

языческих и христианских верований в лирике американского и украинского поэтов, обусловивший рецепцию и синтез народных представлений и сосуществование христианских элементов, которые ярко отобразились на религиозно-мировоззренческом пласте литературного мифа авторов.

Ключевые слова: трансформация, христианские каноны, симбиоз, рецепция, язычество, религиозный, миф.

Summary

In the article the transformation of pagan and Christian canons in the poetic discourse of W. Whitman's and B.-I. Antonych's mythoworks is considered; the original art symbiosis of pagan and Christian belief in the lyric poetry of the American and Ukrainian poets, caused the recertion and synthesis of national representations and coexistence of Christian elements is analysed, which were brightly displayed in the religious and worldout looking layer of a literary authors' myth.

Keywords: transformation, Christian canons, symbiosis, reception, paganism, religious, myth.

УДК 811:141.8

Патырбаева К. В.,
кандидат философских наук,
Пермская государственная сельскохозяйственная
академия имени академика Д. Н. Прянишникова,
Пермский государственный национальный
исследовательский университет
(Российская Федерация)

ПОТРЕБЛЕНИЕ КАК ЯЗЫК СИМУЛЯКРОВ ОБЩЕСТВА ПОСТМОДЕРНА В ФИЛОСОФСКОЙ КОНСТРУКЦИИ Ж. БОДРИЙЯРА

Творчество французского социолога и философа Жана Бодрийяра занимает важное место в развитии постмодернистического философского видения состояния современного общества. Ж. Бодрийяр в свое время испытал сильное влияние К. Маркса, Э. Дюркгейма, структуралистов, М. Фуко. К основным работам философа относятся “Система вещей”, “Потребительское общество”, “Критика политической экономики знака”, “Символический обмен и смерть”, “Америка” и др.

Ж. Бодрийяр в работе “Общество потребления” обращается к анализу состояния современного общества. Однако особенностью его подхода является не анализ с точки зрения производства, а анализ потребления.

В своей работе Ж. Бодрийяр подвергает анализу и критике существующие мифы об обществе изобилия и формулирует собственное видение происходящего. Современное общество, по мнению Бодрийяра, – это не общество изобилия, а общество потребления. Центральным феноменом данного общества является *процесс потребления*. Однако следует заметить вслед за Бодрийяром, что потребление существовало и на предшествующих стадиях развития общества, но только на стадии постмодернизма потребление приобретает особое значение, несет совершенно иную смысловую нагрузку, чем ранее.

В современном обществе люди оказываются окруженными не столько другими людьми, сколько объектами потребления. Современное общество, по мнению

Бодрийяра, переживает время вещей: мы живем в их ритме и в соответствии с их непрерывной последовательностью.

Черта современного общества – это изобилие, даже нагромождение предметов. Предметы оказываются организованными особым образом: они составляют ансамбль (символами таких, особо организованных и представленных в изобилии товаров, а, возможно, и всего общества потребления в целом являются коммерческий центр Дрогстор и самый большой коммерческий центр Европы “Парли-2”). Предметы соблазняют покупателя, вызывают у него инерционное принуждение.

Потребление составляет сегодня важнейшую характеристику человека в современном обществе. Современное общество – это, прежде всего, общество потребления. Субъект такого общества – потребитель. Собственно говоря, человек общества потребления оказывается *лишенным статуса субъекта*. Он действует и потребляет не потому, что он этого хочет этого, делая сознательный выбор, а потому, что им управляет *код сигнификации*.

Для современного человека характерно не просто потребление для удовлетворения нужд, базовых потребностей (в современных развитых обществах они и так удовлетворены), а *знаковое потребление*, выступающее кодом, языком общения между людьми.

Общество потребления – это отказ от действительности на основе потребления знаков. Место потребления – это повседневная жизнь.

Ж. Бодрийяр в книге “Общество потребления” осуществляет исследование феномена потребления в структурном отношении ко всем другим видам общественного поведения. Опираясь на обширный статистический материал, Ж. Бодрийяр убедительно иллюстрирует рост потребления.

Ж. Бодрийяр называет ряд негативных последствий, к которому ведет непрерывный быстрый рост производства и потребления. Это: 1) деградация среды обитания; 2) культурный вред; 3) текучесть рабочей силы и нестабильность занятости; 4) чувство общей неуверенности; 5) неспособность всех людей удерживать ритм, задаваемый системой; 6) расходование произведенного системой производства излишка на поддержание этой системы; 7) разбалансированность внутреннего функционирования системы; 8) расточительство.

