

Туксаитова Райхан Омерзаковна

профессор

Альбекова Асия Шакеновна

доцент

Омарова Гульнар Турсуновна

старший преподаватель

Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина

г. Астана, Республика Казахстан

СИМВОЛИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ А. ПОТЕМКИНА

Аннотация: в произведениях автора важную роль играют символические средства, используемые им с целью показа бездумного, потребительского отношения к культуре общества, к членам ее. В статье большое значение уделяется обличению потребительского мира, в котором отсутствует стремление к внутреннему самосовершенствованию, к духовному, а не материальному обогащению.

Ключевые слова: потребительская культура, манифестация социальных отношений, невербальные культурные артефакты, социальный символизм.

Потребительское отношение современного человека к культуре проявляется в его социально-символическом поведении. К социальному символизму Е.Я. Басин и В.М. Краснов относят символические способы, посредством которых личность может и должна демонстрировать свою респектабельность, свое принятие тех социальных отношений, в рамках которых она действует [1]. В этом случае символически присвоенный предмет культуры не функционирует в качестве определенного культурного блага, а служит способом манифестации социальных отношений взаимодействующих личностей. Артефакты культуры используются не по прямому назначению, а для показа престижа человека, его респектабельности, демонстрации принадлежности субъекта к престижной группе «мы», противопоставленной группе «они». Статусное присвоение культурных артефактов направлено на маркирование своего места в обществе. В этом

случае невербальные культурные артефакты используются не по прямому назначению [2].

Проблема потребительской культуры в романах А. Потемкина занимает особое место. Обратим внимание на постулаты потребительского мира: из человека сотворить субъект рынка: «Нам просто необходимо основательно оторвать человека от любой духовности, чтобы сотворить из него субъект рынка, инструмент дохода, чтобы дать ему хорошую зарплату, но как можно быстрее отобрать ее, разжигая азарт потребления. Предоставить банковские кредиты, которые в итоге пойдут на развитие нашего собственного бизнеса. Атрибуты потребительского мира: *«Какой потрясающий аромат у «Коко Шанель!»*, *«Бриллианты у ювелиров «Булгари» сверкают ярче, чем звезды небосвода»*, *«Эротический шум работы двигателя «Бентли» возбуждает мои чувства. А ваши?»*, *«Ужин с вином «Петрусь» я предпочту любому спектаклю!»*, *«Когда я ношу брюки фирмы «Бриони», у меня даже поллюции изысканные»*, *«за туфли «Маргали» я с радостью заплатил бы десять тысяч долларов»*, *«Мечтаю проплыть в vip-апартаментах на «Куин-Мэри-2» по маршруту Лондон-Нью-Йорк»*, *«Аромат сигар «Давыдов» сводит меня с ума...»* И так далее, без конца! («Русский пациент», с. 59). Лексические единицы, обозначающие наименования известных брендов, фирм и марок товаров потребления, демонстрируют читателю мир вещизма и потребления определенной прослойки людей, для которых эти наименования имеют магический смысл. Это их лицо и демонстрация их принадлежности к миру избранных, к миру, в котором торжествует власть денег, благополучия, роскоши. При этом читатель чувствует, с какой иронией автор повествует о тех, кто является обладателем этих вещей.

Каковы же предпочтения в потребительской культуре, на что обращают внимание те, кто хочет владеть большими финансовыми возможностями?: *«Силу денег способен ощутить каждый. Но найдите мне того, кому с помощью религии удалось построить дом, раскрутить бизнес! Кому с помощью морали удалось накормить или одеть себя, с помощью нравственных постулатов – обеспечить приличный уровень жизни для своей семьи! В этой связи возникает главный*

вопрос: что больше всего мы должны ценить в человеке? Что он должен ценить в самом себе? Чем гордиться? Скажу сразу: какие-то особые умственные способности соотечественника меня, да и бизнес в целом, нисколько не интересуют. Человек прежде всего должен гордиться своей стройной фигурой, ухоженной кожей, первоклассной одеждой. Он должен выделяться своими предпочтениями парфюмерных брендов, проведением свободного времени, шопингами, посещением теннисных турниров, членством в гольф – и покер-клубах, объемом груди, форсить марками автомобилей, земельными участками, известными любовницами, особенно если они жены крупных политиков, солидными банковскими счетами, пакетами акций высокорентабельных предприятий» («Русский пациент», с.56). Обратим внимание на атрибуты сытой, успешной жизни: «Он должен иметь стройную фигуру, ухоженную кожу, первоклассную одежду. Он должен выделяться своими предпочтениями парфюмерных брендов, проведением свободного времени, шопингами, посещением теннисных турниров, членством в гольф – и покер-клубах, объемом груди, форсить марками автомобилей, земельными участками...

