**Введение**

**Жан Бодрийяр сегодня является одним из известнейших мировых мыслителей, исследующих феномен так называемого «постмодерна» – новейшего состояния западной цивилизации, которое характеризуется разрастанием искусственных, неподлинных образований и механизмов, симулякров настоящего социального бытия. Современную эпоху Бодрийяр называет эрой гиперреальности – надстройка определяет базис, труд не производит, а социализирует, представительные органы власти никого не представляют. Современную эпоху характеризует чувство утраты реальности. Последним бастионом реальности становится смерть («смерть, пожалуй, единственное, что не имеет потребительной стоимости»). На смерти основана любая власть и экономика. Но в этом случае смерть выступает не сама по себе, а как фантазм (представление). В искусстве Бодрийяр видит критическую и терапевтическую функции по возвращению реальности.**

**1. Понятие симулякра и анализ потребления**

**В своей концепции симуляции Ж. Бодрийяр рассматривает становление зрелищной формы товара в современных обществах. Бодрийяр сосредотачивает свое внимание на социальных сторонах феномена моды, который совпадает для него с симуляцией в широком смысле: для Бодрийяра сегодня в центре интересов человека находится мир знаков-симулякров в различных областях культуры – искусстве, моде, масс-медиа, технике, сексе, а также между языком и другими системами репрезентации – живописью, кино и т.д. (что отличается от предшествующей фазы развития культуры, для которой доминантой была функциональная ценность вещи).**

**Вещи призваны служить заменой человеческих отношений. В своей конкретной функции вещь – это разрешение некоей практической проблемы. В несущественных же своих аспектах (имеется в виду несущественных для вещи как для непосредственной функциональной автоматики) это разрешение некоего социального или психологического конфликта. Общество потребления впервые в истории предоставляет индивиду возможность вполне раскрепостить и осуществить себя; система потребления идет дальше чистого потребления, давая выражение личности и коллективу, образуя новый язык, целую новую культуру.**

**Объект становится единством знака и товара; отныне товар – это всегда знак, а знак – всегда товар. Знак провоцирует отчуждение стоимости, смысла означаемого, референта, в конечном счете, реальности.**

**Вещь приобретает новые, семиотические характеристики, перемещается в сферу знаков, и потребляются уже прежде всего не товары, а знаки. И если человек вкладывает в вещь то, чего ему не хватает, то множащиеся вещи свидетельствуют о росте человеческой нехватки. Все стремится вырваться за пределы, стать экстремальным; все захвачено симулякром и превращено в бесконечную собственную гипертрофию: мода – более прекрасна, чем само прекрасное; порнография более сексуальна, чем сам секс; терроризм – это больше насилие, чем само насилие; катастрофа более событийна, чем само событие.**

**Специфика анализа потребления в работах Бодрийяра заключается в том, что он (в отличие от Дж. Гэлбрейта, А. Турена, Э. Тоффлера) переносит акцент с изучения структуры потребления, его объемов, влияния на него изменений в способе производства на анализ иллюзорного аспекта представлений, смыслов и образов, которые формируются в обыденном сознании гражданина общества потребления.**

**В потреблении советской эпохи главную роль играл симулякр Запада.**

**Страна происхождения потребляемых симулякров Запада была прямо связана с социальным статусом и уровнем доходов и являлась критерием престижа. Представления о Западе, к которым отсылали симулякры, формировались из неполной информации, потребления кинопродукции и вещей, которые проникали через «железный занавес», а воображение придавало этому образу целостность. Для потребления постсоветской эпохи наиболее значимым является симулякр богатства, хотя симулякр Запада также продолжает существовать и играть важную роль. Симулякр богатства представляет собой образ роскошного потребления, отраженный в телевидении и литературе, благодаря которым он стал доступен массовому потребителю. Социальную систему Бодрийяр рассматривает как производную от знаковой системы. Единица знаковой системы – симулякр. В поздних работах, которые посвящены метатеории и проблеме того, «как возможно общество», симулякр определяется Бодрийяром как ложное подобие, копия, скрывающая отсутствие оригинала, и поэтому зло. Определяя симулякр как ложную копию, Бодрийяр рассматривает историю общества как процесс заселения социальной реальности ложными объектами, а себе отводит роль обличителя этой ложной реальности. На такой мировоззренческой основе французский мыслитель возводит симулятивный проект, который трактует историю общества как смену состояний симулякра от «истинного» к «ложному».**

**В рамках идеи «симуляции-зла» Бодрийяр заменяет понятие «общество» понятием «масса». «Массу» Бодрийяр описывает, используя гендерную метафору. Ей присущи такие женские (как, впрочем, если пытаться быть объективным, и мужские) черты, как: пассивность, потребность в спектакле, поверхностность и покорность. Такова бодрийяровская критика массовой культуры.**