По мнению Ж. Бодрийяра, несмотря на наблюдаемый рост производства и обилие продаваемых благ, современное общество, все же, нельзя назвать обществом изобилия. Обществом изобилия, скорее, было общество первобытных людей, которые не были одержимы предметами. Изобилие – это не количество произведенных вещей, оно не измеряется цифрами, а выражается в отношениях людей, в мироощущении человека и уверенности в том, что средств для удовлетворения потребностей достаточно. В нашем обществе есть лишь только знаки изобилия. Вместо изобилия мы имеем потребление. Современное общество – это общество роста, общество потребления. В таком обществе есть лишь формальное равенство перед объектом. Реальное же неравенство сохраняется (в США сохраняется более 20% бедных). Бедность общество потребления победить не в силах.

Потребление выступает сегодня как система значений, как язык. Предметы, которые человек потребляет, служат не просто наслаждению, удовлетворению потребностей – они служат как вещи, но действуют как элементы (знаки) комфорта и престижа. Они соотносят человека с определенной социальной группой или статусом.

Человек общества потребления никогда не потребляет предмет в его потребительной ценности, он всегда потребляет его как знак статусной иерархии. Потребление определенных объектов либо приближает человека к определенной группе, или отдаляет от нее.

Обращение, покупка, продажа, присвоение различных благ и вещей составляет сегодня язык, кодекс, согласно которому целое общество общается и разговаривает.

В обществе потребления дискурс вещей и их производства, дискурс объекта потребления как знаковой функции структурирует поведения человека.

Ж. Бодрийяр настаивает, что сегодня существует даже принуждение к наслаждению, которое человеку навязывается СМИ.

СМИ внушают человеку, что он должен постоянно развивать свою потребительскую активность, он должен попробовать все.

Выбор человека в области потребления только кажется свободным, на деле человек испытывает принуждение к дифференциации. Из всего многообразия потребностей, система производства поощряет и удовлетворяет только адекватные ей потребности. В такой системе существуют только потребности роста, потребности расширенного воспроизводства капитала и производительных сил. Производство ориентируется на нужды капитала, так же как и потребление вынуждено подчиниться этим нуждам.

Для общества потребления характерна индивидуалистическая идеология. Как член производства человек может быть связан с другими индивидами (через разделение труда, совместный труд), как потребитель “человек вновь становится одиноким”, “потребление направлено на разговор с собой” [1, 118].

Объекты вытесняют из жизни человека других людей, а сам он исчезает как субъект.

С одной стороны через потребление человек стремится найти *персональность*, стремится к *отличию*. Однако в обществе потребления это становится невозможным. Персонализирующие различия не противопоставляют индивидов друг другу, они иерархизированы в соответствии с бесконечной лестницей и сближаются при помощи моделей, в зависимости от которых они производятся и воспроизводятся.

Дифференцироваться становится равнозначным тому, чтобы сблизиться с моделью, определять себя в зависимости от модели, от модного скомбинированного образа (этот образ может навязываться человеку СМИ). Весь процесс потребления оказывается подчиненным искусственно умножающимся моделям. Общество потребления уничтожает реальные различия между людьми, делает однообразными личности и продукты.

Персонализация (как стремление к статусу, высокому жизненному уровню) реально основывается не на вещах или благах самих по себе, а только лишь на *различиях*, которые эти вещи символизируют.

Определенные вещи символизируют определенный статус, общественное положение, то есть становятся знаками и критерием отнесения индивида к той или иной социальной группе. Потребляя данные вещи, их знаковое, символическое значение, человек соотносит себя с той или иной социальной группой. Через потребление конкретных знаков люди уподобляются тем, кто потребляет сходные знаки, и становятся отличными от тех людей, кто эти знаки не потребляет.

В обществе потребления код контролирует, какие предметы люди потребляют, и что они делают. Людям может казаться, что за деньги они могут приобрести все, что угодно. Но на самом деле они могут захотеть лишь то, что потребляет группа, к которой они принадлежат, то, что диктует характерный для данной группы код сигнификации. Именно код сигнификации ограничивает выбор людей. В обществе постмодерна люди покупают не то, в чем нуждаются, а что им приписывает код. Это система “управляемой персонализацией”, которая осознается индивидом как свобода. Свобода в обществе потребления – это свобода проецировать желания на произведенные товары. Потребляя товары, человек впадает в “успокоительную регрессию вещей”. При этом предметы утрачивают функцию полезности, которая замещается функцией соблазна. На место потребительской стоимости приходит символическая стоимость.

Вещи становятся символами престижа, власти, благополучия. Знаки служат дифференциации, принадлежности к конкретной группе. Труд и занятость состоят в симуляции труда, чтобы каждый член общества был помечен кодом принадлежности к системе.

