

Мищенко Елена Юрьевна

аспирант кафедры философии
Северо-Кавказского федерального университета

**СОЦИАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ
ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ
КАК СИМУЛЯТИВНАЯ СТРУКТУРА**

Аннотация:

В статье проводится анализ социальной реальности в консьюмеристском обществе. Обосновывается тезис о том, что в обществе потребления реальная жизнь утрачивает свое присутствие в повседневности, а социокультурная реальность конструируется посредством симуляции (симулякра).

Ключевые слова:

общество потребления, реальность, симуляция, симулякр, консьюмеризм, реклама, индивид, потребление.

Mishchenko Elena Yuryevna

PhD student, Philosophy Department,
North Caucasus Federal University

**THE SOCIAL REALITY OF
CONSUMER SOCIETY
AS A SIMULATIVE STRUCTURE**

Summary:

The article analyses social reality of the consumer society. The author corroborates the thesis that real life is starting to lack in everyday routine in the consumer society, and socio-cultural reality is built by means of simulation (simulacrum).

Keywords:

consumer society, reality, simulation, simulacrum, consumerism, advertising, individual, consumption.

Понятие «общество потребления», вошедшее в научный оборот в начале 20-х гг. XX в. благодаря немецкому социологу и философу Э. Фромму, стало термином, с помощью которого ученые пытаются определить характерные черты современного общества. В произведениях Ж. Бодрийяра, который стал «классиком» в обосновании данной теории, общество такого типа описывается как социум с избыточным потреблением, где индивиды не только потребляют сверх своих основных потребностей, но и «проповедают» своеобразную гедонистическую философию, направляющую их на искусственное создание потребностей, а значит – и новых целей развития производства [1, с. 39]. При этом важно, что общество потребления, как и любой другой культурно-исторический тип социальной системы, помимо «идеологии потребления», представляет собой особую социокультурную реальность, обосновываемую и поддерживаемую этой идеологией.

Общество потребления, представляя собой социум постмодерного типа, характеризуется тем, что человек в нем живет не только в естественной, но и в искусственно созданной среде. При этом симулятивная реальность сегодня превращается в один из важнейших факторов дальнейшего развития производства, науки, техники, культуры и общества в целом. Поэтому уже сейчас можно говорить о симуляции как о способе (средстве) преобразования и качественного изменения объективной реальности.

Как отмечает Ж. Бодрийяр, симуляция сегодня представляет собой не просто симуляцию какой-либо субстанции, она есть порождение моделей, порождение реального без первопричины и без реальности как таковой. Благодаря этому размывается разница между сущностью и явлением. Реальность конструируется и превращается лишь в набор фактов, формул и операций [2, с. 18]. Реальное в этих условиях по сути дела синтетический продукт, гиперреальное, производное комбинаторных моделей.

Эра симуляции открывается через искусственное воссоздание объектов в знаковых системах, которые представляют собой достаточно гибкий материал. В этом случае имеет место не просто имитация, дублирование или пародия, а появляется некая субституция, замена реального знаками реального. Замещение реальных вещей и процессов их копиями, представляющими знаки реальности, приводит к симуляции. Однако в этом случае симулировать – это не значит «делать вид, что индивид имеет что-то, чего на самом деле у него нет», симуляция – это не просто притворство, а сомнение в различиях между реальным и мнимым, между истинным и ложным, свойственное современной социокультурной ситуации. Реальное, будучи «закрыто» воображаемым, превращается в гиперреальное как совокупность симулякров.

Ярким примером запутанных порядков симуляции, связанных с иллюзиями и игрой воображения, является Диснейленд как микрокосмос, Америка в миниатюре, со всеми присущими ей плюсами и минусами [3]. В таком воображаемом мире, заполненном причудливыми образами, притягательными являются теплота и радушие толпы, изобилие гаджетов, которые направлены на создание и поддержку эффекта многогранности переживаний. Этот воображаемый мир не только создает иллюзию успешности, но и выступает контрастным по отношению к чувству

«одиночества в автомобиле». Внутри любого посетителя ждет разнообразие техники, притягивающей людей, а снаружи встречает одиночество. В этом можно увидеть «профиль» Америки, состоящий в противоречивости индивидуальности и толпы.

Однако за всей демонстрируемой в Диснейленде американской идеологией, по мнению Бодрийяра, видна симуляция. На самом деле Диснейленд служит своеобразным «прикрытием» того, что он на самом деле является «реальной» страной – Америкой. Диснейленд «показывают» как воображаемый, чтобы заставить общество поверить в то, что все остальное выступает реальным (это симуляция третьего порядка). И в данном случае имеет место не ложная репрезентация реального, а процесс сокрытия того, что реальное перестало быть реальным, и стремление спасти принцип реальности. Иллюзорность Диснейленда, таким образом, не истинна, не ложна, она представляет собой симулятивную визуализацию реального. Мир Диснейленда направлен на то, чтобы быть «детским», и убеждает, что взрослые находятся в другом (реальном) мире, при этом скрывая находящуюся повсюду настоящую инфантильность (взрослые приходят в Диснейленд, чтобы почувствовать себя детьми, тем самым вводя себя в заблуждение) [4, с. 15].