**Антиподом «симуляции-зла» является «символическое», которое составляет основу собственной критической позиции Бодрийяра по отношению к современному обществу. Разрабатывая это понятие, Бодрийяр постепенно эволюционирует от леворадикального кризисного сознания в духе Франкфуртской школы к праворадикальному кризисному.**

**2. Экранно-реальная катастрофа**

**Сегодня можно с уверенностью сказать, что излюбленным местом обитания катастрофы стала экранная сфера, средства массовой информации. Реальные и виртуальные войны и катастрофы нашли свое постоянное пристанище на кино-, теле-, видеоэкранах, на экранах мониторов. Сплетаясь в единое целое, они предстают и как мощное захватывающее событие (кинематограф сильного воздействия), и как вялотекущая бесконечная ежедневная хроника региональных войн, терактов, стихийных бедствий и аварий на телеэкранах. Результатом каждодневной встречи с катастрофами, происходящими в разных частях света, а это не просто информация о происшествии, но созерцание с безопасного расстояния Зрелища грандиозных разрушений и жертв (последствий землетрясений и наводнений, аварий и терактов и т.д.), становятся равнодушие и скука. Однако, популярность блокбастеров, фильмов-катастроф, говорит об удовольствии, получаемом от сцен наибольшего разрушения и насилия. Именно эстетика разрушения становится наиболее привлекательной для современного кинематографа, оперирующего технологиями прямого воздействия. Зритель оказывается свидетелем катастрофы с максимумом ощущений и с гарантией собственного выживания. Для полноты впечатлений еще предпочтительнее моделирование катастрофы, имевшей место в действительности («Титаник», съемки фильма об аварии на российской подводной лодке и т.д.). Потребность в зрелище катастрофы, разрушении, гибели и равнодушие – не это ли истинная катастрофа, невидимая, но абсолютно реальная. Французский философ Жан Бодрийяр видит истоки катастрофы в том, что образы-симулякры заняли место реальности, нарушая принципы взаимодействия реальности и образов. В современной культуре утрачивается живое, диалектическое, всестороннее и драматически напряженное взаимоотношение кино и вымысла. В своей лекции «Злой демон образов» Бодрийяр рассуждает об извращениях этих отношений, о поглощении реальности образами как результате потери той и другой стороной собственной идентичности. Образы-симулякры опережают реальность, опрокидывают причинно-следственную связь между реальным фактом и его воспроизведением. Вследствие своего разительного сходства с реальностью, образы кино и телевидения обнаруживают свою «дьявольскую природу», технологическое воспроизведение делает эти образы наиболее безнравственными. Философ утверждает, что именно в безнравственности заключается их главная сила. Эти образы рождают первобытную радость, животное наслаждение неподдающееся обузданию эстетических, моральных или социально-политических суждений. Эти современные технологические образы столь захватывающи не в силу своей репрезентационной способности и передачи идей, а в силу того, что они представляют собой то место, где исчезают значение и репрезентация, отрицается сама реальность и принцип реальности. Реальность утрачивается. Но реальность не просто утрачивается, изменяется характер причинности. Уже не образ следует за реальностью, а наоборот, сам он генерирует ее. В качестве наглядного примера опережения образом-симулякром реального события, Бодрийяр указывает на обстоятельства аварии на американской атомной станции в Харрисбурге. В фильме «Китайский синдром» эта ситуация была смоделирована. Эти два обстоятельства – фильм и реальная авария находятся между собой в определенных отношениях. Бодрийяр говорит здесь о специфическом «заражении», невыразимой соотнесенности реального факта, модели и симулякра. Фильм не только предвосхитил реальное событие, но сама реальность самоорганизовалась таким образом, что произвела впечатление симуляции катастрофы. В результате фильм «Китайский синдром» можно счесть за реальный факт, а аварию в Харрисбурге за симулякр. Но на самом деле симулякрами, по мысли Бодрийяра, являются оба эти события. Они элементы цепной реакции, суть которой не во впечатляющих взрывах, а в скрыто протекающих непрекращающихся процессах, обладающих сокрушительной силой.**

