

УДК 1 (091)

UDC 1 (091)

Философские науки 09.00.00

Philosophical sciences

**СИМУЛЯЦИОННЫЙ АППАРАТ ПОСТРОЕНИЯ «ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ» КАК БАЗИС ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ ОБРАБОТКИ И ПОДЧИНЕНИЯ «МАССОВОГО ЧЕЛОВЕКА» (ПО РАБОТАМ Ж. БОДРИЙЯРА)**

**SIMULATION PATTERN OF CONSUMER SOCIETY FORMATION AS BASIS OF IDEOLOGICAL MANIPULATION AND SUBJECTION TO MASS MEN (ACCORDING TO JEAN BAUDRILLARD WORKS)**

Стоян Арсен Александрович  
аспирант кафедры философии, истории и социологии  
SPIN-код: 3691-9951  
Stoyan.arsen@mail.ru  
*ФГБОУ ВПО «Мурманский государственный технический университет»  
183010, Россия, г. Мурманск, улица Спортивная, дом 13*

Stoyan Arsen Alexandrovich  
postgraduate student, the Department of philosophy, history and sociology  
RSCI SPIN-code: 3691-9951  
Stoyan.arsen@mail.ru  
*Murmansk State Technical University  
183010, Russia, Murmansk, Sportivnaya str., 13*

В статье проводится анализ механизма воздействия аппарата симуляции и его составных частей для целей идеологического подчинения «человека массы» как идеального потребителя линейки искусственно созданных потребностей. Успешное функционирование этой системы напрямую влияет на достижение всех необходимых целей «общества потребления», главной из которых является постоянный линейный рост. Симулякры включают в себя три уровня эволюции. Современное общество находится на последнем из них. Для удержания власти над массами, структуры управления направляют максимальную степень воздействия на усиление потаенных страхов человека. Через СМИ создается общая негативная атмосфера, направленная на усиление потенциальных угроз, что держит массы в состоянии перманентного страха. Вся общественная структура проникнута симулякрами идеологического воздействия, в первую очередь это касается торговли – движущего элемента «общества потребления»

The article analyzes the effect of simulation pattern arrangement and its components for purposes of ideological subjection of mass man who is a perfect consumer for falsely-created needs. Successful functioning of the system affects directly to attainment of all required goals of consumer society, among them the primary is a permanent linear growth. Simulacras presuppose three evolution levels. Modern society has already passed margin of last level. To restrain power over masses, control structures steer peak impact to reinforcement of men undercover fears. By means of mass media, general negative ambience is framed to probable threads amplification. It causes mass men for permanent fear living. The whole public structure is permeated by ideological effect simulacras, especially it concerns trade as a locomotive element of consumer society

Ключевые слова: МАССОВЫЙ ЧЕЛОВЕК, ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ, СИМУЛЯКР, СИМУЛЯЦИОННЫЙ АППАРАТ, ГИПЕРРЕАЛЬНОСТЬ, ИДЕОЛОГИЧЕСКИЙ БАЗИС, ПОСТМОДЕРНИЗМ, РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ

Keywords: MASS MAN, CONSUMER SOCIETY, SIMULACRUM, SIMULATION PATTERN, HYPERREALITY, IDEOLOGICAL BASIS, POSTMODERNISM, REPRESENTATION

Как отдельный понятие, «симулякр» восходит ещё к временам древнегреческой философии, его использование носило утилитарный характер и означало лишь картину, изображение или репрезентацию. В философии постмодернизма это понятие приобрело несколько иной смысл,

особенно многосторонне раскрытый в работах одного из самых радикальных и неоднозначных представителей этого направления – Жана Бодрийера. Самое простое определение, которое можно дать симулякру – это репрезентация (копия) какого-либо объекта материального мира, при этом его оригинал не существует в реальности. Репрезентация визуально заменяет несуществующий оригинал, занимая его место, но окружающими начинает восприниматься как первичный объект. Процесс подобного замещения Бодрийер называет гиперреальностью, составными частями которой являются эти многочисленные элементы – симулякры.

