекламой тех или иных продуктов и образа жизни. Кларк отмечает, что «исследователи-религиоведы и богословы могут почувствовать понятное разочарование от того факта, что популярная культура захватила процессы формирования идентичности в целях получения прибыли»<sup>7</sup>. Именно поэтому изучение популярной культуры в рамках религиоведческого и богословского исследования дает представление о том, как формируются и поддерживаются погруженность в религиозные общины и альтернативные религиозные сообществам, такие как клиентурные и аудиторные культы. Такое включение происходит через связи с материальными благами. Отдельным новым вопросом для религиоведения выступает вопрос, в какой мере в человеке оказывается соотносены его религиозная идентичность верующего и потребительская идентичность, проявляемая в общественной жизни в мире пропитанным духом капитализма.

О популярной культуре как носителе идей нетрадиционной религиозности в последние годы написано не мало, так Сусуму Шимазоно, профессор кафедры религиоведения Токийского университета пишет: «Нечто подобное можно сказать и о современной массовой культуре и культуре развлечений. Тема симпатии к новой духовности и культуре находится в изобилии в фильмах, видео, комиксах, научной фантастике и видеоиграх. Эти средства массовой информации не инструменты, предназначенные для распространения общественных движений и культуры, но они служат для того, чтобы подготовить почву к привлечению людей к новым формам религии»<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Clark L. Why study popular culture? Or, how to build a case for your thesis in a religious studies or theology department // *Between sacred and profane: Researching religion and popular culture*, ed. Gordon Lynch. London: I. B. Tauris. 2007. P. 8

<sup>7</sup> Там же. P. 11

<sup>8</sup> Shimazono S. *Contemporary Religions and the Public Arena: Centring on the Situation in Japan.* // *The centrality of religion in social life : essays in honour of James A. Beckford.* Eileen B. Burlington, VT: Ashgate, 2008, p 203-214., P. 205

## Поиски сакрального в популярной культуре

И если обратиться к научным исследованиям последних лет, можно увидеть целое своеобразное лоскутное одеяло текстов и исследований, посвященных различным областям популярной культуры, направленных на выявление религиозного подтекста в данных областях. Мы не претендуем ни на объединение этих исследований, многие из них имеют различные методологические установки, ни на полный обзор данных исследований, позволим себе лишь перечислить некоторые из них и обратить внимание на изучаемые области популярной культуры.

Одним из таких исследований является книга Ю.В. Рыжова<sup>9</sup>, в которой автор рассматривает новую религиозность как социокультурный феномен, возникающий благодаря современной популярной культуре и искусству, особое внимание обращая на современную музыку. Но музыка является не единственным проводником идей новой религиозности, не меньшее, а возможно и большее влияние оказывает телевидение, – классическим, уже ставшим хрестоматийным примером, тут выступает киносага *Звездные воины*.

Как отмечает Джон Ньюпорт, «Теология, представленная в Звездных воинах, является чистым нью-эйдж. Нет Бога-создателя, нет объективных правил хорошего или плохого. Есть только слепая «сила», которая может быть использована добрыми для хороших дел и плохими людьми во зло»<sup>10</sup>. Не случайно именно *Звездные Войны*, послужили основанием для формирования своеобразного сообщества «джедаев», располагаемое между философией, новым религиозным движением и уникальной в своей массовости пародийной религией. Само чувство протеста против институциональных религий и выбор именно джедаизма в роли единого связывающего якоря подчеркивает особое отношение к образам данных фильмов. А тот факт, что в некоторых странах таковых респондентов были десятки тысяч человек, и создание культовых сооружений для своеобразной джедайской службы говорит, что нельзя рассматривать джедаизм исключительно как религию-пародию.

Человек 21 века окружен интернет-реальностью, с которой находится в постоянной связи за счет мобильного телефона. Интеграция посредством использования мобильного интернета в повседневной жизни, своеобразный «бум» социальных сетей, также означил появление новой формы индивидуального использования интернета для формирования идентичности человека, в том числе интересующей нас религиозной идентичности.

Религиоведческие исследования в течение последних нескольких лет, обращаются к новым материалам для определения религиозных практик:

---

<sup>9</sup> Рыжов Ю.В. *Ignoto Deo: Новая религиозность в культуре и искусстве*. М.: Смысл, 2006

<sup>10</sup> Newport J. *The New Age movement and the biblical worldview: conflict and dialogue*. William B. Eerdmans Publishing Company, 1997 P. 484

исследование использования блогов, подкастов, YouTube-каналов. Также перспективным является вопрос о изучении религиозного поведения в компьютерных играх. Современные компьютерные игры привносят в мировоззрение подростка своеобразные гетерогенные эклектичные представления, можно выделить такие распространенные идеи как:

1. Наличие у героя внутренней магической силы. Чаще всего она носит наименование «мана», «прана», «ци», «чакра», «энергия», с помощью которой персонаж может творить заклинания, совершать не доступные человеку действия и т.д.

