



ОБРАЗЫ ЧУДА В ПОПУЛЯРНОЙ КУЛЬТУРЕ

УДК 130.2

<http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-6-14>

Е. В. Золотухина - Аболина

Южный федеральный университет,
Ростов-на-Дону, Российская Федерация,
e-mail: elena_zolotuhina@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена специфике поиска чуда и предложения темы чудесного в современной популярной культуре. Автор рассматривает популярную культуру как ту часть коммерческой массовой культуры, которая широко востребована потребителями; в частности весьма популярными являются сюжеты, связанные с чудом. Под чудом в статье понимаются неординарные счастливые события, радикально нарушающие привычный и общепонятный порядок вещей, но именно те, которые оцениваются как благо, потому что отвечают желаниям и чаяниям человека. В отличие от христианства, где чудом полагаются только вторжения Бога в мир, современное эклектическое массовое сознание считает чудом внезапную реализацию собственных настойчивых желаний, полученную любым способом – молитвой, магией, ритуалом, работой с сознанием. В таком представлении о чуде гораздо больше от сказки, чем от веры. Популярная культура предоставляет много способов приобщения потребителей к возможным чудесам, учитывая типы личности. Деятельному, «маскулинному» типу предлагаются разные магические способы активного влияния на собственную судьбу посредством энергетических и ментальных практик; рецептивным, «феминным» клиентам предлагается спектр предсказательных и оберегающих магических услуг. Любым людям, интересующимся чудом не как моментом собственной жизни, а как любопытным феноменом, предлагается обилие сказок, фэнтези, мистической и магической литературы, включая книги по трансперсонализму, а также – компьютерные игры, включающие чудо как необходимый момент сюжета. «Магические услуги», связанные с надеждами на чудесное, в огромной степени перемещаются в Интернет, становятся частью информационных сетей, осуществляются дистантно. Автор фиксирует, что чудо, которое всегда представлялось экстраординарным событием, редким и доступным опыту единиц, благодаря популярной культуре начинает представляться чем-то доступным и обыденным, девальвируется, и, становясь постоянным элементом боевиков и детективов, приобретает оттенок брутальности.

Ключевые слова: чудо, массовая культура, популярная культура, чудеса, коммерциализация, магия, сказки, фэнтези.

Для цитирования: Золотухина-Аболина Е. В. Образы чуда в популярной культуре // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2024. №5 (121). С. 6–14. <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-6-14>

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда «Религиозные и секулярные дискуссии о чуде» № 23-28-00254, <https://rscf.ru/project/23-28-00254/>

ЗОЛОТУХИНА-АБОЛИНА ЕЛЕНА ВСЕВОЛОДОВНА – доктор философских наук, профессор, Южный федеральный университет

ZOLOTUKHINA-ABOLINA ELENA VSEVOLODOVNA – DSc in Philosophy, Professor, South Federal University

© Золотухина-Аболина Е. В., 2024



POPULAR CULTURE: THE SEARCH FOR THE MIRACULOUS

Elena V. Zolotukhina - Abolina

Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russian Federation,
e-mail: elena_zolotuhina@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the specifics of the search for a miracle and the proposal of the theme of the miraculous in modern popular culture. The author considers popular culture as that part of commercial mass culture that is widely in demand by consumers; in particular, stories related to miracles are very popular. In the article, a miracle is understood as extraordinary happy events that radically violate the usual and generally understood order of things, but precisely those that are assessed as good because they meet the desires and aspirations of a person. Unlike Christianity, where miracles rely only on intrusions into the world of God, modern eclectic mass consciousness considers a miracle the sudden realization of one's own persistent desires, obtained in any way: prayer, magic, ritual, work with consciousness. This idea of a miracle has much more to do with a fairy tale than with faith. Popular culture provides many ways to expose consumers to possible wonders, given personality types. The active, "masculine" type is offered various magical ways to actively influence their own destiny through energy and mental practices; Receptive, "feminine" clients are offered a range of predictive and protective magical services. Any people interested in a miracle not as a moment in their own lives, but as a curious phenomenon, are offered an abundance of fairy tales, fantasy, mystical and magical literature, including books on transpersonalism, as well as computer games that include a miracle as a necessary plot point. "Magical services" associated with hopes for the miraculous are moving to a huge extent on the Internet, becoming part of information networks, and carried out remotely. The author notes that a miracle, which has always seemed like an extraordinary event, rare and accessible to the experience of a few, thanks to popular culture, begins to seem like something accessible and ordinary, is devalued, and, becoming a permanent element of action films and detective stories, acquires a tinge of brutality.

