

Контркультура и новая культура потребления

Данная работа является рецензией на популярную и весьма актуальную сегодня книгу: Хиз Джозеф, Поттер Эндрю. **“Бунт на продаже: Как контркультура создает новую культуру потребления” (The Rebel Sell: Why the culture can't be jammed)**. – М.: Добрая книга, 2007. – 454 с. Ее авторы, отталкиваясь от событий современной истории (прежде всего США и Западной Европы), исследуют причины, способствующие гегемонии негативных тенденций, раскрывают механизмы «промыывания мозгов через бунт», являющиеся частью современной культуры. Публичная политика, борьба социальных сил на деле служат лишь внешним поводом для производства тех или иных «протестных негативов». Именно поэтому и нужен бунт контркультуры, жизненно необходимо существование «протестного ресурса», вдохновляющего и сторонников, и противников мейнстрима, – по сути своей они являются членами единой корпорации потребителей. В книге рассматриваются технологии внедрения контркультуры в общественное сознание, «шоковые» способы завоевания «рынка идей».

Контркультура – необходимая часть системы

Всеобщая ненависть к рекламе (имиджу вместо сути) – марка нашей эпохи. Об этом уже много лет пишут публицисты и юмористы, об этом снимаются фильмы (от стремлян «Квартиры» с Джеком Леммоном и Ширли Маклейн), об этом сегодня пишут авантюрные романы¹. Все и всюду понимают, что агрессия в навязывании *любой* продукции – явление опасное, форма *духовной* коррупции, но поделать с этим якобы ничего нельзя... Почему?



Ил. 1. Рознер Доминик. "Городской пейзаж"

¹ Например, Фредерик Бегбедер, маркетолог по профессии, в романе «99 франков» с мрачным юмором описывает закулисье фестиваля рекламы «Каннские Львы» и «впаривание фуфла» потребителям в мире «пиарщиков» и «рекламщиков» на фоне бюрократизированной маркетологической системы (американо-европейской), стимулирующей спрос на «максимально тупую и навязчивую рекламу».

В этом городском пейзаже Доминика Рознера «нормальные» строения кажутся островком среди зданий-гигантов, подавляющих в людях что-то очень важное.

Как известно, «антипотребители» – это «капризные» потребители, не желающие быть объектами психонасилия, – грубого (вроде пивных ТВ-кличей «Муж-ж-жики!») или «галантерейного» («Вы этого достойны...»), – на коем основана примитивная реклама. Теледебаты «протестных» политиков, *раскручивание* брендов, псевдоинтеллектуальные проповеди и «народно-медицинские» (мистико-сектантские, ультрашарлатанские) советы, – из той же обоймы. Боятся люди после таких процедур чистить зубы пастой, которую им навязывают, и жевать резинку, и кушать гамбургеры-чизбургеры, запивая подслащенной газированной водой. К суду их, упрямых, за недораздавленное маркетологами чувство самосохранения не привлечешь, так что же с ними делать, аспидами?

Предложить чуть более качественный товар, только и всего, – и соврать, что ручной работы, и весь доход пойдет в пользу *голодающей* Африки, или *борющейся* Чечни, или приюта для уличных котят! Возьмут как миленькие и заплатят не скупно, если польстят больному самолюбию. По мнению авторов монографии, интеллектуальные представители «среднего класса» более всего ценят возможность выделиться, но не богатством, а «внутренней гармонией», «духовной независимостью», «личностной уникальностью», чем-нибудь еще в этом духе. К примеру, чтобы иметь возможность ходить на работу пешком, подобные люди могут истратить намного больше средств, чем стоит престижный автомобиль, готовы отдавать этому занятию втрое больше времени, чем требует езда по городу, и согласны жить в стесненных условиях, такова в их среде сила программируемого «контркультурного конформизма» и конкурентной борьбы в рамках собственной страты [с. 146–147].

Представители этой социальной группы (не обязательно снобы) имеют более высокие потребительские запросы (но не доходы), поэтому «Adbusters» (журнал, ориентированный на «культурных диверсантов») вправе рекламировать кроссовки «Блэк Спот» в противовес кроссовкам «Найк». Набор идей и устремлений на деле крайне беден, – у «культурной элиты», силами которой в основном формируется контркультура, нет *революционной доктрины*, есть лишь стремление к определенным формам рыночной конкуренции.

Было время, когда активисты контркультуры верили, что их деятельность воистину радикальна и представляет собой дерзкий вызов обществу, но теперь они знают, что на самом деле «работают на ту же Систему», которая и продуцирует, и использует «борцов» для своих целей с помощью «репрессивной толерантности» (термин Герберта Маркузе) [с. 50–51].

«Если потребители согласны платить больше за обувь, изготовленную счастливыми работниками, или за яйца, снесенные счастливыми курами, то внедрение этих товаров на рынок позволит сделать деньги. Это – модель бизнеса, которая давно и очень успешно эксплуатируется» [с. 14]. Корпорации «The Body Shop» и «Starbak» используют подобные идейно-эстетические позиции в качестве рекламно-культурологических обоснований для своих брендов. Иными словами, «потребительский бунт» – не бунт на коленях, но требование от определенных секторов рынка, и дальновидным топ-менеджерам (не только рекламщикам) следует его всячески разрабатывать и лелеять, приветствовать и поощрять.

«Потребительское» общество возможно (исторически необходимо, закономерно) еще и потому, что предшествует ему общество имущественно-сословное, где механизмы производства и распределения функционировали качественно иначе, считают авторы книги. Их мнение основано на том, что и с конца XIX в. до второй трети XX в. (в Западной Европе и США), и с середины XX в. до начала XXI в. (в Латинской Америке и Южной

Африке, Японии и Китае, Восточной Европе и России²) человек мог успешно трудиться, даже получать подарки (подачки) к праздникам, – и при этом не иметь ничего, кроме необходимого минимума (белья, одежды, койки в общежитии). Какой при этом была *омассовленная* духовная пища, которой его закармливали известные властители дум (и самые «восточные», и предельно «западные»), известно, как известна связь «конформизма масс» с массовым же производством, якобы изживающим себя [с. 276].

Политика, таким образом, и в самом деле ни при чем, даже идеология и эстетика не играют существенной роли, всем им предписана оформительская миссия, скромная роль обертки для товаров. Вопрос только один – что будет дальше? Нельзя понять настоящее, не определив тенденций, идущих из недавнего прошлого и формирующих наше будущее.



Ил. 2. Янек Дери. "Красота"

В картине Янека Дери высмеивается искусственность потребностей: барышни вкушают бижутерию.