Дифференциация людей с помощью объектов потребления как бы заменяет собой реальные противоречия общественной жизни. Заметными становятся не реальные отличия и противоречия, а различия в стиле потребления.

В обществе потребления реальные личности исчезают. Субъект общества потребления – это персонализированный индивид, отличный от других, но в то же время соответствующий определенным моделям и кодексу (как и другие индивиды данной группы). Люди начинают следовать определенным моделям, которые, в свою очередь, производятся СМИ и становятся отличительными знаками. Вместо реальных интересов и страстей повсюду наблюдается лишь игровая деятельность с объектами, где люди манипулируют объектами-знаками, не испытывая при этом ничего, кроме простого любопытства. Реальные отношения между людьми исчезают. Люди погружаются в ирреальный мир знаков. Это означает, по Ж. Бодрийяру, конец социального.

В работе “Символический обмен и смерть” Ж. Бодрийяр формулирует схему развития человечества, включающую три стадии:

- 1) Первобытное (докапиталистическое общество);
- 2) Буржуазно-капиталистическая цивилизация;
- 3) Современная стадия постмодерна, для которой характерна замена культурных и экономических ценностей предшествующей эпохи симулякрами.

Этим трем стадиям развития общества соответствуют три исторических порядка симулякров:

- 1) Подделка, действующая на основе естественного закона ценности;
- 2) Производство, действующее на основе рыночного закона стоимости;
- 3) Симуляция, действующая на основе структурного закона ценности.

В целом, стадия постмодерна является логическим продолжением, венцом развития капиталистического общества – гиперкапиталистическим строем, как называет ее сам Ж. Бодрийяр [2].

Значительную часть книги “Символический обмен и смерть” занимает анализ общественного производства и труда – Ж. Бодрийяр пытается определить их статус и роль в обществе, основанном на симулякрах, на знаковом потреблении и соответствующих отношениях.

Труд, подобно другим вещам, оказывается только знаком среди знаков. Он производится и потребляется, как и все остальное. Он не является “специфическим местом исторического праксиса”, но, как и большинство других практик, является теперь “просто набором сигналетических операций”. Он включается в общее оформление, знаковое обрамление жизни.

Раньше (в обществах, предшествующих постмодерну) труд был производительным, был пронизан целенаправленностью. В обществе постмодерна все обстоит иначе – “теперь <...> труд не является производительным, он стал воспроизводительным, воспроизводящим предназначенность к труду как установку целого общества, которое уже и само не знает, хочется ли ему что-то производить” [2, 59]. По мнению Ж. Бодрийяра, сегодня необходимость воспроизводить труд существует только лишь как рефлекс, мораль, консенсус, регуляция, принцип реальности. В обществе постмодерна становится абсолютно неважным, что производит такой труд, главное, он воспроизводит сам себя. Труд сегодня – это “социальная симулятивная модель”, – заключает Бодрийяр [2, 60].

Такой труд (также и в форме досуга) заполняет всю нашу жизнь как фундаментальная репрессия и контроль, как необходимость постоянно чем-то заниматься во время и в месте, предписанная вездесущим кодом. Люди должны быть приставлены к делу. Отношение, которое складывается сегодня к труду и включающее гибкое расписание, подвижность кадров, переквалификацию, постоянное профессиональное обучение, автономия и самоуправление, децентрализация трудового процесса – все это лишь попытка встроить человека (и производство) в систему потребления.

В своей законченной форме, не соотносясь более ни с каким определенным производством, труд больше не находится и в отношении эквивалентности с заработной платой. Заработная плата ничему больше не эквивалентна и не пропорциональна, она представляет собой таинство вроде крещения, делающее вас полноценным гражданином политического социума капитала. Иначе говоря, заработная плата также начинает носить символический характер, симулякризуется.

В итоге Ж. Бодрийяр создает своеобразную концепцию “конца труда”, “конца субъекта”, “конца социального”, изложенную в постмодернистическом стиле философствования.

Можно согласиться с Ж. Бодрийяром о возможности покупки и потребления предмета, прежде всего, как знака (престижа, отнесенности к какой-либо социальной группе и пр.). По нашему мнению, это обусловлено самой логикой капитализма, когда на достаточно высокой стадии развития общества базовые (биологические и социальные) потребности большинства людей уже удовлетворены. Сам Ж. Бодрийяр также неоднократно отмечает факт, что общество потребления – это продолжение развития капиталистического общества.

