

УДК 101.8

Ким Мария Андреевна

преподаватель кафедры теории и истории
государства и права
Финансового университета
при Правительстве РФ
dom-hors@mail.ru

РОЛЬ СИМУЛЯКРА В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

Аннотация:

В идее символического потребления Ж. Бодрийяра выражен один из важнейших вызовов современности. Окружающее индивида информационное общество предлагает ему огромное пространство для выбора, но без собственных ориентиров невозможно его осуществление. Ориентиры обществу в свою очередь транслируют средства массовой информации, однако их содержание на сегодняшний день не выходит за рамки бытового существования человека. Обращение же к морально-этическим основаниям, призванным оформить более устойчивые мировоззренческие ориентиры сталкивается с прочной стеной рыночно-симулятивных отношений. В этой связи идея символического потребления предлагает не только критический подход к рассмотрению современного общества, но и дает возможность для осмысления бытия современного человека.

Ключевые слова:

общество символического потребления, симулякр, информационное общество, миф, иллюзия, реальность, гиперреальность, массовая культура.

Kim Maria Andreyevna

Lecturer of the Theory and History of
State and Law Department,
Financial University under the Government of
the Russian Federation
dom-hors@mail.ru

ROLE OF SIMULACRUM IN THE MODERN CULTURE

The summary:

Jean Baudrillard's idea of symbolic consumption expresses one of the most important challenges of the modern times. The information society proposes a person the broad field for making a choice, but without one's own guidelines its accomplishment is impossible. In turn, the guidelines are transmitted by the mass media, and their content nowadays doesn't go beyond everyday routine. Appeal to moral and ethic values, serving to give grounds for more stable world-view guidelines, collides with the resistant wall of the market simulating relations. In this regard, the symbolic consumption idea suggests not only the critical approach to the contemporary society, but also provides a possibility of comprehension of the modern human being existence.

Keywords:

symbolic consumption, society, simulacrum, information society, myth, illusion, reality, hyper-reality, mass culture.

Современное нам информационное общество ставит человека перед значительными трансформациями собственной жизни и необходимостью их осмысления для анализа собственного бытия. Социальные изменения, которые господствуют сейчас, приводят к возникновению совершенно иных социальных реалий. Они происходят настолько быстро, что человек не успевает сориентироваться и понять суть тех или иных трансформаций, у него не остается времени на осмысление собственного бытия и расстановку жизненных приоритетов. В век высоких технологий последнее осуществляется с помощью рекламы и СМИ. На стадии постиндустриального развития нашего общества, символическое потребление становится ведущей культурной формой, которая под влиянием глобализации и интеграции превратилась в феномен общемирового масштаба.

В данных условиях обращение к анализу идеи символического потребления позволяет наметить перспективные направления выхода из нестабильной ситуации, характерной как для сознания отдельного индивида, так и для современного общества в целом. Понимание потребления современным обществом выходит на совершенно новый качественный уровень. Как только социум добился постоянного удовлетворения витальных потребностей, его внимание затронули более высокие пласты потребления, а именно его символическая основа. Правда, на сегодняшний день пока не представлены исследования символического потребления, как методологического средства для анализа бытия современного человека.

Научная литература отечественных и зарубежных авторов в достаточной мере посвящена проблеме символического потребления. Причем этот вопрос становится предметом обсуждения ученых разных областей гуманитарного знания: социологов, политологов, культурологов и философов. С середины XX в. исследователей интересует сущность общества потребления, которое стало плодородной почвой для возникновения феномена символического потребления.

Под влиянием действия (или точнее бездействия) масс социальное умирает, и возникает потребность в новом типе теоретизирования окружающего мира. Попытка создать совершенно

новую теорию об обществе становится главной целью Ж. Бодрийяра. Имеется в виду «антисоциальная теория» с принципиально новыми категориями. Французский философ сопоставляет свою общественную теорию с «патафизикой» – «наукой воображаемых решений» [1, с. 41], – утверждая, что это единственный способ отражения реальности, который остался сегодня человечеству.

При описании массового общества потребления Бодрийяр отмечает, что оно характеризуется подражательством, а мы живем в «век притворства». Эта эпоха характеризуется непрерывным процессом подражания, который приводит к созданию симулякров или «воспроизведенных объектов или событий» [2]. Введенный Ж. Батаем термин «симулякр» служил для обозначения «метафизической симулируемой реальности» [3, с. 56].

В современных условиях различить знаки и реальность становится достаточно сложно. Это касается и политического, поскольку оно теперь является представлением, в котором отчетливо видны механизмы репрезентации. «От политического действия требуется, чтобы оно как можно лучше изображало стоящую за ней реальность, чтобы оно было прозрачным, чтобы оно было нравственным и соответствовало социальному идеалу правильной репрезентации» [4, с. 24]. То же самое происходит и с жизнью отдельного индивида. Это позволяет говорить французскому философу о «растворении телевидения в жизни, растворении жизни в телевидении» [5]. В конечном счете, именно изображения реального, имитации занимают господствующее положение. А человек попадает в плен этих симуляций, которые «образуют спиралевидную, круговую систему, не имеющую начала и конца» [6].

Ж. Бодрийяр характеризует этот мир как сверхреальность. Это проявляется во всем, что окружает человека. К примеру, СМИ уже не являются средством отражения действительности, они сами представляют собой действительность, приобретают свойства реальности. Новостные шоу, реалити-шоу, популяризированные сегодня на телевидении, вместе с «информационной мозаикой» служат примером этой ситуации, когда ложь и искажение фактов, преподносимых зрителям, выступают уже не просто реальностью, а сверхреальностью или гиперреальностью.