Keywords: miracle mass culture, popular culture, miracles. commercialization, magic, fairy tales, fantasy.

For citation: Zolotukhina-Abolina E. V. Popular Culture: The search for the Miraculous. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*. 2024, no. 5 (121), pp. 6–14. (In Russ.). <http://doi.org/10.24412/1997-0803-2024-5121-6-14>

Acknowledgements: The research was supported by a grant from the Russian Science Foundation "Religious and secular discourses about miracles" No. 23-28-00254, <https://rscf.ru/project/23-28-00254/>

Постановка вопроса

Тема статьи, предлагаемой вниманию читателей, – это обращение к тому «пространству чудесного», которое существует в современной поп-культуре и составляет ее немалую часть. Сокращение «поп» – по крайней мере, в России – звучит неблагозвучно и как бы намекает на некоторую низкопробность рассматриваемого материала, поэтому в дальнейшем я буду говорить о «популярной культуре», называя ее полным именем. Рассмотрением понятия популярной культуры занимались в недавнем времени такие английские авторы как Дж. Фиске, Д. Чейни,

Дж. Стори; в русскоязычных исследованиях феномен популярной культуры ярко представлен работами Е. Н. Шапинской [22; 23] и В. Скрижицкого [15], издавались также сборники, трактующие это понятие [3]. Феномен популярной культуры рассматривался в разных контекстах в диссертационных исследованиях [11; 13; 16].

Понятие популярной культуры соотносят обычно с понятиями массовой и народной (фольклорной) культуры. Между тем стоит заметить, что разные исследователи трактуют его по-разному. Лично мне, как автору статьи, близко понимание Дж. Фиске, которое может



быть выражено так: «Массовая культура – это культура, которая массово производится, распространяется и продается. Популярная культура – это то, что возникает из массовой культуры, согласно мнению большинства» [15].

Фольклорная культура, рождаемая непосредственно из глубины народной жизни, во многом покинула мир современных мегаполисов, осталась достоянием прошлого, хотя, возможно, и стоит поискать «местный фольклор» в малых городах и сельской местности. Но дело в том, что коммерциализированная массовая культура становится ныне формой существования и воспроизводства для *любых* видов культуры. *Популярная культура* – это то, что охотно и активно потребляется, будучи извлечено из массива массовой культуры. Она производит, предлагает и навязывает свой продукт – смыслы, ценности, цели, эмоции, образы прошлого, настоящего и будущего, стереотипы поведения и переживания. Собственно, популярно то, что *востребовано*, что вызывает эмоциональный резонанс, что хотят видеть и слышать снова и снова. Стремясь получить прибыль, все звенья производства массовой культуры стараются быть популярны, хотя при этом они, несомненно, реализуют собственный интерес и нередко транслируют то представление о смыслах и образах, которое присуще владельцам и организаторам масс-медиа, моды и других видов культурных практик.

Одним из важных направлений создания контента для массового потребления, контента, который был бы популярным, является *тематика чуда и чудесного*.

Ответы популярной культуры на жажду чуда

Слово «чудо» присутствует практически в любом языке мира. Но присутствует не только слово, но и образ, порой характеризующий лишь восторженным восклицанием. Чудо – это всегда *нарушение привычного, общепонятного порядка вещей*, причем такое, которое отвечает *страстному желанию и чаянию человека*: уж и не надеялся на счастли-

вый исход, на спасение, воскресение, любовь, творческое озарение, а оно произошло. Чудо связано с *внезапной позитивной трансформацией обстоятельств и состояний*, с открытием путей к счастью, оно воспринимается как «данное свыше».

В христианской мысли чудом выступают все события, связанные с приходом Бога в мир – Рождество, Крещение, Богоявление, Воскресение, а также таинства – Евхаристия, Елеосвещение, Священство, Брак. Благодаря им человек приобщается непосредственно к Богу, к высшим измерениям бытия. Для христианства чудо может совершать *только Всевышний*, а человеческие попытки магии и чудотворчества отвергаются. В то же время мантические и магические практики, направленные на «возникновение чудесного», известны с дохристианских времен, а «народная магия» также имеет место в современных городах, как в деревнях далекого прошлого.