Верными “помощниками” капитализма в формировании системы потребностей являются реклама и СМИ – именно они участвуют в создании “кода сигнификации”, который в дальнейшем управляет поведением людей. По нашему мнению, Ж. Бодрийяр отмечает манипулятивные наклонности капиталистического общества – капитал стремится к контролю сознания и поведения людей. Хотя Бодрийяр и не использует в данном случае термины High-tech (высокие технологии) и High-hume (высокие социогуманитарные технологии), но речь, по-видимому, идет именно о них. Например, рекламные технологии является ярким примером High-hume. Высокие социогуманитарные технологии обычно определяются как технологии, направленные на манипуляцию человеческим сознанием. Они могут использоваться в различных целях и, вероятно, в условиях господства капитала целью их использования будут интересы самого капитала, то есть эти технологии будут использованы для управления поведением потребителя. В этом смысле Ж. Бодрийяр абсолютно прав, когда говорит о том, что у потребителя есть иллюзия, что он свободно выбирает предметы потребления, на самом же деле он потребляет то, что предписывает ему система производства. Однако сведение всех сфер жизни общества, в том числе труда и системы производства, к сфере потребления нельзя считать полностью оправданным.

Часто Ж. Бодрийяром утверждается, постулируется (а не доказывается) исчезновение производительного труда, переход от производительного к воспроизводительному труду. Различные трансформации в трудовой сфере, позволяющие труду не быть привязанным к одному месту, гибкие условия труда, возможность работы дома, широкое распространение сферы услуг – все это свидетельствует, по мнению Ж. Бодрийяра, о том, что теперь труд – везде, а значит, и нигде. Мысль о том, что труд теряет функцию производства общественного богатства и выступает лишь знаком социализации, предписывающим человеку быть занятым чем-нибудь, быть “при деле”, не имеет, на наш взгляд достаточных оснований уже потому, что сам процесс производства не анализируется Ж. Бодрийяром. К этой мысли он приходит по логике общества потребления: в таком обществе все может быть потреблено и все может выступать в виде симулякра. Язык симулякров – это основа общества постмодерна, это язык того, как это общество живет и как оно потребляет.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления : его мифы и структура / Ж. Бодрийяр. – М. : Культурная революция ; Республика, 2006. – 269 с.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – М. : Добросвет, 2000. – 387 с.
3. Орлов В. В. Философия экономики / В. В. Орлов. – Пермь, 2006. – 272 с.

Аннотация

В статье анализируются некоторые аспекты концепции общества потребления Ж. Бодрийяра. Акцент сделан на особенностях труда и его субъекта на стадии постмодерна, когда главной характеристикой социума становится симулякр.

Ключевые слова: общество потребления, СМИ, симулякр, язык.

Анотація

У статті аналізуються деякі аспекти концепції суспільства споживання Ж. Бодрийяра. Акцент зроблений на особливостях праці та його суб'єкта на стадії постмодерну, коли головною характеристикою соціуму стає симулякр.

Ключові слова: суспільство споживання, ЗМІ, симулякр, мова.

Summary

This article is interpretation J. Boudrijar's theory of society of consumption. The main points of this article are about labor and workers in the postmodern society, when simulacrum is the main social characteristic.

Keywords: society of consumption, labor, workers, simulacrum.

СТУДІЇ З УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ

УДК 821.161.2“18”:7.039.7

Новик О. П.,
доктор філологічних наук,
Бердянський державний
педагогічний університет

ЕЛЕМЕНТИ БАРОКОВОЇ РИТОРИКИ В УКРАЇНСЬКІЙ РОМАНТИЧНІЙ ПРОЗІ ТА ДРАМАТУРГІЇ ХІХ СТ.

Традиції барокової літератури знайшли відображення не тільки у поетичному мистецтві романтизму, а й у прозі, в драматургії письменників. Нарація, жанрові модифікації проповідей XVII–XVIII століть продукують численні форми, які згодом використовують і митці XIX століття.

Епічні твори українського романтичного письменства генетично пов'язані з оповідними елементами текстів барокової епохи. Вплив традицій ораторського мистецтва на творчість романтиків відбувався і безпосередньо (письменники, що мали духовну освіту, укладали покажчики творів давньої літератури, писали праці з історії українського письменства), і опосередковано (використання легенд і переказів, що перейшли в народну творчість із промов і проповідей). Проповідники початку XIX століття часто використовують художню образність, властиву для барокової ораторської прози. Так один із жанрів, який набуває розвитку в творчому спадку Маркіяна Шашкевича, – це проповіді. Важливо, що тексти орацій митець прагнув складати українською мовою. Поміж творів Антона Могильницького барокові вітальні промови й панегірики нагадує “Піснь радостна по причині поставлення Василя Поповича, катедральної церкви Пряшівської крилошанина, на єпископа Мукачівської