

РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО ЗРЕЛИЩ КАК НАДСТРОЙКА ГОСУДАРСТВЕННОГО КАПИТАЛИЗМА

Владимир Иванович Ильин (ivi-2002@yandex.ru)

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия;
Социологический институт РАН — филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия

Цитирование: Ильин В.И. (2018) Российское общество зрелищ как надстройка государственного капитализма. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 21(5): 164–182. <https://doi.org/1031119/jssa.2018.21.5.9>

Аннотация. Карл Маркс определил социальную функцию религии как опиум народа. Государство, удовлетворяя спрос, ставит на поток производство опиума для народа, не только поддерживая традиционные конфессии, но и формируя гражданскую религию. Социальной оболочкой любой религии являются зрелищные ритуалы, репрезентирующие в форме видимости скрытую от глаз мощь сакрального. К. Маркс разработал две принципиально разные модели общественного развития: азиатский (государственный) способ производства и либеральный капитализм. Основной закон первого — возрастание мощи государства, второго — получение прибыли. С конца XIX в. эти противоположности, которые во времена К. Маркса казались непримиримыми, демонстрируют тренд к синтезу в форме государственного капитализма. В нем сугубо рыночная рациональность конкурирует с рациональностью государственного способа производства, стремящегося утвердить первенство политических принципов над экономическими. Одной из форм проявления логики государственного капитализма является организация зрелищ как институтов гражданской религии при опоре на логику капитализма: создание спроса в форме государственного заказа, рационализация сугубо политических решений в рыночных терминах. В то же время зрелища представляют собой товар, нередко претендующий на первенство по отношению к «хлебу». Целью статьи является концептуализация категории общества зрелищ как надстройки государственного капитализма с фокусом на специфику этого универсального процесса в условиях России.

Ключевые слова: видимость, гражданская религия, общество зрелищ, государственный капитализм, большой спорт, мегасобытия, парады, политика как зрелище, потребление.

Поэт-сатирик Ювенал (ок. 60 — ок. 127) сформулировал в стиле популизма принципы внутренней мягкой силы государства, актуальные и по сей день: Рим «о двух лишь вещах беспокойно мечтает: хлеба и зрелищ!» С хлебом все очевидно, но какую роль играют зрелища как товар массо-

вого потребления, предлагаемый государством? Это ключевой исследовательский вопрос статьи.

Зрелища занимают настолько видное место и в системе индивидуального потребления, и в структуре государственного бюджета России, что необходим дополнительный категориальный аппарат, позволяющий анализировать этот феномен. Одной из таких категорий может быть «общество зрелищ» как система социальных, политических и экономических отношений, выстраивающихся по поводу организации зрелищных ритуалов светской (гражданской) религии. В условиях государственного капитализма этот комплекс конфигурируется в соответствии с логикой регулируемого бюрократией рынка.

От опиума народа к опиуму для народа

К. Маркс, следуя за Л. Фейербахом, видел в религии удвоение материального мира и его отражение. Ее корни сугубо социальные. «Религия есть общая теория этого мира, <...> его моральная санкция, его торжественное восполнение, его всеобщее основание для утешения и оправдания. Религия — это вздох угнетенной твари, сердце бессердечного мира <...>. Религия есть опиум народа. <...> Религия есть лишь иллюзорное солнце» (Маркс 1955: 414–415).

Однако во времена К. Маркса слово «опиум» не имело однозначно негативного смысла, как в наше время. В Европе XIX в. опий — это не наркотик, а анестетик (обезболивающее средство) (Кураев 2016). Им успокаивали детей, в нем поэты искали вдохновение, а многие — просто грезы, уводящие от серых и тягостных будней. Социальное обезболивание может иметь разные формы. Одна из них — социальное обезболивание с помощью обретения высокого смысла в страдании. Само по себе отсутствие осознанного смысла жизни — мучительное состояние. Как констатировал В. Франкл, «в человеке заложено стремление к смыслу в качестве одной из базовых его потребностей. <...> Человеческое бытие всегда ориентировано вовне на нечто, что не является им самим, на что-то или кого-то: на смысл, который необходимо осуществить» (Франкл 1990: 39).

Универсальным социальным обезболивающим является религия. Как пишет диакон А. Кураев, во всех культурах общественная функция религии — «дать смысл существованию человека. <...> И человек так устроен, что он может вытерпеть любую боль, но только если он сможет ее оправдать. Вот это и есть психологическая задача религии — внести смысловое измерение во вселенную человека» (Кураев 2016).

Спрос людей на «опиум» как систему социальной навигации, придающей жизни обезболивающий смысл, порождает институциональное

предложение: государство и церковь, преследуя свои цели, ставят производство опиума для народа на поток. Придав высокий смысл существующему социальному порядку, религия оправдывает его и обеспечивает лояльность населения. Для этого используется не только союз государства и церкви, но и гражданская религия, наделяющая сакральным статусом институты государства и/или нацию.

Ее истоки уходят в историю Древнего Востока, где религия была надстройкой государственного («азиатского») способа производства. «Она санкционировала и освящала политическую власть, способствовала обожествлению правителя, превращению его в божественный символ, связующее единство данной общности» (Васильев 1983: 26). Светская религия, имея универсальный характер, принимает формы, адекватные любой эпохе и типу правления.

Осмысление светской (гражданской) религии, начавшееся в конце XVIII в. (Руссо 1998), принимает форму концепции современной гражданской религии в 1960-е годы после публикации работы Р. Беллы. Он утверждал, что американская гражданская религия обеспечивает политический процесс трансцендентной целью и содействует формированию единства и коллективной идентичности американцев (Bellah 1967). Гражданская или политическая религия, используя публичные ритуалы и коллективные церемонии, придает светским поведенческим актам религиозное измерение (Cristi 2001: 3). Если гражданская религия США привлекла большое количество исследователей (и не только в Америке) (см., например: Задорожнюк 2007), то этот феномен в других странах, в том числе в России, остается слабо изученным. Концепция гражданской религии обладает объяснительным потенциалом и применительно к марксистско-ленинской идеологии, советскому тоталитаризму и авторитаризму (Рыклин 2009). Идеальным гражданином в светской религии является герой, находящий самореализацию в жизни и смерти за Родину.