О чуде как загадочном и важном феномене писали многие интересные авторы, среди которых С. С. Аверинцев [1], Ж. Ле Гофф [6], А. Я. Гуревич [2], А. Ф. Лосев [8] и др. Сравнительный анализ взглядов на чудо русских и зарубежных авторов дает в одной из своих статей К. Г. Фрумкин [19]. Отметим, что в философском ключе в качестве чуда может рассматриваться весь мир и само существование человека, но в рамках повседневного массового сознания чудо видится, скорее, как *событие*, прекрасное и потрясающее, ведущее к *радикальному* улучшению жизни.

Конечно, кроме вожделенного Божественного чуда, дарующего счастье, бывают и «чудеса» в негативном смысле слова. В народной стихии рождаются представления о ведьмах и колдунах, которые могут навредить. Однако злые чудеса тоже бывают кому-то выгодны и полезны, они способны быть инструментом, средством достижения цели и, в сущности, герои сказок всегда стремятся даже скверные чудеса обернуть себе на пользу. Гадания и магия становятся оружием для обретения чудесной победы или чудесного спасения.



Современные люди, живущие в технизированной, информационном, но трудном и не слишком справедливом мире, также – кто тайно, кто явно – мечтает о чуде, которое радикально *преобразовало бы жизнь в позитивном ключе*. Это, в первую очередь, жажда бессмертия для себя и близких, желание выздоровления от недугов; блистательные успехи и головокружительные карьеры, случающиеся «вдруг»; это взаимная вдохновительная любовь; это всеобщее доброжелательство, неожиданное материальное богатство, позволяющее жить свободно; это, наконец, возможность везде и всегда быть победителем, умение превращать желаемое в действительное... Повседневность и обыденность принуждают к многоплановой борьбе за существование, к уступкам и жертвам, к терпению и покорности, а душа стремится к чуду, которое могло бы все проблемы благополучно разрешить.

Именно поэтому *высоко популярна* та часть массовой культуры, которая дает возможность *надеяться на чудо, смотреть на чудеса и быть причастными к чудесам*. Конечно, мрачный круг депрессивных интеллектуалов-материалистов чудеса презирает, но и они порой не прочь помечтать о том, чтобы «все хорошее победило все плохое». Следует отметить, что современный зритель, читатель и пользователей Интернета не делает существенного различия между теми «чудесными событиями», которые происходят непосредственно от Бога и теми, которые производят иные существа, сущности и люди. Европа ныне признает себя «постхристианской», а в России, хотя многие и соблюдают основные христианские праздники, но не очень-то посещают храмы в ходе текущей жизни. Сознание сегодняшнего россиянина достаточно *эклeктично*, в нем смешаны чисто светский подход к миру, обрывки христианских представлений, такие же фрагменты спиритуалистических взглядов, симпатия к «народной магии». Один и тот же человек может «за своим чудом» как идти в храм, так и к гадалке, которая покупает свечки в том же храме. Для многих Бог выступает безличным по прин-

ципу «что-то там над нами есть», а, значит, и гадалка к Богу причастна, и медитация ведет к нему же. И «средний человек» хочет, в первую очередь, чудесных событий, которые дадут ему столь же чудесные переживания.

Что же предлагает сегодняшнему потребителю та часть массовой культуры, которую можно с полным правом назвать популярной?

Чтобы указать характерные формы популярной культуры, отвечающей на потребность масс в *чудесном*, сделаем условное предположение о существовании *двух типов личности*, один из которых можно назвать маскулинным, а другой – фемининным. Названия эти соотносятся с юнговскими архетипами Анимуса и Анимы, где Анимус – это активное и агрессивное, поистине мужское деятельное начало, а Анима – рецептивное, пассивное, воспринимающее женское начало, однако не хуже Анимуса способное к творчеству. В соответствии с этим условным, в данном случае, подсобным для нас разделением мы можем выделить «мужское», *деятельное отношение к чуду*, по принципу «а чудеса мы умеем делать сами». В маскулинном варианте восприятия и поведения человек не ожидает чуда и о нем не молит, он действует и хочет участвовать в действии, вызывающем чудо. В этом смысле любая магия – маскулинный вариант, что, собственно, также характерно для науки и техники, склонных вторгаться в природу и преобразовывать ее, вызывая «рукотворные чудеса». В фемининном варианте человек молится, надеется, ждет проявления Божьей воли или «доброе волшебника», надеется на счастливый случай, на помощь свыше и на счастливое стечение обстоятельств, он также склонен уповать на судьбу, хотя очень хочет ее проведать.