Хиппи и яппи: «андерграунд» как трамплин для успешной карьеры

Будущее – в прошлом и настоящем, и для выявления доминирующих тенденций авторы исследуют прошлое, возвращаются в «эпоху хиппи», во многом ключевую для США. Поколение хиппи («бунтарей», носивших длинные волосы, публично куривших марихуану, предававшихся «свободной любви» в бесчисленных коммунах-ашрамах) сегодня выглядит иначе. Дистанция во времени позволяет увидеть, что «в 80-е годы то самое поколение, которое «настроилось, подключилось и выпало», сыграло главную роль в самом мощном в американской истории витке демонстративного потребительства. Хиппи стали яппи» [с. 15], – но при этом хиппи не предавали своей идеологии. «Идеологии хиппи и яппи – это одно и то же. Между контркультурными идеями, вдохновлявшими бунт 1960-х, и идеологическими потребностями капиталистической системы просто-напросто никогда не возникало никаких трений. Хотя нет сомнений в том, что имел место культурный конфликт между представителями контркультуры и защитниками старого американского протестантского истеблишмента. Противоречий между ценностями контркультуры и

² *Гастарбайтеры* не в счет, т.к. они своим трудом кормят семьи, живущие в странах СНГ.

функциональными потребностями... экономической системы не возникало никогда. С самого своего рождения контркультура имела ярко выраженный предпринимательский характер. Она, как и журнал «Adbusters», отражает истинный дух капитализма» [там же].

Это утверждение на первый взгляд кажется парадоксальным, но авторы подкрепляют его фактами. В обществе, как известно, действует закон критериев престижности. Если хиппи покупали заведомо «андерграундные» автомобили, отчего даже «фольксваген-жук» желательно было приобретать в подержанном, предельно непрезентабельном виде, дабы пользоваться большим уважением единомышленников, то преуспевающим социальным слоям предписывалось иное поведение. Три детройтских автопроизводителя более 10 лет были объектами «яростной общественной критики», ибо предусматривали для своих автомобилей «запланированное устаревание» («ретро» было не в моде, эту сферу рынка идеологи разработали позже). Уже в момент выпуска менеджеры знали, что через два-три года дизайн выпускаемой машины потеряет престижность, автомобиль будет *выглядеть* старым, – то есть откровенно *убого* по сравнению со следующими моделями, несмотря на невыработанный ресурс, на удобство кабины и мощность мотора, на ряд преимуществ, свойственных именно этой модели! Если хочешь, чтобы тебя уважали, от *старой* машины придется избавиться, купить *новую*, в соответствии со статусом. Нельзя в приличном обществе носить немодную одежду, если таким путем не самоутверждаешься³!

В свое время так называемые «хвостовые плавники» задней части автомобиля стали для интеллектуалов объектом презрения – как олицетворение и символ американской потребительской культуры, демонстративно расточительной, «шикарно»-неэкономичной. «В самый разгар таких настроений марка «Фольксваген-жук» пришла на потребительский рынок США с очень простым рекламным призывом: «Хотите показать людям, что вы не винтик в механизме? Покупайте наш автомобиль!» [с. 16]. В самом деле, нарочитый, резкий уход от социального стандарта «вниз» позволяет выделиться настолько же, как и «вверх», а заодно и расходы сокращаются. Пускай кто-то и дальше ездит на офисную работу из пригородов на претенциозных драндулетах, выпускаемых для «среднего класса», демонстрируя в шоссейных пробках свою образцовую серость, ибо такова безысходная планида «преуспевающего» неудачника, а мы, герои, будем щеголять заведомым старьем!

«Романтический» эпатаж стал типом самоформления, и следующее поколение героев контркультуры с автомобилем переключилось на кроссовки, что также стало следствием включения идеологических механизмов рынка, поэтому Дж. Хиз и Э. Поттер привлекают для анализа материал первого фильма известной кинотрилогии «Матрица», где Нео, герой картины, видит белого кролика, передающего своему другу книгу под названием «Симулякр и симуляция» (известное произведение Жана Бодрийера – последнего французского классика постмодернизма, современника и коллеги Ролана Барта и Мишеля Фуко). Обычно «Матрицу» рассматривают в качестве очередной «солипсистской версии бытия» (эксперимент от Декарта и Беркли), но авторы «Бунта на продажу» полагают, что этот фильм суть «метафорическое изображение» известной политической идеи 1960-х годов, порожденной Ги Дебором, неофициальным лидером Ситуационистского Интернационала.

³ У Джона Стейнбека в повести «Путешествие с Чарли» есть сюжет о молодой семье, позволяющей себе носить джинсовые костюмы в обществе хорошо (богато) одетых ровесников. Автор, знаток и патриот США, наугад определяет капитал мужа и жены, свободомыслящей и *культурной* пары техасских богачей, но «прикидочная» сумма оказывается меньше реальной. Эти благовоспитанные ребята (время описания – XX в., 70-е годы) в самом деле, скромные, милые люди, – нувориши бы на их месте и лохмотья себе позволили.

Политика, наконец-то! А вот и нет, опять рынок

Ги Дебор был одним из вдохновителей парижского «молодежного восстания» 1968 года. Его тезис предельно прост: мир, в котором мы живем, нереален. «Потребительский капитализм взял весь подлинный человеческий опыт, трансформировал его в товар, а затем продал нам посредством рекламы и СМИ. Таким образом, все аспекты человеческой жизни являются своеобразным спектаклем, который сам по себе есть не более чем система символов и изображений» [с. 18]. Спектакль подчиняется собственной внутренней логике, и Ги Дебор полагал, что это греза, ставшая потребностью, – «капитал на той стадии накопления, когда он становится образом», «дурной сон закабаленного современного общества, которое, в конечном счете, выражает только свое желание спать». Голод и угнетение спрятаны в сытости и благоустройстве, – в таком мире вопросы социальной справедливости и переустройства общества уже неактуальны.

«В обществе спектакля новый революционер должен стремиться к двум вещам: к осознанию желания и осознанию ответственности. То есть нам следует пытаться отыскать наши собственные источники удовольствия, независимые от потребностей, навязываемых нам системой, и стараться проснуться», – чтобы уйти от кошмаров спектакля, – или, говоря на киноязыке «Матрицы», выбрать красную таблетку. Нет смысла заниматься мелкими деталями в Системе. «Рабочие места и новые технологии, власть и деньги, мировые войны и отдельные социальные конфликты – это иллюзии, эфемерные построения сна! Вся культура, все общество в целом – сон наяву, они должны быть отвергнуты!» [с. 18]. Радикализм такой свирепый, революционность настолько непримиримая, что консервативно-религиозные древнеиндийские мыслители оглушительно рукоплещут своему наследнику, осознавшему бренность материального мира и постигшему, на что все-таки способна богиня Майя, мешающая грешникам отринуть суетные вещи – надежду, любовь и прочие привязанности, чтобы стать совершенномудрыми.