Обязательным элементом, если не ядром, религии являются зрелища: публичные ритуалы и величественные сооружения (официальные здания, дворцы, пирамиды, монументы). В сытом обществе зрелища дополняют хлеб, в голодном — частично его подменяют. Для человека, осознавшего высокий смысл своего существования, материальные невзгоды не столь мучительны. Сакральное (Бог, боги, государство, вождь, нация и т.п.) — это сущность, являющаяся в разных формах, в том числе в виде зрелищных ритуалов. Как отмечал Э. Дюркгейм, в коллективно исполняемых ритуалах воспроизводится социальная солидарность (Дюркгейм 2018). В гражданской религии она является репрезентацией сакрального коллектива (нации или ее части). «Мы» — это коллективные практики участия

в зрелище, в котором выражается скрытая духовная сущность: «Мы» как коллективная идентичность.

Религиозные ритуалы нередко становятся самодостаточными: поклонение сакральным символам (иконам, знаменам, портретами, могилам, пирамидам, храмам и т.д.) может оттеснить на задний план репрезентируемую в них священную сущность. Говоря языком Ж. Бодрийяра, они превращаются в симулякры. И тогда, по его словам, «из смерти Бога возникают религии» (Бодрийяр 2015: 49), понимаемые как системы ритуалов. Сакральные зрелища, формируя социальную солидарность, удовлетворяют базовую потребность в принадлежности к коллективу.

Объективация видимости

Красной нитью через классический марксизм проходит проблема соотношения видимости (иллюзии) и реальности в сфере политики, экономики и религии. В предметном указателе к собранию сочинений К. Маркса и Ф. Энгельса эта категория и ее синонимы занимают две страницы (Маркс, Энгельс 1978: 91–93). Однако у К. Маркса уже есть элементы подхода, ставшего популярным в XX в. — идеальные конструкты имеют вполне материальные последствия: «Теория становится материальной силой, как только она овладевает массами» (Маркс 1955: 422).

Активная роль сознания в преобразовании реальности вышла на первый план в ленинизме как русской версии марксизма. В. Ленин писал: «Учение Маркса всеильно, потому что оно верно» (Ленин 1974: 43). Потом эту же силу в преобразовании мира он и его последователи придавали ленинизму. Однако история показывает, что любая, даже самая абсурдная идея, овладевая массами и правящими элитами, превращается в материальную силу.

Теорема Томаса гласит: «Ситуации, определенные людьми как реальные, реальны по своим последствиям». Бредовое определение, ставшее убеждением, обладает тем же социальным потенциалом, что и истинное. Ментальная карта в голове отдельного индивида или в сознании масс представляет собой систему навигации, в соответствии с которой выстраиваются конфигурации практик. Духовное производство религии как социального института не менее материально, чем производство машин. Вера в мудрость лидера и несокрушимость своего государства объективируется в практиках лояльности.

Как писал Ги Дебор, идеологические факторы всегда были не только простыми химерами, они оказывали деформирующее воздействие на реальность. Идеология материализуется в форме спектакля (Дебор 2000: 71).

Отношения между знаком и означаемым имеет форму континуума: на одном полюсе — отпечаток реальности (например, фотография), а на другом — репрезентация объекта, которого либо нет, либо его доказанная реальность ограничена верой в него определенного круга людей. Именно второй вариант оказался в центре внимания постмодернистов (особенно Ж. Бодрийяра; см.: Бодрийяр 2015). Видимость приобретает самостоятельную ценность, инвестиции в которую оказываются вполне рациональными. Бодрийяр утверждает, что эпоха постмодерна — эпоха тотальной симуляции.

Иллюзия, овладевшая правящей элитой, часто превращается в гигантские материальные результаты: стройки, массовые ритуалы, реконфигурацию международных отношений и т.д. Конструирование видимости является эффективной технологией преобразования реальности. Это было интуитивно осознано уже в древнем мире, а в наше время превратилось в тщательно проработанные научные концепции пиара, рекламы, пропаганды, религиозных ритуалов и миссионерства.

Капитализм либеральный и государственный

Классический (либеральный) капитализм, ставший предметом исследований К. Маркса, — это способ производства, базис которого составляют частная собственность на средства производства, рынок труда и капиталов, а основным движущим мотивом является погоня за прибылью. В своей зрелой фазе он принимает форму потребительского капитализма, в котором ключевым источником прибыли становится эксплуатация потребителей через манипуляцию их потребностями.

Государственный капитализм — это совершенно иной капитализм. Это способ производства, в котором динамика рынка обеспечивается государством: его политикой, создаваемым им спросом и предложением, регулированием рыночных отношений в соответствии с его интересами, артикулируемыми бюрократией. Одно из направлений борьбы государства за укрепление своей мощи — создание видимости его мощи, устрашающей врагов и усиливающей лояльность граждан. Это требует огромных затрат.

Их смысл противоречив. Попытки их обоснования в экономических терминах сомнительны. В таких проектах логика капитализма уступает место логике бюрократии.

В то же время есть группы класса собственников, извлекающие выгоды из самых безумных сугубо политических проектов (например, войн, военной экспансии, конгрессов, форумов и т.д.). Те бизнесмены, которые подключились к этим проектам в качестве поставщиков и подрядчиков, оказываются в выгодной рыночной ситуации. Логика рационального

зерна экономически иррациональных проектов представлена в скандальном докладе Сбербанка «Russian Oil and Gas» (Sberbank CIB 2018), подготовленном аналитиком Алексом Фэком. В нем показано, что дорогие проекты в этой отрасли, не будучи сами по себе достаточно экономически оправданными, с точки зрения интересов акционеров, основным из которых является государство, очень выгодны частным подрядчикам, реализующим их. Иначе говоря, строительство современной Вавилонской башни может оказаться чрезвычайно выгодным проектом для бизнеса, приобретшего статус государственного подрядчика. Сама по себе любая религия не имеет прямого отношения к экономике, но этот вывод не касается подрядчика, строящего храм.