Конечно, в реальных людях, и мужчинах, и женщинах, эти тенденции смешаны, но в ком-то доминирует деятельное, а в ком-то – рецептивное начало. И массовая культура создает такие предложения, которые будут *популярны у обоих типов личности*, будут одобрены и восприняты массово: маскулинная натура прикоснется к деятель-



ному чуду, а фемининная – получит надежду на чудо и укрепится в ней. В данном случае речь идет именно о *личной причастности* к чудесному, когда нечто замечательное и волшебное должно произойти именно с тобой. Что же предлагает современным людям популярная культура? Будем называть те формы «личной причастности к чуду», которые как поставляются в личном режиме, так и могут быть получены с помощью книг или онлайн.

Маскулинный тип – «хочу сам творить чудеса»

Если человек желает сам творить чудеса в своей жизни подобно конструктору или инженеру, он может вступать в разного рода тренинговые группы, которые обещают развить его навыки работы с внутренней энергией (например, Файербол Б. Моносова [10]) или овладеть эмоционально-мыслительными техниками вроде Симорона [17], или же обратиться к методикам Л. Хей [9], А. Свияша [14], В. Зеланда [5], которые обещают при определенном усердии превращение ищущего в Вершителя своей судьбы. Овладевая соответствующими техниками работы с энергиями, навыками позитивного мировосприятия и мышления, индивид должен по существу стать магом. Он, конечно, не вступает в конфликт с предполагаемыми высшими силами, а, напротив, либо «посылает им заказ на космическую кухню», либо подобно серфингисту «седлает волну», на которой к нему должно приплыть исполнение желаний, несмотря на все сопротивление объективных обстоятельств (обстоятельства должны чудесным образом сами подстроиться).

Авторы, ведущие своих почитателей к чудесам, *поистине популярны*. Так Интернет любезно сообщает нам о Луизе Хей, чья книга «Ты можешь исцелить свою жизнь» впервые была издана в 1984 году, переведена на 30 языков народов мира, стала мировым бестселлером, совокупный тираж которого превысил 50 000 000 экземпляров. Луиза Хей входит в список 100 самых влиятельных духовных лидеров современности в 2012 году по вер-

сии журнала «Watkins' Mind Body Spirit» [20]. О книгах Вадима Зеланда, который создал методику «перемещения с одной ветки реальности на другую» (а это, несомненно, чудесно) издательство «Эксмо» пишет: «А суммарные тиражи от их продажи составили более 3 млн экземпляров в 20 странах мира» [24]. И хотя чудеса во многих случаях не происходят, что нередко обсуждается на просторах сетей, упорные искатели не отступают: чудо всегда манит, соответствия сентенции «Завтра» – большой обманщик, и его обман никогда не теряет прелести новизны». В информационном пространстве присутствует огромное количество сайтов, предлагающих не только книги, но также и практики – как «в реале», так и дистантно [25], где предлагается и тета-хилинг, и овладение «кодом судьбы», и обучение рейки, и многое другое.

Задачей моей статьи не является критика поисков чудесного. Мир очень сложен, и мы многого о нем не знаем. Понятно, что автор, пишущий о поиске чудесного, сам в какой-то степени причастен к этому поиску, иначе он никогда не пошел бы бродить по эзотерическим, магическим и мистическим порталам. Моя задача в ином – уловить специфику этого древнего поиска в современной популярной культуре. И, думаю, одним из специфических моментов является именно *массовость*, сама *популярность* темы. Поиск чудес и тем более желание овладеть их актуализацией всегда был занятием узкого круга, так как в европейской культуре христианская религия не велела увлекаться колдовскими играми и даже жестоко за них карала. Но с процессом секуляризации надежда на молитву и Бога, смягчавшая страдания людей, угасла, а в России долго господствующий атеизм создал разрыв в традиции. На место веры и молитвы в массовое сознание 90-х годов вместе с потоком переводных эзотерических книг пришло желание «испробовать свои мистико-магические способности», самим создать чудо, если его не дождешься от «высших инстанций бытия». Эзотерическое сделалось экзотерическим, книжные магазины заполнились огромным



количество книг, повествующих о возможности чуда, создаваемого человеческим умом, чувством и волей.