Реформировать политические институты Матрицы смешно, требуется «пробудить» людей, выдернув из них провода и штекеры, подключающие к Системе, и делать это нужно, «производя когнитивный диссонанс посредством символических актов сопротивления, показывающих: не все в порядке в этом мире. Например, можно продавать кроссовки «Black Spot». Поскольку вся культура представляет собой идеологическую систему и ничего более, единственный способ освободить себя и других – сопротивляться такой культуре во всех ее проявлениях. Из этого и исходит идея контркультуры» [с. 20]. Ясно, однако, что социальный протест марксистского типа (и вообще политика) тут ни при чем.

Критика общества Марксом, отмечают авторы книги, была продуктивной, она имела позитивную направленность – ликвидацию нищеты, оздоровление социума [с. 75], но для контркультуры врагом стал не господствующий социально-политический класс, не способ производства как таковой, но все «общество мейнстрима» полностью. Сказано: поскольку традиционная политическая активность бесполезна, нужна бескомпромиссная вражда во имя уничтожения Системы – и винтиков, из которых она состоит, то есть абсолютного большинства людей. Зачем жалеть «быдло», якобы мешающее развиваться высокодуховным интеллектуалам? Рабы навязывают свой стиль поведения свободным, альзо шпрахт Заратустра устами Фридриха Ницше. Проклятые-процветающие (они же «спящие», привет еще и масонской терминологии), бездуховные рабы (недочеловеки), и гонимые-избранные герои (беззаветные диссиденты-нонконформисты), – это бы полбеды, авторы без труда показывают фальшивость подобного разделения, но невольно всплывает в памяти наш отечественный, нечаевский «Катехизис революционера», и то, что может

лишь удивить в голодном, ожесточившемся недоучке-разночине, презираемом богатыми и учеными «господами», шокирует в рафинированных *интеллектуалах*. Инквизиция не умерла, ибо подлинное веселье, обычные развлечения приравняются такими изуверами-идеологами к потворству Системе, – но да здравствуют «революционный» гедонизм и «пещерный» примитивизм, сексуальные извращения и ограбления банков, – а ты еще не сидишь на героине или хотя бы на «колесах»-экстези? Какой же ты радикал после этого, истинный ли антиглобалист? Ага, – «зеленый», блаженный! «Гринписам» сие дозволено, – некоторые даже и аспирин, и анальгин в наркотики определили, такая у них жизнь-игра.

...Игра начинается еще до школы, в комиксах, и продолжается в компьютере. Это всего-навсего идеологический «прикид» Его Величества Рынка. Типы обуви, эмблемы на майках и модели мотоциклов, эротические журналы и порнофильмы (не подумайте плохого, чисто для мастурбации и протеста супротив культуры лицемерия), музыкальные группы и кинорежиссеры, – наркодилеры и тайные агенты ФБР прилагаются... У геев и лесбиянок – своя культурная ниша, во многом схожая, у ветеранов новейших войн – своя. Кому-то кого-то можно презирать, кого-то положено ненавидеть (в рамках закона, желательно без мордобоя), поскольку взаимодействие и противостояние течений такого типа также предусмотрено рыночной конкуренцией. Достаточно посмотреть вполне художественный, в меру конъюнктурный (получивший «Оскара») фильм «Красота по-американски», говорят авторы, и сразу понятно, что во всех бедах людских виноваты одни лишь фашиствующие «сторонники контроля», тупые уроды, элементарно неспособные справиться со своим «суперэго» из-за подавленных сексуальных желаний (смотри также фильм Алана Паркера «Стена», главное содержание которого – музыка группы «Пинк Флойд»).... Не то беда, что человеческую жизнь сводят к фрейдистским идеологическим схемам по Маркузе или чуть иначе, а то беда, что «дурят народ» вполне сознательно, пошарлатански. Можно сколько угодно обзывать США «государством свиной-фашистов», это законом не карается, а деньги эта ругань неплохие приносит, идеологов-психоаналитиков кормит [с. 68–69]. Плевать в лицо приличиям («конформизму») – не просто *мятежная* позиция, но и удобная («сытая») социально-имущественная страта.

«Правые» и «левые» сегодня едины в стремлении к надлежащему самооформлению. Вопрос на засыпку: сетевой менеджер, получивший шанс безнаказанно выпотрошить конкурентов, это фигура общинно-крестьянская, почти феодально-купеческая, или уже капиталистически-буржуазная?.. «Революция» для такого *героя* – способ захвата рынка⁴, поэтому «рынок идей» с известными тезисами про «тоталитаризм» и «демократию» – то же, что реклама на фондовой бирже, уверения почтеннейшей публики, что ее не обманут. Даже нонконформизм можно довести до абсурдного завершения в *наркокультуре* [с. 79].

Это «фанатизм корысти», – и кровь людей, кровь жертвенная, якобы проливаемая на алтарь Свободы, но на самом деле – торговля во храме, чтобы получить конкретные блага и права (рынки сырья и сбыта, микроскопические или огромные, рычаги власти и сферы контроля над кучкой последователей или целой страной). Система всегда одна, общая, и меняется она не слишком быстро, – в зависимости от вложенного в нее труда поколений, культурного потенциала той или иной нации, суммы соответствующих технологий, революционных инноваций и многих других «цивилизационных» вещей. Вскармливание и финансирование радикальных политических течений – игра капиталов, в том числе и на «ресурс контркультуры». Дело не в том, что спецслужбы, дипломатические и деловые структуры осваивают способы давления на ту или иную национальную элиту, взаимодействуя и «во вражде», и во взаимовыгодных проектах, а в том, что «негативная

⁴ Иенг Сари, идеолог истребления горожан Кампучии, учился в Сорбонне у известных профессор-радикалов, «контркультурщиков», и выучился. Такие «вожди» обязаны видеть в «массах» (не желающих, как правило, менять один «спектакль» на другой, заведомо худший) тупых обывателей, врагов прогресса.

энергия радикалов» с успехом используется против тех стран и социальных слоев, которых они якобы пытаются «представлять» и «защищать». Демагогия всегда убыточна, глупость всегда опасна, а контркультура сегодня – унылая игра высокообразованных людей в малокультурных маргиналов, сознательная сдача позиций с помощью эпатажно-романтических поз, «протестных» акций и обвинений в адрес эксплуатируемых слоев социума, которые якобы *ненадежны*, так как у них больше нет «потенциала ненависти» [с. 48].