Экономика впечатлений и экономика пирамид

На зрелом этапе развития потребительского капитализма происходит трансформация сути товаров и услуг: в структуре их стоимости наблюдается сдвиг от их способности удовлетворять базовые потребности к производству впечатлений (Пайн, Гилмор 2018). Как отмечал Ги Дебор, продолжая тезис К. Маркса о религии как опиуме, «спектакль — это перманентная опиумная война, ведущаяся с целью добиться принятия тождества благ с товарами» (Дебор 2000).

Продажа впечатлений от потребления товаров и услуг выступает очень важным источником прибыли частного бизнеса. Стремление упаковывать товары и услуги в оболочку впечатлений позволяет существенно увеличить норму прибыли. Таким образом, движущей силой экономики впечатлений является частный бизнес, стремящийся использовать новые источники получения прибыли.

Государство также стремится производить впечатления, однако приоритетными представляются политические интересы, а экономические — второстепенными, а порой они вообще не распознаются. Логика государственного капитализма порождает феномен, который можно назвать экономикой пирамид. Целью являет производство впечатлений, однако не во имя извлечения прибыли. Видимость экономики впечатлений и экономики пирамид схожа, однако суть принципиально различна. Если в одном случае впечатления продаются ради извлечения дохода, то в другом — ради усиления роста лояльности своих граждан и оказания благоприятного впечатления на внешнюю публику. Государство, говоря словами Ги Дебора, расщепляется на реальность и видимость, принимающую форму спектакля процветания.

Гражданин-потребитель, созерцающий величественное зрелище, может идентифицировать себя с государством, испытывая гордость и целый

комплекс сопутствующих удовольствий. В таких ситуациях зрелища компенсируют дефицит «хлеба». Кроме того, может срабатывать механизм индивидуализации своей социальной неудачи («это мне не везет», «это я не смог»), сочетающийся с социализацией успеха, даже если он всего лишь зрелище.

Государственный капитализм не чужд рационализации, понимаемой в терминах фрейдизма: экономически иррациональное пытаются обосновывать в рациональных терминах, объясняющих выгодность «пирамид». При этом ссылаются на ожидание роста туризма и инвестиционной привлекательности страны и т.д.

Основные направления развития российского общества зрелищ

Большой спорт имеет косвенное и не поддающееся точному описанию отношение к здоровью нации и экономике. Большой спорт — это бизнес, однако его логика туманна, а бухгалтерия таинственна. Даже самые успешные российские клубы в самых зрелищных видах спорта (например, футбол и хоккей), потрясая публику своими расходами, скромно умалчивают о доходах. Если футбольный клуб «Зенит» — рациональное с точки зрения бизнеса предприятие, то зачем ему «Газпром»? Аналогично встает и другой вопрос: зачем монополисту «Газпрому» спонсировать «Зенит»? Поскольку первый является государственной корпорацией, то эти расходы косвенно ложатся на граждан в виде цен на газ, недополученные государством налоги и т.п.

Гораздо очевиднее роль большого спорта в конструировании гражданской идентичности. Зритель, наблюдая спортивное зрелище, невольно идентифицирует себя с атлетом: это мы защищаем ворота, это мы забили гол, это мы нанесли поражение им. Здесь прослеживается логика брендинга страны, региона, клуба. Масса болельщиков идентифицирует себя со своей командой, болезненно переживает ее победы и поражения. В футбольном фанатизме идентификация выходит на грань психической нормальности: защищая «честь команды», болельщики вступают в столкновения, чреватые потерей и здоровья, и свободы.

Большой спорт — это разнообразность шоу-бизнеса, но финансируемая преимущественно из государственного бюджета или зависимыми от государства корпорациями. Он представляет собой глобальную игру, в которой профессиональные спортсмены репрезентируют свои страны в спортивных состязаниях, имитирующих большую политику. В большом спорте национальные амбиции удовлетворяются в формах, мирных и понятных самым аполитичным слоям граждан. Неудивительно, что многие

государства придают ему очень большое значение. И чем больше лидеры государств говорят о том, что спорт вне политики, тем очевиднее его смысл как политики в специфической форме.

В 2017 г. на финансирование физкультуры и спорта в федеральном бюджете было предусмотрено 90,1 млрд руб. Из них на массовый спорт — 5,19 %, на физическую культуру — 4,06 %, на спорт высших достижений — 89,58 %, на прикладные исследования — 0,28 %, на прочие расходы в области физкультуры и спорта — 0,88 %. Надо иметь в виду, что спорт высоких достижений финансируется из федерального бюджета, а физкультура и массовый спорт — из региональных и муниципальных бюджетов (Финагенова 2017). Последние тоже обременены расходами на содержание местных команд. Другой источник финансирования профессионального спорта — крупные компании, в первую очередь с государственным участием. В футбольную премьер-лигу в 2011 г. областные бюджеты и госкомпании вложили около 800 млн евро, в сезоне 2012/13 — не менее 1 млрд евро. Огромные средства на финансирование большого спорта тратят государственные компании. Так, с 2005 г. спонсором футбольного клуба «Зенит» является «Газпром». В 2013/14 г. бюджет клуба составил 300 млн долл. (Волкова, Нетреба 2015).

Большой спорт выступает в качестве одного из ключевых институтов гражданской религии, а его звезды выполняют функции ее священнослужителей. Самые яркие из них становятся сакральными фигурами. Огромные доходы звезд даже в небогатых странах воспринимаются болельщиками с пониманием, не меньшим, чем затраты в былые эпохи на жертвоприношения богам.