Современная общественная формация, по мнению Бодрийера, неразрывно связана с «эрой гиперреальности». Развитое постиндустриальное общество характеризуется полным растворением чувства истинной реальности. Основные общественные институты фактически безвозвратно деформированы: так, трудовые отношения отражают необходимость не производственной функции, а активной социализации масс, институты власти осуществляют свою деятельность номинально, на самом деле не представляя чьи-либо изначальные интересы и, чаще всего, лишены способности реального воздействия. Основой развития декларируется усиление потребительской функции, которая должна давать рост всем остальным сферам. Единственным элементом ещё существующей истинной реальности является смерть. По мнению философа, лишь ее нельзя измерить по меркам потребительской стоимости. Ее представительско-скрытая форма является основой для функционирования и контроля со стороны институтов власти и производственных сил [2, с. 11].

По мнению М. В. Рендла, симулякр является базисным понятием в философии Бодрийера, обозначая особую, условно существующую реальность, репрезентативная сущность которой никак не связана с изначальной реальностью. Симуляционный аппарат оказывает свое

влияние на все элементы общественных отношений, разрывая всякую коммуникацию с системой изначальных императивов исходной реальности. Появившаяся парадигма отрицает любую возможность соотнесения ее репрезентаций с базовыми структурами реальности, что в корне меняет все поведение главного объекта системы – индивида. По сути, он оказывается в иной, почти виртуальной реальности, где нивелирован принцип объективности, его деятельность в социуме зависит от ирреальных законов, которые становятся новой формой бытия, полностью замещающее предыдущее. У исходной реальности больше не остается никаких шансов на существование [6, с. 147].

Л. М. Демченко выдвигает версию о нарочитой искусственности значения симулякров, концепция симуляции в этом случае выступает лишь в направлении создания модели реального в форме воображаемого, конечной целью которой является виртуальное разграничение сферы общественных отношений с материально-вещественной реальностью. Подобное разделение помогает создать модель социальных взаимодействий, не привязанную к материальным объектам [3, с. 13]. Однако, автор слишком увлечен методологическими основами теории, принимая некоторые элементы слишком буквально, полностью абстрагируясь от ее практического применения

Бодрийяр подробно описывал эволюцию симулякров: если изначально (в своем классическом понимании) симулякр относился к первому уровню, обозначая лишь копию или репрезентацию, то дальнейшее развитие ведет к искажениям. Так, второй уровень уже означает трансформацию или частичное сокрытие объекта реальности. Третий уровень симулякров – это и есть современное общество, здесь идет замена реальности или попытки отрицать отсутствие ее существования. Симулякр знаменует собой знак, за которым не видно отсутствие оригинала. Все это непосредственно отражается на индивидах, приводя к

расстройству и деперсонализации, потере собственной идентичности. Задачей сформировавшегося общества потребления теперь является активное продвижение товаров, на самом деле относящихся именно к третьему уровню симулякров, искусственно созданный ажиотаж на удовлетворение ложных потребностей. Поскольку общество потребления в основе своего развития предполагает лишь постоянный рост, шкала фальшивых потребностей раскручивается ещё сильнее.

Для надежного существования такой системы требуется множество идеальных объектов, которые будут одновременно исполнять свои функции и поддерживать жизнестойкость системы в соответствии с декларируемыми целями – усиление потребления и, соответственно, повышение дальнейших показателей роста как репрезентативно-доказательный элемент успешной системной эволюции. Таким идеалом становится управляемая масса, состоящая из объектов деиндивидуализации – множества «массового человека».