Современная политико-экономическая система – прежде всего *позитивная* идеология, по «рыночной» необходимости дополняемая *негативной*, говорится в книге. Авторы, однако, показывают, что «десятилетия контркультурного бунта ничего не изменили, поскольку теория, на которой зиждится идея контркультуры, не соответствует действительности». Вопрос «человек для субботы (революции-катастрофы, пожирающей детей своих) или суббота для человека?» (революция-эволюция, уничтожающая обветшавшие социальные перегородки, открывающая новые перспективы развития) подобных мыслителей не тревожит, им важна только их собственная руководящая роль; но ведь мир, по мнению авторов книги, состоит из миллиардов людей, каждый из которых следует более или менее состоятельной концепции добра и зла, пытаясь взаимодействовать с другими людьми, и делает это не всегда успешно, зато в соответствии с принятыми (т. е. *собственными*) представлениями о нормах бытовой этики.

Не существует всеохватывающей интегрирующей системы. «Современную культуру невозможно подорвать, поскольку... существует лишь мешанина социальных институтов, развившихся в совершенно случайном порядке и распределяющих блага и бремя, связанные с социальной кооперацией, такими способами, которые мы порой признаем справедливыми, но которые, как правило, явно несправедливы. В таком мире контркультурный бунт не только бесполезен, но и контрпродуктивен. Он не только отнимает энергию и силы, которые могли бы направляться на инициативы, приводящие к конкретному улучшению жизни людей, но еще и порождает огульное презрение ко многим позитивным изменениям в современном обществе» [с. 21]. Лучше, – то есть проще, честнее, обиднее для болтунов-идеологов-маркетологов, – сказать трудно. Другое дело, что «мировая система» все-таки существует, – пускай в качестве «мешанины», как полагают авторы, а не «безумного спектакля». Ни один человек, знакомый с культурой производства и уровнем потребления в различных регионах планеты, не скажет: «У нас все прекрасно», – даже если он гражданин Монако или Люксембурга.



Ил. 3. Хейманс Ральф. "Натюрморт"

Натюрморт Ральфа Хейманса показывает декларативную тоску известных слоёв западной интеллигенции, их формальную культурную ориентацию на эпоху Возрождения, – хотя на деле «ретро-посыл», «духовная интенция» подобных произведений ближе всего не к Возрождению, «классическому» средневековью.

Угнетение и демагогия, фрустрация и оболванивание в контркультуре

Преобразования, изменившие мир, стали возможны в результате известных процессов XX в., унаследовавших творческую энергию от предшествующей эпохи. «Маркса, главным образом, заботила эксплуатация рабочего класса; Фрейда беспокоил факт подавления всех членов общества. Из синтеза того и другого родилась новая концепция – угнетения», – полагают Дж. Хиз и Э. Поттер. Современное угнетение, оно же в чем-то и эксплуатация – форма «психологического доминирования», имеющая уже не социальные, а скорее психологические корни [с. 78]. Революция должна быть прежде всего культурной?

Что будет завтра, мы можем представить по динамике процессов сегодняшнего дня, в том числе и по жертвам идеологии контркультуры. Самоубийство Курта Кобейна, лидера группы «Нирвана», далеко не бедного, высокоидейного адепта альтернативной музыки, чьи записи в стиле «гранж» продавались миллионными тиражами, ознаменовало, по мнению авторов монографии, некий рубеж, на котором популярность и преуспевание уже не спасает «культовых» деятелей от нежелания жить дальше. Это случилось относительно давно, в 1994 году. Группа «Нирвана» в тот период сознательно и последовательно боролась против своей же растущей популярности. Не то чтобы эти ребята вообще не хотели популярности, но ведь обойти в этой сфере Майкла Джексона – как-то уж чересчур! Попытались затруднить восприятие своей музыки у широкой публики, повысили «элитарность» (качество), и рейтинг опять подскочил. Какие же мы после этого бунтари, панк-рокеры?! Продажные твари, хуже «попсы» и «фолкеров», получается?!

Самоубийств неизвестных, пусть и одаренных представителей альтернативной музыки в США случается вполне достаточно, но К. Кобейн не мог смириться с массовым успехом своей группы. Он следовал правилам игры, поскольку убедил себя, что панк-рок взорвет

Систему изнутри. «Мы можем выступать врагами системы, проникая в ее механизмы и делая так, чтобы она начала гнить изнутри. Мы можем вести саботаж империи, притворяясь, будто играем по ее правилам, делая ровно такие уступки, которых будет достаточно для провокаций. И волосатые, потные, сволочные сексисты-мачо скоро утонут... в результате восстания, поднятого их детьми, – вооруженного стихийного крестового похода, а офисы Уолл-стрита затрепещат под напором революционеров» [с. 29].

Ну и наивным же он был, этот миллионер-панк, изображая «детскую» наивность. Нельзя идеологу верить собственной лжи, «рыночно-радикалистской» мифологии, игре в протест⁵. Что значит долгие годы, наполненные музыкально-поэтическим творчеством и выступлениями-концертами, казаться себе революционером, освобождающим любимый американский народ от грязи и подлости, а на деле быть «контркультурной» частью ненавистной системы, своеобразной клоакой-канализацией, удаляющей из «бунтующих» американских подростков избыток недовольства существующим положением дел, социализирующим их в духе ненавистных «сволочных сексистов», – тех самых, с Уолл-стрита? К. Кобейну, пламенному и неподкупному, в итоге показалось мало смертельной дозы героина, он еще выстрелил себе в голову. Авторы книги фиксируют внимание читателей на этом событии оттого, что число подобных жертв растет, поскольку рыночная контркультура практически полностью заменила социалистическую идею в качестве основы политической мысли (реальной политики в этой грязной игре практически нет).

Мифы ввели в заблуждение огромное количество людей, политические последствия не поддаются оценке [с. 29]. Если в XIX в. «настоящим» художникам полагалось умирать не от героина и СПИДа, но от алкоголизма и туберкулеза, у них все-таки была «отдушина революционной войны» – парижские и мадридские баррикады, Сенатская площадь, поход гарибальдийской «тысячи» или битва под Геттисбергом! В XX в. тоже было много всего, от англо-бурской войны до китайского «великого похода», от российской революции 1905 года до падения Берлинской стены, но следующее столетие (и тысячелетие) может предложить герою-творцу разве что роль шахида-смертника, так как бороться на противной (избыточно противной!) стороне даже эстрадным сатирикам нелегко. Самая активная, самая примитивная контркультура – в США, российские «нацболы» и прочие всякие скинхеды на ее фоне кажутся глубокими мыслителями. Авторы монографии вовсе не против социальной борьбы, они не устают повторять в каждой главе, что общественное устройство в большинстве стран, включая США, очень далеко от приемлемого, его очевидная хаотичность вызывает у них ужас, но время радикальных методов кончилось, – хватит, подумайте о дальних последствиях! Рано или поздно революции возвращаются «к истокам», даже культурные революции (Хосе Ортега-и-Гассет условно назвал их «восстанием масс», поскольку он, выдающийся «правый» философ, был известен симпатиями к фалангистам-фашистам-конформистам).