Полный набор средств, необходимых для успешного человека. Как видим, внешняя упаковка, посещение определенных мест, где, по-видимому, и наблюдается скопление таких же упакованных людей, при этом комплект движимого и недвижимого имущества и обязательный атрибут – функционирующий аппарат для сексуальных утех. Здесь нет места духовности, интеллектуальному развитию, нравственным ценностям. Это все мешает современному человеку: «Мазурина, помолчав, продолжила: « – Успешного россиянина не должны сдерживать нравственные или религиозные оковы. Он живет исключительно для самого себя. Наше кредо – ренессанс эгоизма, культ собственного эго. Мы означаем новый стратегический выбор человечества – не сфера разума должна увлекать современников, а сфера употребления, удовольствия, экстаза чувств» (Русский пациент, с. 169).

В потребительском мире деньги как средство наживы играют важную роль для достижения целей, обладания материальными благами, ощущения превосходства над окружающими. Человек, приобретая материальные блага, обретая финансовую независимость, ощущает безграничную власть денег над человеком: *«Лиши меня денег, недвижимости, бизнеса, чем я буду заниматься? В какой дыре окажусь? Чем начну зарабатывать на хлеб насущный? Сам буду действовать локтями, чтобы стать крепостным Римушкина. Барьер-то между нами лишь денежный. Лишь цифры, лишь кучи купюр разводят нас на две стороны! Дай им пару десятков миллионов, они свое поместье выстроят, чтобы издеваться, издеваться надо мной! Если у тебя есть деньги, ты обретаешь божественную ипостась. Если нет этих чертовых ассигнаций, твоя плоть получает земной, рабский статус. Вот она вся житейская философия!»* («Человек отменяется», с. 267). Деньги разделяют все человечество на два лагеря – на тех, кто имеет деньги, значит, имеет возможность иметь все и на тех, кто находится по другую сторону, не имеющих доступа к денежным средствам.

В то же время создатели этого потребительского мира понимают, что человек не может отказаться от мира потребления, он в заколдованном круге: *«Наш главный враг – это мы сами, неспособные отречься от мира потребления. Но, дорогая, без этого мира человеческая жизнь вообще невозможна. Мы существуем как бы в заколдованном кругу, так что выбор мировоззренческих альтернатив до предела скуден. Ограничить спрос, видимо, в будущем будет возможно с помощью генной инженерии. А что дальше? Без развития спроса невозможен научно-технический прогресс, а значит, не смогут совершаться эволюционные шаги цивилизации. Застой потребления приведет лишь к гибели человечества»* («Русский пациент». с. 123).

Писатель ставит человека перед выбором: сумеет ли он отказаться от привычного образа жизни, материальных благ и всего, что составляет его сущность. Не случайно герою Химушкину снится сон. Будто он превратился в пшеничное зернышко: *«Господин Сандалов, орудуя совком, наполнил пшеницей старую машинку. Когда Химушкин вместе с другими пшеничными зернами скатился из*

совка в бункерок агрегата, дух радостно перехватило. Все предыдущие размышления забылись, душа замерла от приятных ощущений. Вспомнилось, как в далеком детстве он на санках с Воробьевых гор вихрем мчался к Москве-реке. Ух! Из потока прежних соблазнов и увлечений в памяти чудаковатого москвича вдруг вспыхнула картина из прошлого: он оказался в сугробе с краснощеккой подружкой из детского дома, то ли Валец, то ли Варей» («Человек отменяется», с.94).

Трагизм современного человека в том, что он не смог преодолеть в себе низменное начало, что своими необузданными животными желаниями и поступками может привести себя к самоистреблению. И в этом отношении знаменателен финал романа, когда один из героев Виктор Дыгало ценой своей жизни отменяет человека: *«Человечество приходило в себя лишь для того, чтобы опять пуститься по кругу порочных соблазнов. Ничего нового оно не хотело, да и не могло желать. В этом Дыгало был убежден. Вернувшись на место, он уставился в окно на вековые ели тайги, и разум его вновь стал бунтовать. «Я пытался. Я хотел любить человека, но из этого ничего не получалось. Не встретил я его. Не раскрылся он передо мной россыпью своих талантов. Теперь же я его больше не ищу. Он ни мне, ни матери не интересен. Он никому, кроме себя самого, не нужен. Человек! Ты отменяешься!» («Человек отменяется», с. 558).*

Если общество будет придерживаться потребительских принципов, то к чему мы придем? Что будет с нами? Все эти вопросы ставит в своем романе А. Потемкин, который стремится предупредить человечество о крахе общества, лишённого духовного начала и нравственных качеств. И в выполнении художественного замысла автора важную роль играют символические средства, использующиеся им с целью показа бездумного, потребительского отношения к культуре общества, к членам ее.

Список литературы

1. Краснов В.М. Художественная культура как социальный символ / Е.Я. Басин, В.М. Краснов // Философия художественной культуры: традиции и современные тенденции: сб. науч. ст. / Департамент образования г. Москвы, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования. – М., 2010. – С. 38–41.

2. Басин Е.А. Философская эстетика и психология искусства / Е.А. Басин. М., 2007.
3. Потемкин А.П. Полное собрание сочинений. — М.: Порог, 2014.