Когда реальная жизнь не приносит удовольствие, человеку приходится еще сильнее погружаться в культуру потребления. Самой известной моделью потребительского общества является американское общество, именно на эту модель ориентируются как европейские страны, так и Россия. Однако Америка, по характеристике Ж. Бодрийяра, превращается в «социальную пустыню» [7, с. 68], в которой моральные ценности отходят на второй план. Идея рассмотрения системы потребительских товаров сквозь призму кодов означивания была взята Бодрийяром у структуралистов, которые утверждали, что знаки осуществляют контроль как над предметами, так и над индивидами общества. Ввиду того, что предметы потребления являются частью знаковой системы, можно сказать, что индивид, потребляя предметы, использует и знаки. «Потребление – пишет Бодрийяр, – является систематическим актом манипуляции знаками, чтобы стать предметом потребления, предмет изначально должен стать знаком» [8, с. 52].

Обращая свое внимание на культуру, Ж. Бодрийяр отмечает, что она находится в состоянии массовой «катастрофической» [9] революции. Но особенность подобной революции состоит не в возрастающей мятежности (как это было у марксистов), а в увеличивающейся пассивности масс.

Такие условия являются благоприятной почвой для замены реальных человеческих взаимоотношений. Различая конкретную функцию вещи и ее незначительные свойства, необходимо заметить, что в первом случае вещь служит для разрешения некой практической задачи, а во втором ее понимании она становится способом урегулирования определенного социального или психологического конфликта. В условиях существования в обществе символического потребления индивид получает возможность для достаточного раскрепощения и осуществления самого себя: «система потребления идет дальше чистого потребления, давая выражение личности и коллективу, образуя новый язык, целую новую культуру» [10]. Это своего рода творческое выражение призвано дифференцировать социум, разграничивая относительно знаков-символов и каждого индивида.

Применение концепции французского мыслителя к анализу современного потребления предполагает сквозь призму категории «симулякр» обнаружение характерных для бытия современного человека образов и смыслов, выявляя в них долю воображаемого, и как оно влияет на реальное потребительское поведение индивида. Специфичность симулякра заключается в том, что сущее функционирует даже тогда, когда смысл его существования уже не обозрим.

Подлинный смысл представляемых симулякрами явлений с успехом переносится на современную действительность с помощью словесных и визуальных образов, имеющих характер императивных предписаний. И хотя эти образы обладают более глубокими культурными основами и существуют отдельно от симулякра, сегодня все чаще они смешиваются с симулятивной стороной культуры.

Переходным в некотором смысле звеном от реального объекта к симулякру выступает стереотип, клише или псевдовещь. Отсюда и складывается такое понимание, что основа классического искусства есть единство вещи и ее образа, а основа массовой культуры состоит в единстве псевдовещи и симулякра. Так, существовавшая в традиционном искусстве символическая функция вещи была заменена в современном искусстве, в частности в авангарде, автономизацией и распадом, превратившись в конечном счете, в постмодернистский симулякр – чистый образ вещи.

Таким образом, можно утверждать, что феномен симулякра играет немаловажную роль в современном информационном обществе в целом и в постмодернистской культуре в частности. Ж. Бодрийяр говорит о серьезном риске деградации, связывая эту возможность с распространением симулякров. Как один из важнейших теоретиков симулятивной концепции, он говорит о потенциальном истощении действительности, окутанной эстетикой и политикой симулякра. Здесь важно понимать, что симулякр это не вымысел или ложь, он появляется в процессе имитации реальности как продукт гиперреальности. Симулякр становится несоотносимым с реальностью напрямую, а только посредством соотношения с другими симулякрами [11, с. 18].

В современном мире модели и симулякры никак не соотносятся с реальностью. В данном случае модель представляет собой более простое представление реальной вещи, выступающая не только в качестве некой имитации сущего, но и как реальная действительность, тогда как за симулякром реальности вовсе нет. Мир, в основании которого существует исключительно он сам, французский философ именует гиперреальностью, о которой уже упоминалось ранее: процесс симуляции способствует замене реальности знаками реального, что в итоге приводит к принципиально несоотносимым как с реальностью напрямую, так и с чем-либо другим, кроме аналогичных моделей-симулякров. Подобным образом перед индивидом и обществом в целом вырисовывается фундаментальное свойство симулякра, уже прошедшего четыре стадии своего становления и явившегося в виде чистого симулякра.

Симулякр как центральная категория и одновременно способ проявления символического потребления не может существовать без контекста. Таким контекстом выступает, в свою очередь «дискурс вещей», понятие введенное Ж. Бодрийяром еще в «Системе вещей». Дискурс вещей – это когда общество строит само себя при помощи вещей. И хотя, сам дискурс стал «изобретением» лингвистов, как процесс речевой деятельности, то дискурс вещей или «дискурс – вещь» – это уже «социоидеологическая система вещей и потребления» [12, с. 177] Ж. Бодрийяра.

Вышесказанное показывает, что с помощью симулякров символическое потребление выражает важнейшие образы и модели современности. Процесс потребления знаков и символов предлагает широкий спектр потребностей, идей, моделей поведения, что приобретает методологические свойства в контексте множества современных подходов к трактовке общества.

Ссылки:

1. Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту. М., 2006.
2. Там же. С. 49.
3. Батай Ж. Внутренний опыт / пер. с фр., послесл. и коммент. С.Л. Фокина. СПб., 1997.
4. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург, 2000.
5. Там же. С. 46.
6. Там же. С. 81.
7. Бодрийяр Ж. Америка. СПб., 2000.
8. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структура / пер. с фр. Е. Самарской. М., 2006.
9. Там же. С. 197.
10. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства ... С. 204.
11. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / пер. О.А. Печенкина. Тула, 2013.
12. Бодрийяр Ж. Система вещей / пер. с фр. С.Н. Зенкина. М., 2001. С. 177.