Контркультура ненавидит «массы», даже когда «жалееет» и «защищает» их на словах, утверждают авторы. Антифеодальные движения предшествующего периода («радикальные политические течения») «носили шаблонный популистский характер», но во второй половине XX в. политики-радикалы начали смотреть на народные массы «с все возрастающим подозрением». Да ну их, с этим мейнстримом хлопот не оберешься, – столько всяких проблем! Пропасть между богатыми и бедными при господстве денег, пришедшем на смену господству привилегий, была, по мнению авторов, зафиксирована Карлом Марксом как «товарный фетишизм», создающий видимость закономерности такого положения вещей. Нищета трудящихся (особенно трудящихся добросовестно) и

⁵ Что-то подобное случилось с Пьером Паоло Пазолини (1922–1975). Гениальный кинорежиссер погиб, якобы пытаясь взорвать линию электропередачи. Соотечественники винили в этом спецслужбы Италии (их тогдашний шеф, князь Боргезе, создал и боевиков «Красных Бригад», и нацистов «Черного Интернационала»).

благополучие бездельников (в т.ч. мошенников-аферистов) сделались общественной нормой и раскололи социум, усугубив имевшиеся уже проблемы. После этого неизбежные в таких условиях войны и кризисы, политические и экономические, приобрели не просто глобальный, но катастрофический характер. «По мнению Маркса, эта объективация социальных отношений зашла настолько далеко, что рабочие стали отчужденными от собственной деятельности. Они рассматривали собственный труд лишь как средство для достижения других целей. Капитализм породил нацию людей, интересующихся собственной работой лишь в пределах «от звонка до звонка». <...> Русские доказали: рабочие, если захотят, могут избавиться от капиталистической системы и заменить ее другой, по своему выбору. <...> Ранняя история Советского Союза убедила многих: коммунизм может произвести больше богатства, чем капитализм. Так в чем же причина пассивности рабочих Европы и Америки?»

<...> Антонио Грамши утверждал: капитализм породил ложное сознание в среде рабочего класса не путем навязывания определенных представлений об экономических отношениях, а с помощью тотальной культурной «гегемонии». <...> Грамши предположил, что вся культура в целом – книги, музыка, картины – является формой буржуазной идеологии, и для реального освобождения рабочего класса все это нужно отбросить» [с. 35–37]. Таким образом, он выступал за создание «новой» культуры, – однако Пальмиро Тольятти, его товарищ по партии, трезво и сознательно встал на защиту «тоталитарных» памятников Рима, когда оттуда были изгнаны нацисты; ни один «объект культуры» не был уничтожен, вопреки риторике новоявленных «антитоталитаристов»⁶, обожающих переименовывать и сносить, возвеличивать и ниспровергать, лишь бы самим быть на виду, «рулить».

Далее авторы раскрывают роль нацистского режима в «модернизации» политического мышления Запада. Влияние Холокоста (истребление «неполноценных» рас, прежде всего евреев, цыган и славян) определило не просто «кошмар наяву», но и показало, что порочная государственная политика должна опираться на столь же порочную культуру...

Опять культура, что ты будешь делать! Дж. Хиз и Э. Поттер рассматривают и «сталинский» вариант «тоталитарного кошмара», в котором используется «всего лишь» психологический контроль⁷. Более «мягкая» версия подобного режима (по Дж. Оруэллу, но не только) показывает, что глубинный тоталитаризм вовсе не требует милитаризации общественной жизни, бряцания оружием, – да пусть себе распускаются все сто цветов, соперничают сто мнений! Идеи насилия, оформленные эстетически, суть факты культуры, а свобода для СМИ – свобода не только информации, но и дезинформации, на Западе и на Востоке. Когда это выяснилось (после эпохи маккартизма, безо всякого ГУЛАГа погубившей, сломавшей более чем достаточное количество невинных людей, в т.ч. патриотов США, имевших наглость плохо относиться к процедурам «промывания мозгов»), Вэнс Паккард выпустил книгу, направленную против рекламной индустрии («Тайные манипуляторы», 1957). «Утверждение Паккарда, что потребителей обрабатывают, воздействуя на их подсознание, породило распространенную боязнь

⁶ В СССР (в 1920-е годы) в музеях, как известно, существовали «черные» и «красные» стены. На «черных» висели «буржуи» – Репин и Суриков, на «красных» – «пролетарии» Малевич и Филонов, но к политике это имело весьма отдаленное отношение, это был вопрос «близости к власти», т. е. процветания. Маркетологи-теоретики Пролеткульта ругали и Луначарского, и Бухарина, когда оные сторонники буржуазной (классической, академической, реакционной) линии имели смелость утверждать, что МХАТ и Большой театр являются национальным пролетарским достоянием, но сегодня, если послушать обожателей творчества Мейерхольда и «школ» ВХУТЕМАСа, знатоков людоедских теорий ЛЕФа и РАППа, это были чисто вегетарианские заведения, годные лишь для дружеских диспутов и совместного отдыха на природе.

⁷ Политика сегодня открыто сводится к экономике. «Генеральная линия» побеждает в такой игре еще убедительнее, – как было, например, с проблемой вторжения в Ирак, т. е. проблемой контроля над нефтью.

контроля над разумом. Люди были так встревожены подобным предположением, что понадобилось более трех десятилетий, прежде чем этот миф был, наконец, развенчан» [с. 41].

Миф-то развенчан, а как быть с нашей реальностью, если любого маркетолога, даже сетевого, учат, как следует воздействовать на подсознание реципиента, чтобы заставить его приобрести совершенно не нужный («лишний») товар с помощью соответствующих систем дизайна для витрин и полок? Это ведь еще азы, поскольку сочетание слоганов-программ и музыкальных ритмов при соответствующем видеоряде рекламного ролика в 1990-е годы заставляло российских пенсионерок приобретать неизвестно что, как теперь уже другая система заставляет проигрывать «одноруким бандитам» последние рубли, и дебаты в Государственной Думе, посвященные рекламе, открывают такие маркетинговые изыски изобретательности («девочки, кто идет за “Клинским”?»), что глазам не веришь, читая заурядные якобы тексты социологических опросов, посвященные молодежному бытовому алкоголизму. Миф – на то и миф, чтобы исходить из реальности, опираться на нее, отражая и трансформируя, – ну и влиять!.. «Критики американского общества заподозрили, конечно, что подобные технологии применяются не только против врагов, но и против населения США» [с. 41], хотя такого быть не могло, потому что не могло быть никогда, – а кто в это верит, тот враг, пособник «красных»⁸!