Спортивные сооружения как храмы гражданской религии. Гигантские арены, которые все активнее возникают и в региональных центрах, судя по структуре их площадей, представляют собой в первую очередь пространство для созерцания зрелищ и лишь во вторую — для занятия спортом. Трибуны занимают существенную, а то и основную часть пространства. Судя по структуре возводимых спортивных сооружений, потребность населения в спортивных зрелищах рассматривается государством в качестве первоочередной.

Их экономическая эффективность сомнительна. Арены заполняются лишь изредка при проведении самых важных матчей с участием звезд. Кроме того, многие виды спорта почти не собирают болельщиков на своих состязаниях. Расходы на строительство «Зенит-арены», которое велось с 2007 г., в конечном счете составили, по оценке правительства Санкт-Петербурга, 43 млрд руб. После этого стадион был сдан в аренду клубу «Зенит» за 1 рубль на 49 лет.

Расходы на большой спорт — это статья в бюджете, предполагающая определение приоритетов. Например, возведение полноценного отдельно стоящего детского сада в Санкт-Петербурге обходится инвестору в 250 млн руб., школы на 825 мест и более — от 1 млрд (Школы и детские сады в Петербурге как роскошь). Таким образом, вместо «Зенит-арены» в Санкт-Петербурге, страдающем от недостаточного развития социальной инфраструктуры, можно было возвести примерно 43 большие школы или 172 детских садика. Однако если интерпретировать спортивные арены в качестве храмов гражданской религии, то разговоры об их экономической эффективности звучат кощунственно.

Спортивные мегасобытия — это спортивные зрелища, которые благодаря современным медиа приобретают характер глобальных представлений. Наиболее значимым являются летние Олимпийские игры, однако в определенной мере с ними конкурируют чемпионаты мира по футболу. Феномен спортивных мегасобытий сложился к 1980-м годам благодаря развитию международного туризма и спутникового телевидения. Наиболее часто используемые критерии определения мегасобытий — это количество участников и представительство стран, численность зрителей и освещение в СМИ (Пасынкова 2013: 59). Здесь глобальная политика принимает форму спортивных состязаний за место в глобальном рейтинге. Эта борьба зрелищна и понятна даже для самых аполитичных масс. Кроме того, достичь статуса великой спортивной державы проще, чем великой экономической.

Проводимые на своей территории чемпионаты по зрелищным видам спорта, Олимпиады позволяют продемонстрировать стране и миру способность государства к реализации масштабных проектов, обеспечению проведения организационно сложных мероприятий. Именно в таких терминах лидеры государства подводят итоги таких мегасобытий. Даже само по себе право провести на своей территории мегасобытие, независимо от результатов национальной команды, рассматривается как признание высокого статуса государства в мировой иерархии.

Благодаря телевидению мегасобытия превращаются в глобальное зрелище. Только церемонию открытия Олимпийских игр в Сочи в 2014 г. смотрели около 33 % населения России, или 22,4 млн чел. Доля аудитории составила около 70 % телезрителей. По другим данным, ее смотрели 70 млн чел., то есть более половины населения страны старше десяти лет. Вечерние блоки олимпийских трансляций достигали охвата в 45 млн российских телезрителей (Корытов 2018). Всего же Олимпиаду посмотрели более 63 млн россиян старше четырех лет. Оргкомитет Олимпиады оценил мировую аудиторию трансляции открытия игр в 3 млрд чел. (Телевизи-

онные рекорды...). Не меньше была аудитория и чемпионата мира по футболу в 2018 г., проведенному в России. 60 % населения посмотрели хотя бы час соревнований, а хотя бы на минуту любой из трансляций попали более 80 % населения (Итоги чемпионата мира по футболу FIFA 2018). Такие коллективные просмотры формируют чувство национальной солидарности, а в случаях успеха своих спортсменов оно дополняется и всплеском патриотической гордости.

Решения о проведении спортивных мегасобытий принимает высшая бюрократия, обосновывая это интересами страны. Однако ее жители могут иметь иные представления об иерархии интересов. По данным опроса, проведенного сайтом Superjob.ru 28–29 мая 2010 г., 52 % из 1800 опрошенных россиян наиболее актуальным проектом, соответствующим долгосрочным интересам России, назвали строительство одного миллиона детских садов (25–30 млрд долл.), 16 % — создание «российского Гарварда», 12 % — продление аренды базы Черноморского флота в Севастополе. И только 7 % респондентов выбрали Олимпиаду в Сочи («мировой престиж превыше внутренних проблем», что тогда оптимистично оценивалось примерно в 20 млрд долл.). Затруднились с ответом 13 % опрошенных (Детсады важнее Олимпиады).

Спортивные мегасобытия — эффективный инструмент национального строительства, конструирования национальной идентичности участников и зрителей (Nauright, Parrish 2012: 88–89). Однако их экономическая целесообразность убедительно не доказывается. Только половина Олимпийских игр, проведенных с 1972 г., оказалась прибыльной (Flyvbjerg, Stewart 2012; Корагина и Варнаев 2013: 194). При этом подсчет дохода часто вызывает большие сомнения в силу сложности выделения фактора именно игр, порядка учета расходов на инфраструктуру (Нуреев и Маркин 2014).

В последний период, который отмечен серьезными кризисными процессами в экономике, Россия подготовила и организовала несколько спортивных мегасобытий: Универсиаду (2013), Олимпиаду в Сочи (2014) и чемпионат мира по футболу (2018). Было проведено и большое количество менее значимых с точки зрения зрелищности международных чемпионатов. Такие события, видимо, способствуют росту патриотических настроений. В 2007 г., когда Сочи был выбран в качестве столицы зимней Олимпиады, чиновники обещали потратить на подготовку к ней всего 12 млрд долл., однако в 2013 г. вице-премьер России Дмитрий Козак сообщил, что расходы на подготовку и проведение Олимпиады достигли уже 1,5 трлн руб. (более 45 млрд долл.). Это самая дорогая Олимпиада в истории. Если доказуемый экономический эффект мегасобытий для

экономики в целом и для государственного бюджета почти всегда вызывает сомнения, то он очевиден для фирм, обеспечивающих подготовку и проведение таких событий.