Фемининный тип – «сделайте мне чудо»

Однако не все готовы посягать на статус чудотворцев и смело учиться перечить судьбе. Более пассивные и не столь храбрые натуры предпочитают чудодейственными способами просто получать информацию о грядущем, охранять себя волшебными средствами от напастей и обращаться к содействию утешителей, желательно имеющих доступ к «источникам чуда». Это когорта людей, постоянно обращающихся к мантике, проще говоря, к гаданиям или же, если говорить на другом языке, к разным видам «считки информации», не доступной для обычных средств. Если маскулинный представитель соотношения с чудом (это может быть и женщина!) строит свой *проект* чудесного, то фемининная натура ограничивается *прогнозом реальных событий*. А кто предупрежден, тот вооружен! Обращение к чудесному, к нетривиальным вариантам познания не столько преследует позитивную цель, сколько ограждается от негативного сценария.

В распоряжение этих «потребителей чуда» популярная культура предоставляет широкий набор средств. Это астрологические прогнозы (Т. Глоба [21], А. Зараев [4] и др.), это огромное количество гаданий на Таро, предлагаемых как в рамках личной встречи, так и в режиме Интернет. Таро приобрело за последние десятилетия невиданную популярность, оно дополняется предсказаниями на основе колоды Ленорман и различных новоизобретенных Оракулов. Можно чудесным способом узреть будущее на бесплатных и на платных сайтах, вступать в личный контакт с гадалем с помощью Whatsapp и других мессенджеров. Впрочем, и пассивные опасливые натуры желают порой повлиять на события, просто – чужими руками. Тогда они прибегают к предлагаемой возможности заказывать привороты и отвороты, различного рода ритуалы,

направленные на оздоровление организма, улучшение карьеры, ослабление сил недругов. Специалист «сделает вам чудо»! Он может к тому же соорудить обереги, подсказать заговоры и посоветовать ритуалы, которые проводятся без особых избыточных усилий в подходящее «священное время». Впрочем, скорее он проведет их сам за приличную оплату. Сюда же можно отнести разного рода отливки на воске и отчитки молитвами.

В рамках популярной культуры возникают удивительные формы «чудесных предсказаний», когда карточный расклад ведется онлайн сразу на большую аудиторию совершенно не знакомых, не увиденных и не учтенных предсказательницей людей. Они, «по ту сторону экрана», сами загадывают номер расклада из предлагаемого набора и сами к своим обстоятельствам применяют то, что гадалка говорит «для всех». Психологи объясняют это «эффектом Барнума», когда некие общие характеристики (особенно позитивные, но и вообще универсальные и правдоподобные) люди применяют лично к себе. Но в любом случае здесь активно задействуются способности кверента (того, кто обращается за предсказанием) к интерпретации. Тот, кто хочет что-то чудесно узнать, становится самостоятельным герменевтом и должен включаться в процесс формирования смысла сказанного для понимания собственного положения дел.

Читатели, зрители, игроки. Особенности «контентного чуда»

Искатели чуда обоих типов и те, кто вовсе не ищет чуда в повседневной жизни, активно «питаются чудесным» в совсем уже отстраненном варианте, когда само *чудо не имеет к ним лично никакого отношения*. Оно просто где-то есть. Оно происходило с кем-то в какие-то былые времена или же о нем повествует искусство, и таким образом дает на него взглянуть. Быть может, о чудесном стоит поговорить или в него поиграть. Вполне резонно даже утверждать, что «это все фантазия», всего лишь литературный или кинематографический жанр,



и я, мол, на самом деле ни во что это не верю, но... Приобщиться к этому хочется.

Массовая культура, идя навстречу пожеланиям потребителя и стремясь превратиться в «популярную культуру», изготавливает гигантское количество литературы, фильмов и компьютерных игр, *включающих тему чудесного*. Если даже взглянуть на российские фильмы последних нескольких лет, то можно увидеть, что это сплошные сказки: «Чебурашка» (2023), «Конек-горбунок» (2023), «Летучий корабль» (2023), «Бременские музыканты» (2024), «По щучьему велению» (2024), «Баба-Яга спасает мир» (2023), и это только наиболее известные. Не отстают и зарубежные фэнтези: «Сердце Пармы» (2022), «Страна снов» (2022), «Принцесса и Руна времени» (2023), «Тайна заколдованного зеркала» (2023) и т. д. Вспомним также популярность «Гарри Поттера», благодаря которому волшебство и чудо стало приходить в любой дом и в книжном, и в кинематографическом, и в «фанатско-сетевом» варианте.