**Мы сами ждем наступление катастрофы, ждем чтобы она наконец обрела определенность и конкретное имя, что избавит нас от ожидания и страха. Экранная катастрофа рассеивает напряженное ожидание обещанных нам катаклизмов. Воспроизведенное на экране зрелище катастрофы освобождает нас от постоянной готовности и неопределенности – когда и как она нас застигнет. Ожидание события, его регулярное моделирование провоцирует его. Это своего рода идеал для средств массовой информации. Само телевидение и информация, по определению Бодрийяра, уже своего рода катастрофа, оно охлаждает и нейтрализует значение и энергетику событий. За «горячей» катастрофой-взрывом, скрывается длительная «холодная» катастрофа – универсализация системы разубеждающего успокоения. Эти внутренние процессы скрыты от глаз, но именно они и катастрофичны. Наш повседневный опыт представлен слиянием образов с действительностью, экранного изображения с обыденной жизнью. И образ в последнее время все чаще берет верх. Бодрийяр отмечает, что образ навязывает реальности свою имманентную эфемерную логику, аморальную логику по ту сторону добра и зла, истины и лжи; логику уничтожения собственного референта; логику поглощения значения, где замысел исчезает с горизонта творения. Таким образом, эстетика разрушения и насилия лишь видимая сторона происходящих в недрах культуры процессов. Поистине катастрофично то, что стоит за этим.**

**3. Антиципация реальности образами**

**В своей лекции в университете Сиднея (25 июля 1984 г.) Бодрийяр рисковал предстать чародеем, делая следующее смелое заявление в духе знаменитого эссе Вальтера Беньямина (1892–1940) «Произведение искусства в эпоху механического воспроизводства» (1936): «Как симулякры, образы предшествуют реальности, переворачивая причинный и логический порядок реальности и ее воспроизводства». Это заявление можно прочесть как развитие заявленной в «Фатальных стратегиях» идеи о «прецессии моделей, процессии симулякров по отношению к самим вещам, чье явление они вызывают различными способами». Бодрийяр не останавливается на этом. В очередной раз обращаясь к юмовой критике закона причинности, он спросил свою аудиторию: «Что касается антиципации реальности образами, прецессии образов по отношению к событиям, когда связь между причиной и следствием нарушается и уже невозможно сказать, что чему следствие? – разве не является лучшим тому примером утечка радиации в Харрисбурге, «реальное» происшествие, случившееся вскоре после выхода «Китайского синдрома»? Вскоре Бодрийяр ответил на собственный вопрос, скромно заметив, что совпадение между фильмом и реальностью можно легко интерпретировать, обратившись к контагиозной магии:**

**Если не касаться магических связей между симулякром и реальностью, совершенно ясно, что «Китайский синдром» связан с «реальным» происшествием в Харрисбурге, не каузальной логикой, но теми отношениями контагиозности и невысказываемой аналогии, которые связывают реальность, модели и симулякры: индуцирование ядерного инцидента в Харрисбурге фильмом соответствует, что уже настораживает, индуцированию инцидента телевидением в фильме. Странная прецессия фильма реальности, самая поразительная из тех, что мы видели: реальность, буквально следующая симулякрам, реальность, столь хорошо подготовленная фильмом, что производит симуляцию катастрофы. Это смелое применение фрейдовской теории магии к современным медиа – событиям совмещается с бодрийяровской антиномией развития в «Фатальных стратегиях». Он признает за «контагиозными отношениями» такую же метафизическую состоятельность, как и за общепризнанной «каузальной логикой».**

**Размышляя о власти «злого демона образов» (ТВ и кино) на примере телевизионного сериала «Холокост», философ писал: «Теперь евреев «пропускают» не через печи крематория или газовые камеры, а через звуковую дорожку, катодную трубку и микросхемы». Еще одну цитату из Бодрийяра неплохо бы знать всем тем, кто восторгался показанным на телеэкранах историческим сериалом о блокаде «Ленинград» и благодарил создателей сериала за бережное сохранение памяти о трагедии. «Искусственное напоминание, – пишет французский ученый – воссоздает факты… с помощью «холодного» посредника, который сам излучает забвение, который производит уничтожение даже более систематичным образом, чем это делалось в концлагерях». Лучше о телевидении и не скажешь.**