Все-таки в западных странах, пишут авторы, эрозии основных свобод не произошло. Парадоксальным образом, однако, «антикоммунистическая истерия» привела к тому, что жители означенных стран (членов антигитлеровской коалиции) стали как-то чересчур опасаться засилья транснациональных корпораций (белых и пушистых, разумеется) – и правительства США, бескорыстного миротворца и вселенского доброжелателя. Насчет своих правительств у них уже иллюзий не было... Рисунок, фотография, логотип, дизайн – все выглядело в глазах реципиентов «аналогом пропаганды Гитлера, целью которой было подавить рациональное восприятие материала и воздействовать на потребителя на эмоциональном уровне. Потенциал для манипуляций и контроля казался зловещим» [с. 42].

Складывается впечатление, что в этом разделе авторы книги недостаточно знакомы с материалом – хотя бы с фильмами Франции, как довоенной, так и петэновской, долго сотрудничавшей с Гитлером. В том-то и прелесть, что принципы обработки реципиента (человека-гражданина со всеми его правами) практически не менялись, – поэтому после всего этого безобразия, познакомившись к тому же с геббельсовскими идеологическими шедеврами, французы потеряли вкус и к собственной⁹, и к американской пропаганде (о советской, избыточно наивной, даже речи нет). Идеология Великобритании – отдельная тема, говорить об «антитоталитаризме» в ее рамках (хотя бы по риторике У. Черчилля) смешно¹⁰. Что касается других «демократий Европы», любви их к правам человека, к

⁸ Семейную пару Розенбергов казнили за передачу СССР «уранового секрета» изготовления атомного оружия. Секрет открыл советскому разведчику известный физик, это факт истории, – только ведь наказания без вины не бывает, без воли господней ни с кого даже волос не упадет, сказал некто Торквемада.

⁹ «Демократичный» Шарль де Голль, потерявший власть в памятном для Жана Бодрийера, Ги Дебора и их друзей мае 1968 года, впервые стал президентом под лозунгом «Империя и шпага». Второй раз он пришел к власти, когда гражданские правители не смогли решить *проблему колоний* – Индокитай, Марокко и особенно Алжира, где жили миллионы французов. Поскольку военные (создавшие террористическую организацию ОАС, едва не уничтожившую и де Голля) убивали всех, кто требовал деколонизации и подлинной демократизации *имперского режима*, их мог раздавить лишь коллега-профессионал. Генерал стал *защитником демократии* при той же имперской риторике, что в 1940 году, и в 1950 году, и в 1960 году.

¹⁰ Первым условием Соединенного Королевства на Нюрнбергском трибунале был запрет на упоминание преступлений правительств Великобритании, иначе имидж первооткрывателей ушел бы от нацистов к истинным основателям концентрационных лагерей как «фабрик уничтожения». Гитлер многое заимствовал у Британской империи, поэтому ее защитники-идеологи перекладывают вину на Сталина, о злодеяниях

общей свободе и братству всех народов, то и относительно небольшие Нидерланды, и маленькая Бельгия имели довольно-таки обширные колониальные владения (в Индонезии и Конго, соответственно) – с телесными наказаниями, пытками, виселицами и прочими забавами цивилизованных демократов, исчерпавшими себя только во второй половине XX века. Не было государств, включая скандинавские, не пытавшихся занять свои колонии!

Таким образом, борьба против культуры определенного типа стала борьбой за «новую культуру», эта проблема остается актуальной и сегодня, не только для США и Европы. В связи с этим авторы рассказывают о проведенном в 60-е годы XX в. эксперименте профессора Стэнли Милграма, который проверял, насколько «обычный» человек (среднестатистический американец, добросовестно относящийся к своей работе) пригоден на роль палача-истязателя. «Милграм пришел в изумление: более половины жителей города Нью-Хейвен (штат Коннектикут) соглашались подвергать электрошоку своих сограждан до потери сознания и даже до смерти. И делали они это только потому, что получали инструкции от человека в белом халате» [с. 44], – от врача, представителя самой гуманной, казалось бы, профессии, дающего специальную клятву, гарантирующую пациентов от бесчеловечного обращения и убийств.

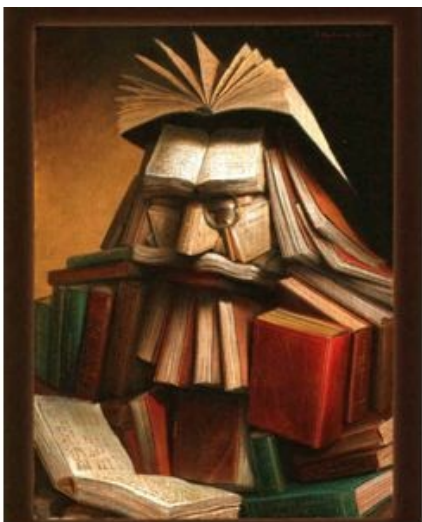
Таким образом, выяснилось, что «обычные» люди, просто выполняя свою работу и не испытывая никакой враждебности к своим жертвам, могут становиться проводниками «ужасающих разрушительных процессов». Они продают свое рабочее время «от звонка до звонка», им не обязательно служить в лаборатории доктора Менгеле, чтобы выполнять приказы. Конформизм – это отчужденность особого рода, когда человек делает то, что, как он считает, ему предписано по общепринятым нормам поведения. Анализировать свои поступки «изнутри» или «со стороны» конформист не может и не хочет, это означает смену культурной парадигмы, другую жизнь.

Что такое «банальность зла»? Зло, совершаемое отчужденно, без сопричастности к нему, – как у Адольфа Эйхмана, ответственного за гибель миллионов евреев. Ханна Арендт, историк и философ, присутствовавшая на суде, пришла к выводу, что Эйхман – не злодей-садист, не фанатик национал-социализма, всего-навсего «обычный» чиновник, педантичный бюрократ, исполнявший распоряжения вышестоящих, то есть образцовый конформист своей эпохи¹¹. Такой человек, приученный бояться лишь за себя и свою семью, следует предписанным правилам поведения, старается четко, своевременно выполнять приказы, – это и есть добро!.. Эйхмана повесили, убийц прощать нельзя, но любопытно, что Х. Арендт, назвавшая вещи своими именами, подверглась ожесточенным нападкам коллег, подобных А. Эйхману, но сидевшим с другой стороны решетки. У них своя команда и своя игра, и если придется кого-то истребить для торжества правого дела, приказы не обсуждают! Все, что противоречит интересам корпорации, семьи, любимой футбольной команды, – зло, а ты обязан быть таким, каким тебя хотят видеть любящие родители и компетентные педагоги, перспективные друзья и мудрые начальники...