Большим спросом пользуется популярная эзотерическая литература для взрослых, издания, рассказывающие о мистиках и магах, а также о представителях трансперсональной психологии, рассматривающих мир как «одно большое чудо». Но люди, ищущие чудо, не только про него читают, они про него и пишут. Если зайти на сайт «Литмаркет», где выставляют свои произведения самодельные писатели, то можно убедиться, что среди сетевой литературы фэнтези, в которых дело не обходится без чуда, занимают первое место. На 25 января 2024 года в этом разделе Литмаркета [7] самое большое количество произведений именно фэнтези (28062). Любовные романы занимают второе место (19252). И уж совсем отстает научно-популярная литература (158) и военная проза (79). Сочинительство – это тоже форма соприкосновения с чудесным, это словесная игра в него, попытка быть не просто творцом «литературной реальности», но такой, которая сама содержит чудесные возможности.

Популярная культура предлагает своим пользователям компьютерные игры в чудес-

ное, выходит множество предложений для смартфонов с играми про магов [18], где участвуют волшебные палочки и посохи, на специальной панели создаются заклинания. В общем, можно, не посягая на события собственной судьбы, вдоволь насладиться колдовством и чудесами. Хотя иногда создатели «волшебного контента» ведут себя практически кощунственно. На мой взгляд, примером этого является «игра в Иисуса Христа» [12]. На сайте, посвященном игре, комментаторы поясняют: «Как и следует из названия, I Am Jesus Christ – это симулятор Сына Божьего, в котором авторы предлагают игрокам в роли Иисуса Христа пройти весь земной путь Бога согласно Новому Завету, от рождения до вознесения. Включены превращение воды в вино, чудесный улов на Галилейском (Геннисаретском) озере и другие мини-игры». Игра создана в Польше и, вроде бы уже одобрена восьмьюдесятью процентами пользователей. Конечно, средневековые представления тоже разыгрывали сцены из Библии, но все же «игра в Иисуса» вне контекста сакрального праздника выглядит несколько цинично.

Заключение

Но в чем особенности того чуда, которое предлагает сегодня людям популярная культура, выраженная в «информационном поле»? Думается, некоторые из них можно коротко выразить следующими тезисами:

1. «Чудесное» в современной культуре *«ставится на поток»*. Тема чуда производится в таких объемах, что вообще-то перестает быть чем-то эксклюзивным, а ведь чудо – это и есть событие экстраординарное, необыкновенное, разрывающее однообразие повседневности. Но если можно ежедневно «играть в Иисуса» и «побеждать монстров волшебным мечом», то чудо – и вовсе не чудо, а некий элемент повседневности. А фильмы с превращениями вообще становятся чем-то банальным и даже не привлекают внимания.



2. «Чудесное» оказывается *доступно всем* и потому *девальвируется*. В сущности, каждый может отправиться на какие-нибудь эзотерические практики и пытаться волшебным образом формировать и себя, и свой жизненный путь. Может, конечно, из этого ничего не выйти, но принципиальных препятствий нет. Хорошо это или плохо? Наверное, ни хорошо ни плохо. Весь вопрос, что из этого получится и будет ли чудо – если вдруг возникнет! – поистине благим для человека и окружающих. Главное, чтобы разочарование не озлобило и не погрузило в депрессию.
3. Чудесное, скрещиваясь с боевиком и детективом, *брутализируется*, отчасти *технизруется*. Чего стоит хотя бы мультфильм «Турбозавры», который мил и забавен, но техника скрещена там одновременно и с животными, и с чудесами, потому что машины постоянно превращаются в зверей и обратно. Куда мрачнее выглядит множество боевиков-фэнтези, где чудеса работают вместе с мечами

и копьями как большая смертоносная дубина.

4. Коммерчески ангажированные «маги и волшебники» постоянно *поднимают свои тарифы* и избыточно заботятся о саморекламе, в то время как «качество чудодейственных услуг» падает – просто в силу того, что исчезает та интимность, которую создает личное общение с «колдуньей-психотерапевтом». Когда нет «волшебной каморки» со свечами и магического интерьера, а есть только экран смартфона, и волшебница на тебя вовсе смотреть не хочет, удовлетворяясь «астралом», то и чуда никакого не получается. Избыточная жажда массовости подрывает саму суть того ожидания чуда, которой желает «фемининно настроенный потребитель», ожидающий сочувствия и успокоения.