Подготовка спортивных мегасобытий представляет собой очень благодатную ситуацию для коррупции и экономических преступлений: гигантские масштабы строительства осуществляются в условиях жесткого графика, нарушение которого чревато огромными имиджевыми потерями для государства. В этих условиях выход за пределы изначальных смет неизбежен. Неудивительно, что Олимпиада в Сочи ознаменовалась целой чередой злоупотреблений, часть из которых была квалифицирована в терминах уголовного права (Корагина и Варнаев 2013: 198–199; Соколов 2012). Счетная палата обвиняла «Олимпстрой» в необоснованном увеличении сметной стоимости объектов (МОК: прибыль от Игр...).

Неспортивные зрелищные события (форумы, фестивали, выставки и т.п.) по масштабам своего влияния на имидж страны сравнивать со спортивными мегасобытиями сложно. Они направлены на улучшение имиджа страны в элитных кругах других стран, что, как предполагается, может иметь экономический и политический эффект. Для широкой публики такие мегасобытия заметного интереса как зрелища не представляют. Однако они привлекают большое количество журналистов, от которых ожидается создание мощной информационной волны. Это зрелище для специальной целевой аудитории.

Массовые мероприятия становятся в России все более и более масштабными и частыми. Поводом для них являются самые разные праздники. Все города и даже районы проводят их ежегодно, увеличивая масштаб в юбилейные даты, случающиеся каждые 5–10 лет. Их проведение требует больших издержек региональных бюджетов. При этом обосновать их экономическую целесообразность крайне сложно, если вообще возможно, исключая туристические центры, где они превращаются в продукты событийного туризма. Однако несомненный эффект проявляется в конструировании локальной коллективной идентичности участников и формировании позитивного настроения.

Масштабным массовым мероприятием, возникшим снизу, но получившим поддержку государства, стало шествие «Бессмертный полк». Благодаря телевидению наблюдающая его аудитория приобретает гигантские размеры: в 2016 г. трансляцию посмотрели 5 млн чел., в 2017 г. — 5,1 млн (Более 15 миллионов россиян посмотрели трансляцию Парада Победы). Это «крестный ход» гражданской религии.

Военные парады — традиционный инструмент сплочения нации вокруг государства. Уже в самых примитивных обществах популярны были

ритуалы, участники которых под гром барабанов, размахивая копьями, прогоняли свой страх и устрасали врагов. С тех пор изменились лишь масштабы и формы, функция осталась неизменной.

В этом зрелище никто и не пытается увидеть экономический смысл. Его целью является сплочение нации, подъем уровня ее самооценки. Военный парад в Москве 7 ноября 1941 г., проведенный в самое неподходящее для праздника время, — яркое свидетельство функции парада. В наше время этот парад актуализирован в форме исторической реконструкции, проводимой 7 ноября.

Главный парад в постсоветской России — парад Победы, проводимый каждый год 9 мая во многих городах страны. Самым крупным после 1991 г. был парад 2014 г., когда в условиях резкого обострения международной обстановки и начала экономического кризиса он стал демонстрацией силы современной России. В Москве в нем участвовали около 150 единиц наземной техники, 69 самолетов и вертолетов. В целом парады прошли в 24 городах страны. В следующем году парад был еще масштабнее (Цена парада). В эпоху телевидения аудитория таких зрелищ стала гигантской. Потенциально она включает почти весь мир, имеющий доступ к телевидению. Однако чужие парады смотрят только военные эксперты. Иная целевая аудитория — собственные граждане. Благодаря телевидению количество зрителей возрастает многократно: в 2016 г. парад посмотрели 12,9 млн российских телезрителей, в 2017 г. — 15,1 млн (Более 15 млн). Организация парадов создает спрос на услуги фирм, обеспечивающих транспортировку участников, разгон облаков, ремонт дорог и т.д. В 2015 г. сумма только тендеров, объявленных для подготовки мероприятий на Красной площади по случаю Дня победы, составила 810 млн руб., в 2016 г. — 295,7 млн руб. (Цена парада). Сам парад, будучи экономически иррациональным, оказывается выгодным мероприятием для подрядчиков. Кроме этих расходов, огромные суммы тратит Министерство обороны, не выходя на рынок.

Однако эффективность ритуалов гражданской религии, как ожидается организаторами парадов, не поддается оценке в экономических терминах. Вопросы о смысле таких затрат в условиях, когда не хватает денег на многие социальные нужды, воспринимаются как провокационные и кощунственные не только властью, но и широкими слоями публики. К этой же категории относится вопрос «А не лучше ли эти средства потратить на помощь ветеранам?»

Военные учения изначально имели сугубо прикладные задачи. В эпоху современного телевидения они превратились в масштабные зрелища, демонстрируемые на весь мир, но потребляемые в основном внутри страны.

Учения «Восток» в сентябре 2018 г. стали самыми крупными маневрами с 1981 г. В них приняли участие около 300 тыс. военнослужащих, более тысячи самолетов, вертолетов и беспилотных летательных аппаратов, до 36 тыс. танков, бронетранспортеров и других машин, до 80 кораблей и судов обеспечения (Военные маневры «Восток-2018»). Они широко освещались в российских и иностранных СМИ. Yandex по соответствующему запросу предлагает 1 млн видео. Непосредственно на маневрах присутствовали наблюдатели из 57 стран.