Таким образом, конформизм все-таки объявили грехом американского общества [с. 39–40]. Контркультура и конформизм – две стороны одной медали, отнюдь не олимпийской. Это уже очень много – увидеть себя таким, каким ты есть, и задуматься, что же теперь делать?

которого в конце XIX – начале XX вв. (Судан, Китай, Южная Африка) говорить не приходится. Сталин опирался на российские «каторжные традиции», до *рационализма* европейского уровня все-таки не дотянул.

¹¹ В этой связи показателен фильм Бернардо Бертолуччи «Конформист» (1970), где подробно показан механизм воздействия общества на ребенка и взрослого, «социализация» будущего убийцы-функционера.



Ил. 4. де Барро Андре Мартин. "Классика"

Картина Андре Мартина де Барро, восхваляющая и одновременно обличающая идеологическую, искусственную «книжность», ориентацию на «высокую» классику.

Счастье, это когда ты покупаешь, покупаешь, покупаешь – или когда вредишь, ломаешь и мешаешь?

Конформизм, как правило, следствие завышенных требований общественной дисциплины (и в российских, и в иных условиях – нежелания или неумения думать самостоятельно). Есть, однако, еще более гадкое слово – консюмеризм. Оно означает не просто потребительское отношение к жизни, но образ существования, где счастье – синоним приобретательства. По ТВ показывают красавиц, самыми привлекательными чертами избранника сердца своего считающими его имущество и банковские счета. Это не ложь, они и в самом деле способны любить (точнее, ласкать) своего делового партнера – за предоставляемое в обмен «качество жизни». Все законно, правильно, ничего личного...

Тех, кто думает иначе или хотя бы декларируют себя в другом ракурсе (отказа от «добровольного рабства»), уже именуют «романтиками». Это не мешает приобретателям лицемерно хвалить принципы контркультуры, не мешает подобным же «рыночницам»-феминисткам активно воспевать «свободную любовь», превращающую *жен* (матрон-матерей) в *сожительниц* (конкубин), в современных условиях лишаящую их права на полноценную семью, на деле сужающую как имущественные, так и социальные права [с. 86–87]. Если свобода женщины становится свободой от социальных норм, брак превращается в контрактную форму узаконенной проституции, это известно давно. Господа мужчины, вы можете *приобретать* женщин и для того, чтобы их унижать, в контракте сие оговорено! Запрещаются избиения и изнасилования, но «имитации» оных по обоюдному соглашению разрешены. Адвокаты проследят, чтобы «случайные» ссадины и синяки были оплачены.

Приятен ли нормальным (в современном понимании) людям подобный мир житейских реалий? Какие еще более головокружительные перспективы открываются за ним? «Тесная связь контркультурной политики и политического анархизма» в политкорректном внешне кошмаре, где люди не живут, а выживают (по Дюэйну Элгину), – следствие дальнейших уступок «рыночному» анархизму – уже не стихийному, но образующему новое ядро культурной политики, самой реакционной и конформистской, какая только может быть [с. 92–93].

Конформизм – психология раба, ему противна уверенность в своих силах, по известному выражению Ральфа Уолдо Эмерсона, но это не значит, что нонконформизм есть бунт против любых норм. «Это не означает, что все социальные нормы являются тиранией, а те, кто их соблюдает, конформисты или трусы. Такие люди еще известны под именем “порядочные граждане”. Так что важно разграничивать акции протеста, направленные против бессмысленных или устаревших условностей, и действий, которые нарушают оправданные социальные нормы» [с. 100–101]. Другими словами, следует различать инакомыслие и деструкцию, – одно дело бороться за права женщин, а другое – презирать и третировать

мужчин, открывающих женщинам двери, помогающих на лестнице и т.п. Можно еще подавать на них в суд по обвинению в «сексизме», уж это наверняка поможет борьбе за равноправие! Девиантное поведение выдает спекулянтов сразу, с головой, а вот как быть с «массами», продолжающими демонстрировать «невыносимо дурной вкус»? Дело не в их любви к произведениям Томаса Кинкейда, «мастера света», ненавистного интеллектуалам, не в безвкусице обстановки их жилищ и не в привычке к прослушиванию инструментальных хитов Кенни Джи, полагают авторы монографии. «Хороший вкус» вполне социален, и диссертация Николая Чернышевского, малоизвестная в США, воспроизводится в книге другими словами, анонимно, – коротко, но емко. «Хороший вкус – это позиционное благо. <...> Любой потребитель, покупающий некий объект для выражения своего стиля и вкуса, неизбежно участвует в конкурентном потреблении. <...> Конформизм и проведение различий всегда идут рука об руку – человек послушно следует установкам эксклюзивного клуба, чтобы отличаться от черни» [с. 151–153].



Илл. 5. Кинкейд Томас. «Париж»

Картина Томаса Кинкейда, «мастера светотени», «гения американского китча».

У Чернышевского эстетика глубже, так ведь и время было другое. Авторы мимоходом развенчивают социальные теории Зигмунда Фрейда, касающиеся насилия и дисциплины, несостоятельность которых очевидна уже давно, и обследуют историю контркультуры на максимально полном для себя (в рамках опыта США) объеме. Вывод, который они делают, не потрясает читателя особой глубиной. По мнению Дж. Хиза и Э. Поттера, контркультурное движение очень плохо приспособлено для обуздания примыкающих к нему сумасбродов. Трудно порой отличить очевидного спекулянта от истероидного инакомыслящего, зато легко повесить ярлык «раба Системы» на любого, кто попытается приструнить разбушевавшегося «романтика» с девиантным поведением. Священные права «бунтаря-диссидента» позволяют горячо защищать онтого страдальца в других странах, не столь цивилизованных и демократичных, но в случае необходимости можно и должно иметь зарвавшегося «маркетолога контркультуры», дабы покарать по вине его у себя, в США. «Мятежничество» почему-то обязательно оборачивается против идей социальной справедливости, приводит если не к катастрофе, то к упадку, как в «детройтском бунте чернокожих», во многом спровоцированном *белыми* радикалами [с. 166–167]. Бунтари не желают подлинного решения проблем, для них важен *полный* отказ «народных масс» от Системы, а также собственная «ведущая и направляющая» роль в этой «великой борьбе», на деле оборачивающаяся грязной провокацией, вполне добровольной и хорошо оплачиваемой, – это доказывается на американском материале, в соответствующих главах.