2. Необходимость постоянного самосовершенствования, так называемой прокачки, изучения новых заклинаний и способностей, тренировки их использования.

3. Особое значение некоторых предметов – современный фетишизм уникальных «магических вещей», «оберегов», «артефактов» и т.д.

Компьютерные игры не берут эти концепты из ниоткуда, массовая культура ужю знает проявления этих идей, например, в культуре комиксов. Самым видным, хотя и весьма противоречивым религиоведом, обращающимся к данной теме, является Джеффри Крайпл. Читая и интерпретируя мистическую и эзотерическую литературу, те тексты со всего мира, которые как считали люди выражают фундаментальные, но обычно скрытые связи между божеством и человечеством, те книги где на протяжении столетий проводилась ставшая популярной у ньюэйджеров мысль о том, что все люди, по сути своей это боги в некой маскировке, Крайпл проводит параллели между этими текстами и американской поп-культурой комиксов, чему и посвящает книгу «Мутанты и Мистическое: научная фантастика, супергеройские комиксы и паранормальное»<sup>11</sup>.

Казалось бы, оказавшая значительное влияние на американское общество 70-х культура комиксов ушла в прошлое, но совершенно объективные показатели говорят об обратном. Серии комиксов про Супермена, Бэтмена, Железного человека и других героев стали основой для десятков фильмов – супергеройское кино является трендом последнего десятилетия. Так называемая киновселенная Марвел (издательства выпускающего комиксы про Тора, Халка, Железного человека и других супергероев) включающая более 20 фильмов имеет суммарные сборы в 11 миллиардов долларов, опережая две другие кинофраншизы, наполненные магической и мистической традицией: *Гарри Поттер* и, уже упомянутые, *Звездные войны*. Схожим образом складывается ситуация и по другую сторону океана, японская манга – традиционный комикс, отличающийся от западного аналога тем, что по преимуществу издавался в черно-белом варианте, рождает такое культурное явление как японское аниме.

---

<sup>11</sup> Krippl Jeffrey J. *Mutants and Mystics: Science Fiction, Superhero Comics, and the Paranormal*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2011.

В чем особенность фигур, которые занимают центральное место в поп-культуре, каков герой нашего времени? Молодые люди, протагонисты, стоящие в центре историй и аниме, и американских фильмов, будь то Гарри Поттер или многочисленные адаптации комиксов, получают в наследство или же случайно находят сверхъестественные силы, и по тем или иным причинам вынуждены использовать их, несмотря на то, что до этого вели размеренную жизнь подростка.

Кларк предполагает, что такая вера в чудо и сверхъестественную судьбу «может быть оптимистическим ответом, на вопрос о своей жизни, особенно с оглядкой на жизнь их родителей»<sup>12</sup>. Поколение подростков воспринимают этот вечный праздник молодости, который лежит в основе популярной культуры, тем самым выражая, что они не хотят расти в той жизни, которую воспринимают как бессмысленную рутину взрослого мира.

Следует отметить, что для среднего современного подростка, для успешной коммуникации в коллективе оказывается стратегически выгоднее знать и оперировать представлениями о магических способностях, мане, реинкарнации и других понятиях, включенных в основное содержание ньюджерских учений, чем знание символа веры или порядок следования заповедей в ветхом завете.

### **Религиозные элементы в популярной культуре Китая**

И если кино, комиксы, манга, аниме, компьютерные игры уже подвергались довольно подробному анализу различными авторами, нам хотелось бы попробовать добавить небольшой эскиз в упомянутое «лоскутное одеяло» исследований, и попытаться выступить с прогностической функцией – обозначить некоторые тренды, которые в ближайшее время возможно будут воспроизведены в популярной культуре. Ну и конечно обратиться к тем из них, которые непосредственно связаны с формированием определенной синкретической религиозно-мифологической картиной мира.

Китай, Япония, Южная Корея демонстрируют новый феномен в литературе – лайт-новеллы и веб-новеллы. Ранобе – рассказы, написанные простым языком, ориентированные на подростков, в Японии оказались в своеобразном треугольнике, окруженные мангой и аниме. Успешность франшизы обычно позволяет экранизировать или публиковать в графическом формате данные произведения. Интересной особенностью японских рассказов является огромное количество новелл с перерождением, в классическом

---

<sup>12</sup> Clark Lynn Schofield *From Angels to Aliens: Teenagers, the Media, and the Supernatural*. New York. Oxford University Press, 2003 P. 69

европейском фэнтези чаще имеет место перемещение в другие миры в своем теле. Мы видим, как традиционная для региона идея реинкарнации сплелась с фэнтези-мотивами, найдя почву в подростковых желаниях исправить ряд неверных действий прошлого и попасть в волшебные миры или же миры онлайн-игр, наполненные магией.