Публичные здания всегда играли роль символических ресурсов, демонстрирующих тем, кто их созерцает, мощь государства. Исторические здания подчеркивают имперские корни, что должно производить особое впечатление и на своих граждан, и на гостей. Современные масштабные публичные здания подчеркивают, что мощь государства не осталась в прошлом, а является феноменом и наших дней. Главный эффект таких сооружений — морально-политический. Однако в столицах такие здания становятся туристическими достопримечательностями, приобретая таким образом и экономический смысл. Кроме того, их возведение — это часто очень выгодные государственные контракты.

Инфраструктура обеспечения мегасобытий (дороги, развязки, мосты, гостиницы и т.д.) — побочный результат мегасобытий или иногда геополитических событий (например, строительство Крымского моста). Такая инфраструктура также является объектом созерцания и местными жителями, и туристами — отечественными и иностранными, влияя на формировании имиджа успешного государства. Скептики сомневаются в рациональности логики выстраивания приоритетов исходя не из экономической или социальной целесообразности, а из необходимости обеспечения инфраструктуры зрелищ. Но оптимисты отвечают, что без мегасобытия этой инфраструктуры тут не было бы. Вопрос о том, можно ли было построить аэропорт или хорошую дорогу исходя из логики развития конкретного города, рискует оказаться в категории кошунственных.

Политика как зрелище. В информационном обществе геополитика усилиями СМИ превращается в зрелищный спектакль. Неважно, было событие или не было, как неважно и то, что действительно происходило. Реальна лишь медийная картинка, вытесняющая реальность. Рассказ о событии оказывается важнее самого события (Бодрийяр 2016). Телевизионная картинка открыта для редактирования, что позволяет геополитическое поражение превращать в спектакль триумфа. Событие, оказавшееся достойным медийного внимания, благодаря телевидению и Интернету становится зрелищем, собирающим многомиллионную аудиторию.

Нередко политические зрелища приобретают явно выраженные черты ритуала гражданской религии. К этой категории можно отнести регулярно проводимые прямые линии общения президента РФ и народа. В.В. Путин в прямом эфире не только получает жалобы с мест, но часто тут же или с небольшой отсрочкой творит чудеса, решая проблемы, которые только что были непреодолимыми.

Зрелище геополитического успеха на экранах телевизоров — современная разновидность традиционной технологии использования малой военной победы для переключения внимания общества с внутренних проблем на фейерверки по случаю триумфа. В 2008 г. разгром грузинской армии вывел экономический кризис и его социальные последствия на периферию внимания россиян. «Затокрымнаш!» — формула эффективного преодоления социальных издержек экономического кризиса, начавшегося в 2014 г.

Художественная культура

Художник — это тот, кто признан таковым двумя основными институтами: рынком и/или государством. Соотношение их в разных странах различно. Голливуд не нуждается в финансовой поддержке американского государства, целиком завися от мирового рынка кинопроката, российское же искусство, ограниченное национальным рынком (особенно производство кино- и телефильмов, спектаклей), без государственной поддержки обойтись не может. Именно государство на этом рынке — ключевой субъект, формирующий спрос. Платя, чиновники от имени государства заказывают и музыку. Эта логика формирования государственного заказа в той или иной мере превращает зрелищные жанры искусства в инструмент формирования гражданской религии посредством трансформации истории в исторические мифы и легенды в художественной упаковке.

Выводы

Государство с древних времен стремится превратить религию — традиционную или светскую (гражданскую) — из опиума народа в опиум для народа. Это не только позволяет переключить внимание населения с раздражающих проблем повседневной жизни на «возвышенные» и «идеальные» цели, но и через ритуал массовых зрелищ обеспечивает конструирование национальной и региональной идентичности, главной скрепой которой является государство. В этой политике удовлетворения потребности населения в зрелищах как дополнении к хлебу, а в критических ситуациях и вместо него, прослеживается логика государственного («азиатского») способа производства, цель которого — рост мощи государства.

В современной России логика капитализма с переменным успехом загоняется в русло целей государства, формулируемых бюрократией. Одно из проявлений этого процесса — подчинение экономической рациональности политическим интересам путем смещения существенных ресурсных потоков, государственных и частных капиталов на организацию зрелищ и обеспечению их инфраструктуры. На этой основе формируется общество зрелищ как комплекс социальных отношений, вытекающих из логики мягкой внутренней силы, основными рычагами которой становятся хлеб и зрелища. В последних коммерческая рациональность отодвигается на задний план ценностями гражданской религии, превращаемыми фирмами-подрядчиками в рыночный ресурс.

Выражение благодарности

Исследование поддержано грантом РФФИ «Модели кризисной трансформации практик потребления и его оптимизации в современной России» (№ 16-06-00572).

Литература

- Белла Р. Н. (2014) Гражданская религия в Америке. *Вестник Русской христианской гуманитарной академии*, 15 (3): 162–182.
- Бодрийяр Ж. (2016) *Дух терроризма. Войны в заливе не было*. М.: РИПОЛ классик.
- Бодрийяр Ж. (2015) *Симулякры и симуляции*. М.: Издательский дом «Постум».
- Васильев Л.С. (1983) *История религий Востока (религиозно-культурные традиции и общество)*. М.: Высшая школа.
- Дебор Г. (2000) *Общество спектакля*. М.: Логос.
- Дюркгейм Э. (2018) *Элементарные формы религиозной жизни: тотемическая система в Австралии*. М.: Дело.
- Задорожнюк И.Е. (2007) *Гражданская религия в США, или «вера в Америку»: социальные функции, история и современность*. М.: Изд-во СГУ.
- Корагина Е., Варнаев А. (2013) Олимпийские игры как инструмент формирования имиджа страны. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 16(5): 189–202.
- Ленин В.И. (1973) Три источника и три составные части марксизма. *Ленин В.И. Полн. собр. соч.* Т. 23. М.: Политиздат: 43–48.
- Маркс К. (1955) К критике гегелевской философии права, 1844. *Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения*. Т. I. М.: Изд-во полит. лит.-ры: 219–368.
- Маркс К. и Ф. Энгельс (1978) *Сочинения. Предметный указатель*. Ч. 1. А–М. М.: Изд-во политической литературы.
- Нуреев Р.М., Е.В. Маркин (2014) *Экономика Олимпийских игр*. М.: Норма.