**симулякр потребление товар реклама**

**4. Воздействия масс-медиа на примере рекламы**

**Логику воздействия масс-медиа Ж. Бодрийяр называет «логикой Деда Мороза». «Это не логика тезиса и доказательства, но логика легенды и вовлеченности в нее. Мы в нее не верим, и однако она нам дорога». Для функционирования современного Деда Мороза не так важно его реальное существование, он просто выступает в роли «волшебной связи» с родителями. «Подарки Деда Мороза лишь скрепляют собой это соглашение». По этому же принципу происходит воздействие рекламы, поскольку человек «верит» рекламе так, как ребенок – Деду Морозу. «Решающее воздействие на покупателя оказывает не риторический дискурс и даже не информационный дискурс о достоинствах товара. Зато индивид чувствителен к скрытым мотивам защищенности и дара, к той заботе, с которой «другие» его убеждают и уговаривают, к не уловимому сознанием знаку того, что где-то есть некая инстанция (в данном случае социальная, но прямо отсылающая к образу матери), которая берется информировать его о его собственных желаниях, предвосхищая и рационально оправдывая их в его собственных глазах». Покупка товара также развертывается в этой же плоскости, когда товар функционирует как забота фирмы о публике. «Вещь нацелена на вас, она вас любит. А поскольку она вас любит, вы и сами себя чувствуете существующим – вы «персонализированы». Это и есть главное, сама же покупка играет второстепенную роль. Изобилием товаров устраняется дефицит, широкой рекламой устраняется психическая неустойчивость. Ибо хуже всего, когда приходится самому придумывать мотивации для поступков, любви, покупок». Последнее высказывание представляется очень интересным для функционирования массового сознания. Ведь все институты общества направлены на то, чтобы избавить человека от «страданий» по поводу выбора хорошей / плохой газеты, работы, сорта сыра и т.д. Человек не должен оставаться сам. За него мотивацию выбора создают и подсказывают другие. Реклама, подобно сновидениям, как считает Бодрийяр, «фиксирует потенциал воображаемого и дает ему выход». Другими словами, происходит как бы институализация даже индивидуального. Человек постепенно лишается возможности выстраивать свой собственный выбор. Рекламные знаки выступают в плоскости «легенды». Это знаки чтения, а не отсылки на реальный мир. «Если бы они несли в себе информацию, то это было бы полноценное чтение, переход к полю практических поступков. Но они играют иную роль – указывать на отсутствие того, что ими обозначается. Образ создает пустоту, на пустоту он направлен – именно в этом его «намекающая» сила». Анализ рекламы Ж. Бодрийяр строит на существовании презумпции коллектива. К примеру, рекламная афиша стирального порошка «Пакс» изображает его по размерам как небоскреб ООН в Нью-Йорке, вокруг которого стоит приветствующая его толпа. «Чтобы внушить покупателю, что он лично желает порошок «Пакс», его изначально включают в обобщенный образ. Толпа на афише – это и есть он сам, и афиша обращается к его желанию через образную презумпцию коллективного желания». В традиционных формах покупки товар пассивен, а покупатель активен. Это торг о цене, случайная покупка. Современные технологии продажи, наоборот, делают пассивным покупателя, а активным товар. Поэтому для них столь значима опора на коммуникацию.**

**Заключение**

**В принципе действиями, совершаемыми Ж. Бодрийяром как магом, так и философом-постструктуралистом преследуются сходные цели – обезопасить человека от окружающего его враждебного мира. Но если для первого данная враждебность персонифицируется в лице различных неподконтрольных рядовому обывателю сил, то для второго – в ложных фактах идеологии и семиотической практики. (Так Барт в «Мифологиях» пишет: «…коль скоро это нечто значит, оно становится уже не так опасно»). Важно отметить, что самой акции «спасения» автоматически предшествует дихотомическое структурирование мира по оппозициям «освоенное» – «враждебное», «истинное» – «ложное», являющееся условием становления гротескности мышления. Разумеется, в современной ситуации подобные магические действия осуществимы лишь с некоторой долей иронии, оттенком игры. Действительно, философствование эпохи постмодерна во многом аналогично празднично-карнавальному поведению, санкционированному правом временного обретения свободы. В этой свободе постмодернистская рефлексия обратилась к изучению маргинальных и нетрадиционных в отношении предыдущих исследований культурных полей. Однако «яркость» культурной периферии в ходе её описания и перемещения в центр теряется, что ведёт к «обесцвечиванию» и исчерпанности содержания (согласно М.Ю. Лотману), и что, в свою очередь, воздвигает хронологические пределы самому функционированию постмодернистского способа мышления. Карнавал не может длиться вечно, в противном случае он становится разрушительным для культуры. Инверсия границ и центра системы исследования, произведённая постмодернистской карнавальностью, с неизбежностью выделило новую тенденцию – актуализацию исследовательского интереса к тому, что временно было вытеснено на периферию – глубинным проблемам культурного бытия, глобализма, восстановлению универсальных человеческих ценностей.**

**Список источников**

1. **Бодрийяр Ж. Злой демон образов // Искусство кино. 1992. №10**
2. **Жижек С. Киберпространство, или невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. 1998. №№1–2**

3. Smith J. Jean Baudrillard’s Philosophy of Magic // International Journal of Baudrillard Studies. 2007. Vol. 4. №2 (А.В. Дьяков, перевод, 2009).

4.http://yanko.lib.ru/books/philosoph/baudrillard-symv-obmen-i-smert.htm

5. http://www.e-spb.info/content/view/8840/39/

6. http://lib.rus.ec/b/153916/read

**7.** Вочевски Л. Может мы Симулякры // Искусство кино, 2000, №3.