В Китае существует ряд сайтов для размещения веб-новелл, в частности Qidian, по сути площадок для написания фэнтези-книг. Обычно новая глава – крайне небольшая, две-три страницы, появляется каждый день или дважды в день. Самые известные из них печатаются в виде комиксов, по ним снимают анимационные сериалы и сериалы с живыми актерами, весь этот медиакомплекс имеет многомиллионную поддержку в Китае и популярность его растет на Западе. Хотелось бы отметить некоторые характерные отличия китайского фэнтези: культивирование Ци, жизненной энергии, существующей во всех вещах, является главной темой в романах данного жанра. Главный герой данных новелл обычно является последователем практики, называемой культивированием (修真). Этот термин обозначает даосскую концепцию, согласно которой люди могут продлить свою жизнь, практикуя набор боевых и мистических искусств, включающих медитацию и культивирование Ци. В отличии от героев подросткового мира Запада, которые внезапно обретают суперсилу после условного «укуса радиоактивного паука», в данном случае предлагается идеал долгого совершенствования, зачастую после перерождения с большим количеством степеней. В определенный момент все нечистоты покидают тело, и оно живет все дольше, пока не достигает стадии бессмертия.

Фантастика 70-80-х гг. 20 века дала нам такие нетрадиционные религиозные сообщества как *Раэлиты*, и печально известные последователи группы *Небесные врата*. Кинотрилогия *Матрица* породила целый ряд квазирелигиозных текстов, к примеру «Воин Матрицы», основанных на совмещении идей фильма с идеями К. Кастанеды. Можно предположить, что если в ближайшее время западный рынок популярной культуры ждет экспансия китайских фэнтези-фильмов и анимационных сериалов, то через некоторое время следует ожидать увеличения числа текстов, распространяющихся в рамках культовой среды, ориентированных на даосские практики достижения бессмертия путем внутренней алхимии, а также появления новых околодаосских религиозных групп.

## Заключение

Подводя итоги, можно сказать, что современная религиозная идентичность, в отличии от предшествующих эпох, формируется в рамках особой социокультурной ситуации, где все большую роль играет популярная

культура, наполненная религиозными смыслами, связями, и ссылками. Комиксы и основанные на них фильмы, японская манга и основанная на ней индустрия японской анимации, фантастика и фэнтези-литература, настольные игры, компьютерные и мобильные игры – все эти элементы современной западной популярной культуры наполнены религиозной и мифологической символикой. Усвоение с подросткового возраста данных образов, отсылок, представлений создает благодатную почву для формирования гетерогенной религиозной идентичности, способствует легкой адаптации и включению в культовую среду.

## REFERENCES

Belyaev O. D. Opyt ehmpiricheskogo issledovaniya geterodoksal'noj religioznosti v sovremennoj Rossii // Sociologicheskie issledovaniya, № 11, Noyabr' 2009. (In Russian)

Campbell C. The Cult, the Cultic Milieu and Secularization\\ A Sociological Yearbook of Religion in Britain 5 London: SCM Press, 1972.

Clark L. *From Angels to Aliens: Teenagers, the Media, and the Supernatural*. New York. Oxford University Press, 2003

Clark L. Why study popular culture? Or, how to build a case for your thesis in a religious studies or theology department // Between sacred and profane: Researching religion and popular culture, ed. Gordon Lynch. London: I. B. Tauris. 2007.

Hanegraaff W.J. *New Age religion and Western culture: esotericism in the mirror of secular thought*. New York. 1996.

Kriple Jeffrey J. *Mutants and Mystics: Science Fiction, Superhero Comics, and the Paranormal*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2011.

Lukman T. Dopolnenie k tret'emu nemeckomu izdaniyu «Nevidimoj religii» (v perevode Kostrova E., Zabaev I.) // Sociologicheskoe obozrenie. 2014. T. 13. № 1. (In Russian)

Newport J. *The New Age movement and the biblical worldview: conflict and dialogue*. William B. Eerdmans Publishing Company, 1997

Ryzhov YU.V. *Ignoto Deo: Novaya religioznost' v kul'ture i iskusstve*. M.: Smysl, 2006. (In Russian)

Shimazono S. Contemporary Religions and the Public Arena: Centring on the Situation in Japan. // The centrality of religion in social life: essays in honour of James A. Beckford. Eileen B. Burlington, VT: Ashgate, 2008.