Пока гипертрофированный индивидуализм, вроде бы представленный в гражданских правах, служит предметом спекуляции, контркультура и ее лидеры будут иметь свой кусок масла с чужого куска хлеба, – протестуя, к примеру, в нужное время на видном месте против ношения школьной, монастырской или военной формы, но стимулируя тем самым пополнение молодежного гардероба, не в пример более модного и дорогого, опять-таки. Сегодня вся эта среда пронизана предпринимательской этикой, по выражению Артура Маруика. Очевидно, что «бунт – это не угроза системе, это и есть система» [с. 207], –

хорошо продуманная, экстагически расхлябанная (с виду) и эстетически бесплодная (по сути), несмотря на «выпендрей». Сегодня ее распространяют по «схеме эпидемии» [с. 253–255] с помощью «вирусной маркетинга» – так, что 12-летние дети советуют родителям, какой автомобиль следует купить. Подростков рекрутируют в качестве «консультантов» для домов моды, чтобы они навязывали соответствующие тряпки одноклассникам; учащиеся старших классов принимают стероиды или сидят на диетах, чтобы соответствовать культовым образцам с рекламы нижнего белья, и все это оформляется «протестно», так как подростки более всего уязвимы в сфере подчинения/неподчинения принятым уже стандартам! Реклама – лишь «один эпизод из целого набора информационных институтов, хотя она действительно вездесуща и ее невозможно избежать», по мнению авторов [с. 256–257].

Затраты на «промывание мозгов» опять растут, «протестная» реклама калечит и детей, и взрослых. Необходимо ее законодательное регулирование, иначе вариации на тему бунтарства так или иначе будут стимулировать контрпродуктивные тенденции в социуме, и «эти простые и действенные предложения» не должны игнорироваться в пользу «культурных политических доктрин, мировой революции и других романтических идей», заведомо деструктивных и откровенно подпитываемых коммерческими структурами [с. 259].



Ил. 6. Мелеш Фрэнк. "Байк"

Мотоцикл на картине Фрэнка Мелеша – не просто символ «байкерской» свободы, за ним грозы, молнии, полная луна («старая романтика, чёрное перо!») и «свобода» – возможность мчаться по ночным автострадам, утешаясь «суррогатным мятежом».

Мятеж ответственен за общую стандартизацию и духовной жизни, и вещей, и даже объектов архитектуры, поскольку ведет к гомогенизации потребительских предпочтений даже в сфере «идеала спонтанной гармонии», заведомо ложного и фальшивого [с. 379]. Это означает, что с рыночно-идейным феноменом «бунта» быстро расстаться не получится, к сожалению, ни на Западе, ни на Востоке. Тем не менее, мифы контркультуры, защищающие тех, кого якобы обличают, – от сферы экологии до сферы моды, – теперь никого не обманут, как и противоположные игры, – в толерантность и плюрализм, – непостижимую *терпимость* к очевиднейшим «кидалам». Подлинный плюрализм требует

немедленного изгнания любого мошенника из правового поля, предания суду по всем правилам, без двойных стандартов, обожаемых уголовниками повсюду, включая США.

Авторы полагают, что именно контркультура – секретное оружие «правых», включая и фашистов, поскольку «бунтари» умело уравнивали свободу с нарушением социальных норм – и продолжают это делать отнюдь не к выгоде малоимущих слоев и представителей левых движений, которых традиционно подают в СМИ как нечто схожее с «контркультурщиками», несмотря на *правильную* гражданскую позицию, общепринятые нормы культуры и образцовое законопослушание [с. 402]. Случайно, само собой, происходит сие, яко «выскакивания» анархистов из-за демонстраций *мирных* антиглобалистов, хотя бы на последнем саммите «Большой восьмерки». Парни в масках бросают в полицейских бутылки с горючей смесью (кто-нибудь из «людей в форме» обязательно попадает в больницу), а сами прячутся за демонстрацию, – и возьми их, попробуй, потенциальных убийц, грязных провокаторов! Полиция с ходу наносит удар всеми силами, – естественно, не по «бунтарям», а по «зеленым», к примеру, хотя прекрасно знает механизм подобных игр¹². Да, вот еще, – прогонять или бить этих подонков неэтично, видите ли. Они якобы «левые», они «свои», хотя никто, наверно, не приносит больше зла «широким массам», даже откровенно фашистские организации! Таковы традиции, да, поэтому контркультура и завралась, и выродилась до такой степени, что это очевидно даже ее деятелям.

Хватит, наемные бунтари, говорят авторы книги. Вы уже сделали все, что могли, – отработали и журналистские гонорары, и университетские ставки, и сетевой маркетинг, – так не пора ли все-таки закрыть лавочку оплачиваемого «рыночного» свободолобия?

Сведения о местоположении используемых иллюстраций:

1. Ил. 1. Рознер Доминик. «Городской пейзаж»

URL: http://2photo.ru/2209-gorod_v_hdr_fotograf_dominik_rosner/1-foto (дата обращения: 02.07.2010)

2. Ил. 2. Яник Дери. «Красота»

URL: <http://www.etoday.ru/tag/beauty> (дата обращения: 02.07.2010)

3. Ил. 3. Хейманс Ральф. «Натюрморт»

URL: <http://www.arhinovosti.ru/2008/09/26/kartiny-ralfa-khehjjmansaralph-heimans/> (дата обращения: 02.07.2010)

4. Ил. 4. де Барро Андре Мартин. «Классика»

URL: <http://ekabu.ru/18850-raboty-martina-de-barro.html> (дата обращения: 02.07.2010)

5. Ил. 5. Кинкейд Томас. «Париж»

URL: <http://i055.radikal.ru/0912/6f/00cf02b77c8b.jpg> (дата обращения: 02.07.2010)

6. Ил. 6. Мелеш Фрэнк. «Байк» URL: http://www.klopp.ru/uploads/posts/2007-0/thumbs/1193397639_frank_melech_013.jpg (дата обращения: 02.07.2010)

Источник: *Культура в современном мире. — 2010. — № 2. — [Электронный ресурс]. —*
Режим доступа: URL: <http://infoculture.rsl.ru>

¹² Борис Кагарлицкий: Росток: первый акт. – <http://www.vz.ru/columns/2007/6/5/86148.html>