В. И. Стрельченко и Л. В. Мурейко, анализируя Бодрийера, указывают на деградацию роли индивида. Если ранее человек относился к первостепенным объектам истории, то в «обществе потребления» его роль минимизирована до автономной «операционной молекулы», не способной никак управлять своей жизнью. Его судьба и развитие уже определяется заранее заложенным «социальным кодом», сводящимся к исполнению одной узконаправленной функции и дальнейшем воспроизводстве в аналогичных копиях. Основная черта этого кода – перманентная изменчивость, которая девальвировала прежнюю эквивалентность всех, создав неравенство вне зависимости от личностных качеств индивида. Исполнение любой социальной функции четко регламентировано и сводится к автоматическому выполнению определенных последовательных действий. Получается, что стремление к внедрению плодов научно-технической революции, автоматизация всех

производственных процессов и развитие информационного общества, все более агрессивно продвигающего свою включенность в систему общественных отношений, похоже, играет дурную шутку с ее адептами: автоматизации подвергаются даже социальные взаимодействия [7, с. 45].

«Массовый человек», этот усредненный идеальный потребитель, безмолвный, лишенный индивидуальности, стремлений, мотивации (кроме желаний примитивного потребления) в компании себе подобных образует массу. Главным свойством массы становится имплозивность, любая передаваемая им «энергия» хоть социального, хоть политического мгновенно поглощается без какой-либо обратной реакции, из-за чего Бодрийяр сравнивает ее с черной дырой. Перед «промоутерами» идеологической информации встает вопрос, как донести ее содержание до масс, удерживая их в нужном информационном поле. Призывы касательно высокой информационной доступности для масс, постоянная социализация, «окутывание» в массовую культуру» - все они носят отнюдь не гуманистический характер. «Массовый человек», находясь в гомогенной среде, не стремится к познанию смысла, интерес представляет лишь визуальная референция, выражающаяся в банальной «жажде зрелищ». Идеологическая коммуникация сама становится жертвой системы, попадая под воздействие активной примитивизации, но стремление к выполнению поставленной функции приводит к поддержанию деградации масс: СМИ распространяют информацию в доступном варианте в виде знаков или кратких лозунгов, чья стереотипность и навязчивость, поданная в виде зрелища, способствует массовому восприятию [1, с. 29].

Активное информационное развертывание компенсируется абсолютной пассивностью «массового человека». Система власти многие годы полагала единственно правильной идею об апатичности масс, позволяющей при повышенной эффективности управления обладать

гарантиями сохранения действующей структуры. В соответствии с разработанными механизмами кодификации, были внедрены структуры бюрократии. Однако, по мнению Бодрийера, такой подход дал результат, противоположный ожидаемому. Пассивность быстро переходит в полное безразличие со стороны масс, а это уже может грозить скорым крахом представителям власти.

Как итог, идеологическая система (западных развитых стран) пытается придать некоторый импульс массам, пропагандируя активизацию в иных сферах, не только в сфере потребления. Предложения об участии в управлении, необходимости в очередной раз проголосовать, очередные референдумы – эти инструменты направлены на активизацию масс, дают им формальную возможность высказаться, назвать себя [5, с. 153].

Но подобные меры исходят слишком поздно: окруженный объектами симуляции, сводящий свои цели лишь к потреблению и больше ни в чем не заинтересованный, «массовый человек» способен лишь сохранять безмолвие, ему все это безразлично. Именно эта особенность говорит о глубоком системном кризисе симуляционного «общества потребления».

Чтобы иметь возможность хоть как-то удерживать гарантию власти над массами, управляющие структуры начинают тонкую игру на слабостях, которые есть даже у самого усредненного представителя массы – это затаенные страхи. СМИ, выполняя функцию по внедрению идеологически обусловленного схематичного поведения, создают также всеобщую атмосферу страха, без конца показывая насилие и проводя анализ бесчисленных угроз, потенциально угрожающих жизнедеятельности организованного социума. Кажется, что «массовый человек» привыкает к подобному, вполне безучастно смотря на показ многочисленных сцен насилия и слушая прогнозируемые негативные сценарии. Однако, такой информационный поток предназначен, чтобы

поселить чувство страха не мыслях индивида, а гораздо глубже, внедрить его в подсознание, сделав постоянным спутников человека.