Таким образом, можно утверждать, что развитие современности проходит в направлении утверждения мира симуляций, которые заполнили практически все сферы жизни общества, где многообразие различных видов и форм симулятивной деятельности выступает выражением действительности. Л.М. Демченко и Т.В. Закирова констатируют, «такие симулякры, как истинные патриоты, демократы, менты из телесериалов, финансовые пирамиды и т. д., заполняют действительность, начинают абсорбировать, поглощать существующую объективную реальность. Причем существуют различные формы видимости, не только экономические, но и политические, социальные, идеологические и т. д.» [5, с. 33].

Итак, симулятивный характер современной социальной реальности приводит к тому, что реализация самых разнообразных идеологических и политических целей в современном мире (например, политика некоторых стран в массовом распространении демократии и свободы) приводит к завладению теми или иными ресурсами, желанию превратить другие народы в потребителей. Это позволяет Бодрийяру характеризовать общество потребления как пространство безграничной власти симулякра и наделять потребление не только символическим, но и магическим смыслом [6]. В обществе потребления индивиды получают возможность самореализации исключительно в самом потреблении, что позволяет квалифицировать современный социум как общество обмана, где реальность растворяется в симулякрах [7, с. 153].

Симулятивный характер социальной реальности общества потребления приводит к тому, что структуры и функции, которые представляют действительное общество, выглядят очень размытыми. В результате складывается ситуация, при которой с распространением симуляций различного характера и рода становится невозможным установить, какая же реальность истинна, а какая выступает воображаемой. Симуляции становятся «реальностями», которые искажают значение современных и исторических событий, лишают индивидов возможности постичь истину.

Стоит особо подчеркнуть, что распространение симулякров обусловлено также появлением нового типа культурных продуктов, которые позволяют трансформировать реальность и виртуализировать ее. Современные студии звукозаписи с хорошей аппаратурой дают возможность совершать самые невообразимые манипуляции со звуком, позволяют слушателям стать исполнителями, создают новые качественные характеристики и особенности звучания, предлагая новые варианты исполнения произведений, которые не были изначально задуманы авторами. Это копия копии, в которой нет соответствия между новой формой и прежним, авторским, звучанием.

Таким образом, в обществе потребления реальность теряет свое место и присутствие в повседневной жизни, поскольку формируется под влиянием симуляции или симулякра. Современный человек постоянно видит последствия симуляции (работа, развлекательные заведения, сеть Интернет, СМИ и др.) и утрачивает способность отличать реальное от искусственного. Такое систематическое воздействие производителей товаров и услуг на индивида с помощью психотехнологий способствует формированию социокультурной реальности такого вида, в которой все искусственно (потребности, желания и устремления). Формируются индивиды нового типа, лишенные способностей к самостоятельному восприятию окружающей действительности и возможности противостоять насаждению ценностей общества потребления.

Превращаясь в некий символ общества потребления, симулятивная реальность способна достичь такого уровня влияния на социальную жизнь, при котором она, в виде множества своих копий, станет активным и достаточно агрессивным инструментом власти. Плодами этих властных манипуляций станут колоссальные трансформации разума человека, его творчества, воображения и интуиции.

Ссылки:

1. Сергодеева Е.А., Мищенко Е.Ю. Социокультурная реальность общества потребления // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2015. № 3 (163). С. 38–44.
2. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла. М., 2000. 257 с.
3. Там же.
4. Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 2001. 224 с.
5. Демченко Л.М., Закирова Т.В. Проблема взаимосвязи технического и социального в становлении «симулятивной реальности» как способа человеческого бытия в философии Ж. Бодрийяра // Вестник Оренбургского университета. 2011. № 7. С. 32–40.
6. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006. 269 с.
7. Сергодеева Е.А., Мищенко Е.Ю. Теории общества потребления в современной философии // Гуманитарные и юридические исследования. 2014. № 4. С. 149–153.

References:

- Baudrillard, J 2000, *Evil transparency*, Moscow, 257 p., (in Russian).
- Baudrillard, J 2001, *System of things*, Moscow, 224 p., (in Russian).
- Baudrillard, J 2006, *Consumer society. His myths and structures*, Moscow, 269 p., (in Russian).
- Demchenko, LM & Zakirova, TV 2011, 'The problem of the relationship of technical and social in the development of "simulative reality" as a way of human existence in the philosophy of Jean Baudrillard', *Vestnik Orenburgskogo universiteta*, no. 7, pp. 32-40, (in Russian).
- Sergodeeva, EA & Mishchenko, EY 2014, 'Theories of consumer society in the modern philosophy', *Gumanitarnyye i yuridicheskiye issledovaniya*, no. 4, pp. 149-153, (in Russian).
- Sergodeeva, EA & Mishchenko, EY 2015, 'The socio-cultural reality of the consumer society', *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1: Regionovedeniye: filosofiya, istoriya, sotsiologiya, yurisprudentsiya, politologiya, kul'turologiya*, no. 3 (163), pp. 38-44, (in Russian).