Наверное, анализ чудес в популярной культуре можно было бы и продолжить. Но на самом деле это тема для большого и вдумчивого исследования, которое пока в полной мере не проведено. Во всяком случае, в России.

Список литературы

1. Аверинцев С. С. Связь времен. [Электронный ресурс]. URL: <https://predanie.ru/book/216920-svyaz-vremen/>
2. Гуревич А. Я. Культура и общество средневековой Европы глазами современников. Москва: Искусство, 1989. 366 с.
3. Загидулина М. В. Рецензия на книгу «Топографии популярной культуры» // Филологический класс. 2016. № 2 (44). С. 104–105.
4. Зараев Александр. Официальный сайт. Гороскопы. Астропрогнозы. [Электронный ресурс]. URL: <https://zaraev.ru/>
5. Зеланд В. Пространство вариантов Санкт-Петербург: Весь, 2006. 205 с.
6. Ле Гофф Ж. Средневековый мир воображаемого. Москва: Прогресс, 2001. 440 с.
7. Литмаркет. [Электронный ресурс]. URL: <https://litmarket.ru/genres>
8. Лосев А. Ф. Диалектика мифа, Москва: Азбука, 2021. 320 с.
9. Лучшие книги Луизы Хей. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.livelib.ru/author/231/top-luiza-he>
10. Моносов Б. Файербол-1: Управление энергией. [Электронный ресурс]. URL: https://booksafe.net/book/monosov_boris-fayerbol_i_upravlenie_energijey-181711.html



11. Рахимова М. В. Концепт популярной культуры в современной англо-американской культурфилософии: философско-эстетический аспект. Москва: Этносоциум. 2010. 208 с.
12. Религиозная игра. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.techinsider.ru/popmem/news-1568951-poyavilas-igra-simulyator-iisusa-hrista-poprobuete/>
13. Савельева И. Г. Массовая и популярная культура в современном обществе: Коммуникационный аспект, 2000. 154 с.
14. Свияш А. Г. Открытое подсознание. Как влиять на себя и других. Легкий путь к позитивным изменениям Москва: АСТ. Астрель. 2011. 379 с.
15. Скрижицкий В. Массовая культура против популярной культуры: объяснение с примерами. [Электронный ресурс]. URL: <https://spressclub.ru/sociology-ru/massovaya-kultura-protiv-populyarnoy-kultury-obyasnenie-s-primerami/>
16. Соколова Н. Л. Популярная культура в эпоху "новых" медиа: социальный анализ культурных практик. Диссертация ... доктора философских наук: 09.00.11. 2010. 354 с.
17. Техника исполнения желаний Симорон – что это такое, как работает. [Электронный ресурс]. URL: <https://astro7.ru/online-journal/luchshie-stati/simoron-tekhnika-ispolneniya-zhelanii.html>;
18. Топ 10 лучших игр про магию на ПК Игры про магов. [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/video/preview/14974139439332013700>
19. Фрумкин К. Г. Теории чуда в XX веке // Электронный журнал «Суфий». [Электронный ресурс]. URL: <https://oldsufiwebzine.wordpress.com/2002/08/20/к-фрумкин-теории-чуда-в-xx-м-веке/>
20. Хей Луиза. [Электронный ресурс]. URL: <https://jbooks.club/Author-1779.html>
21. Центр Тамары Глоба. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/channel/UC-ReWKh9G-GXfTDSSoTb0JA>
22. Шапинская Е. Н. Культура повседневности как пространство толерантности // Вестник культурологии. 2011. № 3. С. 206–207.
23. Шапинская Е. Н. Очерки популярной культуры. Москва: Академический проект, 2008. 191 с.
24. Эксклюзивное подарочное издание книги Вадима Зеланда «Живой трансерфинг. [Электронный ресурс]. URL: // <https://eksmo.ru/books/books-ID518420/>
25. Эзотерические практики, онлайн тренинги, видео курсы и книги по эзотерике лучших авторов на сайте kurs555.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://kurs555.ru/ezotericheskie-praktiki-onlajn-treningi-video-kursy-i-knigi-po-ezoterike-luchshix-avtorov>

*

Поступила в редакцию 12.08.2024