Апофеозом всего стала угроза ядерной войны. Бодрийяр считает, что именно апотропия, комплексное понятие, отражающее ряд мер по запугиванию и устрашению, лежит в базисе функционирования СМИ. Несмотря на реальность этого фактора, сама совокупность ядерных вооружений являет собой ещё один симулякр, переводящий действующие оружие в форму гиперреального, где сам символ, любое упоминание о нем, страх потерять шанс на выживание – вот что является движущим элементом, определяющим порядок общественных отношений. Не оружие, но сама политика устрашения, последовательная апотропия представляет собой причину человеческого ступора, лишаящего индивида энергии к активности, желанию что-то творить, сводя всю жизнедеятельность к узконаправленной колее желания выжить. Самое интересное, что на властном уровне сама угроза минимизируется, сценарий уничтожения рассматривается как самый крайний, невозможный, но для общества поддерживается иное видение. При всей невероятности уничтожения страх гибели является самым реальным. Бодрийяр полагает, что современная эпоха вполне может называться ядерной, ведь она касается не только степени овладения знаниями современной физики и их практической реализацией, но и структуры общественных отношений. Обладание ядерным оружием не только знаменует кульминационный момент освобождения энергии, но также интенсификация систем ее контроля. Тоже самое происходит в структуре социальных отношений: под предлогом усиления безопасности происходит «закручивание гаек» и тоталитаризация контроля в части общественных процессов. Неизменным и своего рода неприкасаемым остается одно – перманентное поддержание симуляционных процессов, направленных на идеологизацию потребления.

Бодрийяр отмечает, что симулякрами идеологического воздействия пронизана вся общественная структура, в любой сфере есть своя система кодификации и управления представителями массового общества потребления [4, с. 165].

Для контроля потребительского поведения индивида существуют центры притяжения масс, выраженные в получившей огромную популярность системе гипермаркетов, где можно приобрести самые различные наименования товара. Бодрийяр характеризует их как «гиперпространство товара». По мнению философа, гипермаркеты, этикие «кристаллы притяжения», влияют на возникновение новой социальной реальности. Его появление изменяет окружающую среду: весь район, все живущие рядом индивиды становятся объектами воздействия, отныне их деятельность централизована, произведено перераспределение обычных действий. Вся деятельность начинает развиваться в услужение этому «храму торговли»: появляются постоянные транспортные маршруты, поведение людей корректируется в сторону поддержания этого, на первый взгляд, лишённого смысла «возвратно-поступательного движения», которое, впрочем, является реализацией главной цели «массового человека» - потреблять ещё больше.

Бодрийяр замечает, что с точки зрения симуляционного аппарата, при анализе действия работы гипермаркета вычленяется не идеально работающий механизм усиленного потребления, а все идет гораздо глубже: это место универсальной кодификации, провозглашения вердикта потребительского общества, результат работы системы идеологической манипуляции в разрезе потребителя. «Массовый человек» приходит сюда «в ответ на функциональный и направленный опрос, который представляют предметы». Они лишаются своих свойств как товара, попадая в окружающую гиперреальность: их функция – быть вариантами



ответа на потребительский тест. Они задают вопрос, на который потребитель дает определенный ответ.

В свою очередь, информационный поток множества таких тестов позволяет оценить эффективность разных направлений идеологического воздействия и подвергнуть его необходимой корректировке. В ответ основа идеологии – система масс-медиа рассылает свою информацию, которая не подразумевает взаимной коммуникации, ее цель – поддержание порочного круга бесконечного потребительского референдума, перманентная проверка влияния идеологической компоненты. Подобно Уроборосу, система замыкается, образуя вечный круговорот.

В этом «гиперпространстве товара» невозможно затеряться, сойти с дистанции, бесконечная экспозиция тестовых симулякров в виде сменяющихся последовательно групп, видов и разновидностей товара, окруженная ещё одним орудием непрямого воздействия – рекламными щитами, по сути содержащими требования совершения прямых действий («покупай, обновляй, потребляй»), для «массового человека» становится добровольной тюрьмой. Из нее нет выхода, и в то же время есть возможность ощутить себя в потребительском раю, где удовлетворение потребностей становится единственной возможной и ощутимой реальностью.