Пайн Дж.Б. II, Дж. Х. Гилмор (2018) *Экономика впечатлений. Как превратить попкупу в захватывающее зрелище*. М.: Альпина паблишер.

Пасынкова В. (2013) Олимпийские игры в процессе глобальной спортизации: сравнительный анализ мегасобытий. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 16. (5): 54–70.

Руссо Ж. Ж. (1998) *Об общественном договоре. Трактаты*. М.: КАНОН-пресс; Кучково поле.

Рыклин М.К. (2009) *Коммунизм как религия: интеллектуалы и Октябрьская революция*. М.: Новое литературное обозрение.

Финагенова О.Б. (2017) Анализ структуры и динамики расходов РФ на финансирование спорта. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*: 153–157. [<https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-struktury-i-dinamiki-rashodov-rf-na-finansirovanie-sporta>] (дата обращения: 1.11.2018).

Франкл В. (1990) *Человек в поисках смысла*. М.: Прогресс.

Ювенал. *Сатиры* [http://lib.ru/POEEAST/UVENAL/uvenal1_1.txt] (дата обращения: 9.11.2018).

Bellah R.N. (1967) Civil Religion in America. *Journal of the American Academy of Arts and Sciences, from the issue entitled, "Religion in America"*, 96 (1): 1–21. [http://www.robertbellah.com/articles_5.htm]. (дата обращения: 22.10.2018).

Cristi M. (2001) *From Civil to Political Religion. The Intersection of Culture, Religion and Politics*. Waterloo, Ont.: Wilfrid Laurier University Press.

Flyvbjerg B., Stewart A. (2012) *Olympic Proportions: Cost and Cost Overrun at the Olympics. 1960–2012. Working Paper*. Oxford: Said Business School of University of Oxford, 2012.

Nauright J., Parrish C. (2012) *Sport around the World. History, Culture, and Practice*. Santa Barbara et al.: ABC–CLIO, 2012.

Sberbank CIB (2018) Russian Oil and Gas. Tickling Giants. *Investment Research*. May. [http://finmaker.pro/wp-content/uploads/2018/05/Russian_Oil_and_Gas.pdf] (дата обращения: 5.10.2018).

Источники

Волкова О., Нетреба П. (2015) Госкомпаниям запретят финансировать из бюджетов попкупу спортивных звезд. *РБК*. 30.06.2015. [<https://www.rbc.ru/economics/30/06/2015/5592701f9a79472ec714bc2a>] (дата обращения: 1.11.2018).

Корытов С. (2018) *Олимпийские ТВ-анилаги* [<https://www.championat.com/business/article-3230493-sochi-2014-telerejting-promezhutochnye-itogi.html>] (дата обращения: 5.11.2018).

Кураев А. (2016) Опиум народа и Ошибка переводчика. *Живой журнал*. 27.09.2016. [<https://diak-kuraev.livejournal.com/1336554.html>] (дата обращения: 5.09.2018).

МОК: прибыль от Игр в Сочи составила 53 млн долларов. *BBC*. 27.02.2015.

Военные маневры «Восток 2018». *Кремль.ру* [<http://www.kremlin.ru/events/president/news/58548>] (дата обращения: 7.11.2018).

Цена парада: во сколько обошлось празднование 9 Мая в Москве. *РБК*. 9.05.2016. [<https://www.rbc.ru/politics/09/05/2016/5730d2519a79477f4352be2a>] (дата обращения: 20.09.2018).

Более 15 миллионов россиян посмотрели трансляцию Парада Победы // РИА Новости. 12.05.2017 [<https://ria.ru/20170512/1494184023.html>] (дата обращения: 20.09.2018).

Соколов А. (2012) *Затраты на Олимпиаду в Сочи — рекордные за всю историю Олимпийских игр* [http://igpr.ru/articles/zatraty_na_olimpiadu_v_sochi] (дата обращения: 33.10.2018).

Телевизионные рекорды Сочинской Олимпиады. *mediaprofi.org* 26.02.2018 [<http://mediaprofi.org/media-info/news/item/1541-recordyy>] (дата обращения: 5.11.2018).

Школы и детские сады в Петербурге как роскошь. *Фонтанка.ру*. 4.04.2017. [<https://www.fontanka.ru/2017/03/30/130/>] (дата обращения: 7.11.2018).

Итоги чемпионата мира по футболу FIFA 2018. *Mediascope*. [<http://mediascope.net/press/news/830162/>] (дата обращения: 5.11.2018).

Детсады важнее Олимпиады. *Superjob.ru*. 4.06.2010/<https://www.superjob.ru/community/life/46361/?next=15>

RUSSIAN SOCIETY OF THE SPECTACLE AS A SUPER-STRUCTURE OF THE STATE CAPITALISM

Vladimir Ilyin (ivi-2002@yandex.ru)

Saint Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
Sociological Institute of the Russian Academy of Sciences —
Branch of the Federal Center of Theoretical
and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences,
St. Petersburg, Russia

Citation: Ilyin V.I. (2018) Rossiyskoye obshchestvo zrelishch kak nadstroyka gosudarstvennogo kapitalizma [Russian society of the spectacle as a super-structure of the state capitalism]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 21(5): 164–182 (in Russian).
<https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.5.9>

Abstract. K. Marx captured the social essence of religion as the opium of the people. The state, meeting the demand, puts on the line of opium production for the people. It not only supports traditional denominations, but also forms a civil religion. Social shell of

any religion are spectacular rituals, representing in the form of sight hidden from the power of the sacred. K. Marx developed two fundamentally different models of social development: the Asian (state) method of production and liberal capitalism. The basic law of the first is the increase in the power of the state, the capitalism — a rise of profit. Since the end of the XIX century, these opposites, which at the time of Marx seemed irreconcilable, demonstrate a trend towards synthesis in the form of state capitalism. Purely market rationality competes with the rationality of the state mode of production, which seeks to assert the primacy of political principles over economic ones. Particular form of manifestation of the state capitalism logic is the organization of mass show as institutions of civil religion based on the logic of capitalism: the creation of the market demand in the form of state order and the rationalization of purely political decisions in market terms. At the same time, the mass entertainment is a consumer product, often claiming primacy in relation to 'bread'. The aim of this article is to conceptualize the category of spectacle society as a superstructure of state capitalism with a focus on the specifics of this universal phenomenon in modern Russia.