Бодрийяр сравнивает гипермаркет с производственной линией, репрезентованной под видом толерантности и иллюзии выбора в формат расширенного магазина. По мнению философа, гипермаркет, как и его «расширенная версия» в виде торгового центра, уже стала практически интегрированной моделью социализации ближайшего будущего, когда вся жизнедеятельность «массового человека» будет проходить в одном месте среди масс себе подобных – здесь будут сосредоточены все социальные функции и жизненные элементы [2, с. 103].

Таким образом, Бодрийяр проводит доскональный анализ симуляционного аппарата в целях подчинения и управления «массовым человеком», интегрированным в структуру «общества потребления», и приходит к однозначным выводам. Несмотря на кажущийся успех системы, глубокое внедрение института власти, усреднение и пассивность масс, активную идеологическую обработку, направленную на поддержание спроса и увеличения потребления, общество симуляции все больше показывает признаки нежизнеспособности, стремления к распаду и глубокому системному кризису.

#### Список литературы

1. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства или конец социального / Ж. Бодрийяр (пер. с фр. Н. В. Сулова). - Екатеринбург: Изд-во УГТИ, 2000. - 129 с.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр (пер. с фр. А. Качанова). - М.: ИД Постум, 2015. – 240 с.
3. Демченко Л. М. Знаково-символические структуры и их роль в исследовании специфики общественной реальности в философии Ж. Бодрийяра // Вестник ОГУ, 2009. № 9 (103). С. 9-16
4. Журавлев Д.А. Коммуникационный аспект терроризма в постмодернистской Системе: театр террора и общество спектакля // Вестник РГГУ, 2012. № 7. С. 164-185
5. Назарчук А.В. Осмысление коммуникации в современной французской философии // Вопросы философии, 2009. № 8. С. 147-162
6. Рендл М. В. Жан Бодрийяр как ведущий теоретик постмодерна // Вестник науки ТГУ, 2014. № 1. С. 144 – 147.
7. Стрельченко В.И. Деперсонализация человека и функциональность сознания: к проблеме массового общества / В.И. Стрельченко, Л.В. Мурейко // Философия права, 2009. № 5. С. 45-52

#### References

1. Bodrijjar Zh. V teni molchalivogo bol'shinstva ili konec social'nogo / Zh. Bodrijjar (per. s fr. N. V. Suslova). - Ekaterinburg: Izd-vo UGTI, 2000. - 129 s.
2. Bodrijjar Zh. Simuljakry i simuljacija / Zh. Bodrijjar (per. s .fr. A. Kachanova). - M.: ID Postum, 2015. – 240 s.
3. Demchenko L. M. Znakovo-simvolicheskie struktury i ih rol' v issledovanii specifiky obshhestvennoj real'nosti v filosofii Zh. Bodrijjara // Vestnik OGU, 2009. № 9 (103). S. 9-16
4. Zhuravlev D.A. Kommunikacionnyj aspekt terrorizma v postmodernistskoj Sisteme: teatr terrora i obshhestvo spektaklja // Vestnik RGGU, 2012. № 7. S. 164-185
5. Nazarchuk A.V. Osmyslenie kommunikacii v sovremennoj francuzskoj filosofii // Voprosy filosofii, 2009. № 8. S. 147-162
6. Rendl M. V. Zhan Bodrijjar kak vedushhij teoretik postmoderna // Vestnik nauki TGU, 2014. № 1. S. 144 – 147.
7. Strel'chenko V.I. Depersonalizacija cheloveka i funkcional'nost' soznaniya: k probleme massovogo obshhestva / V.I. Strel'chenko, L.V. Murejko // Filosofija prava, 2009. № 5. S. 45-52