Keywords: visibility, civil religion, spectacle society, state capitalism, big sports, mega-events, parades, politics as a spectacle, consumption.

Acknowledgements

The article was prepared with the support of the RFBR grant No. 16-06-00572 «Models of crisis transformation of consumption practices and its optimization in modern Russia».

References

- Baudrillard J. (2016) *Duh terrorizma. Vojny v zalive ne bylo* [Spirit of Terrorism. The Gulf War Did Not Take Place]. Moscow: RIPOL klassik (in Russian).
- Baudrillard J. (2015) *Simulyakry i simulyacii [Simulacra and Simulation]*. Moscow: Izdatel'skij dom Postum (in Russian).
- Bella R.N. (2014) *Grazhdanskaya religiya v Amerike* [Civic religion in America]. *Vestnik Russkoj hristianskoj gumanitarnoj akademii*. [Bulletin of the Russian Christian humanitarian Academy], 15(3): 162–182 (in Russian).
- Bellah R.N. (1967) Civil Religion in America. *Journal of the American Academy of Arts and Sciences, from the issue entitled, "Religion in America"*, 96 (1): 1–21. [http://www.robertbellah.com/articles_5.htm] (accessed: 22.10.2018).
- Cristi M. (2001) *From Civil to Political Religion. The Intersection of Culture, Religion and Politics*. Waterloo, Ont.: Wilfrid Laurier University Press.
- Debord G. (2000) *Obshchestvo spektaklya* [The Society of the Spectacle]. Moscow: Logos (in Russian).
- Durkheim E. (2018) *Elementarnye formy religioznoj zhizni: totemicheskaya sistema v Avstralii* [The Elementary Forms of Religious Life]. Moscow: Delo (in Russian).
- Iuvenalis. *Satiry* [http://lib.ru/POEEAST/UVENAL/ivenal1_1.txt] (accessed: 9.11.2018) (in Russian).
- Finagenova O.B. (2017) *Analiz struktury i dinamiki raskhodov RF na finansirovanie sporta* [Analysis of the structure and dynamics of expenditures of the Russian Federation

on the financing of sport]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the St.-Petersburg state economic university.]: 153–157. [<https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-struktury-i-dinamiki-rashodov-rf-na-finansirovanie-sporta>] (accessed: 1.11.2018) (in Russian).

Flyvbjerg B., Stewart A. (2012) *Olympic Proportions: Cost and Cost Overrun at the Olympics. 1960–2012*. Working Paper. Oxford: Said Business School of University of Oxford.

Frankl V. (1990) *Chelovek v poiskah smysla* [Man's Search for Meaning]. Moscow: Progress (in Russian).

Koragina E., Varnev A. (2013) Olimpijskie igry kak instrument formirovanie imidzha strany [The Olympic games as a tool for shaping the country's image]. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii* [Journal of Sociology and Social Anthropology], 16 (5): 189–202 (in Russian).

Lenin V.I. (1973) Tri istochnika i tri sostavnye chasti marksizma [Three sources and three components of Marxism]. In: Lenin V.I. *Poln. sobr. soch.*, vol. 23. Moscow: Politizdat: 43–48 (in Russian).

Marx K. (1955) K kritike gegelevskoj filosofii prava, 1844 [To the critique of Hegel's philosophy of law]. In: Marx K., Engels F. *Sochineniya*. T. I. Moscow: Publishing house of political literature: 219–368 (in Russian).

Marx K., Engels F. (1978) *Sochineniya. Predmetnyj ukazatel'*. [Collected works. Subject index]. CH. 1. A–M. Moscow: Izd-vo politicheskoy literatury, 1978 (in Russian).

Nauright J., Parrish C. (2012) *Sport around the World. History, Culture, and Practice*. Santa Barbara et al.: ABC–CLIO.

Nureev R.M., E.V. Markin (2014) *Ekonomika Olimpijskih igr* [Economics of Olympics Games]. Moscow: Norma (in Russian).

Pasynkova V. (2013) Olimpijskie igry v processe global'noj sportizacii: sravnitel'nyj analiz megasobytij [Olympic games in the process of global sportization: comparative analysis of mega-events]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 16(5): 54–70 (in Russian).

Pine B.J. II, Gilmore J. H. (2018) *Ekonomika vpechatlenij. Kak prevratit' pokupku v zahvatyvayushchee zrelishe* [The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage]. Moscow: Al'pina publisher (in Russian).

Rousseau J.-J. (1998) *Ob obshchestvennom dogovore*. Traktaty. Moscow: KANON-press; Kuchkovo pole (in Russian).

Ryklin M.K. (2009) *Kommunizm kak religiya: intellektualy i Oktyabr'skaya revolyuciya* [Communism as Religion; Intellectuals and the October Revolution]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie (in Russian).

Vasilyev L.S. (1983) *Istoriya religij Vostoka (religiozno-kul'turnye tradicii i obshchestvo)* [History of religion of the East (religious and cultural traditions and society)]. Moscow: Vysshaya shkola (in Russian).

Zadorozhnyuk I.E. (2007) *Grazhdanskaya religiya v SSHA, ili «vera v Ameriku»: social'nye funkicii, istoriya i sovremennost'* [American civil religion or “faith in America”: social functions, history and modernity]. Moscow: Izdatel'stvo SGU (in Russian).