

УДК 130.3

## ПОСТМОДЕРНИСТСКАЯ СИМУЛЯЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ

© 2008 Ю.Г. Голубь

*Воронежский государственный архитектурно-строительный университет*

*Поступила в редакцию 28 марта 2008*

**Аннотация:** Статья посвящена анализу постмодернистской симуляции как инструмента манипуляции общественным сознанием. Применимость теории постмодернизма для анализа современного общественного сознания до сих пор остается под вопросом. По мнению автора, постмодернизм представляет собой реально существующее явление, закономерно возникшее на современном этапе развития общества. Однако для научного изучения его проявлений требуется придать более строгий характер представлениям о сущности данной концепции. Социально-исторические предпосылки ситуации постмодерна связаны прежде всего с переходом основной роли в экономической жизни к спекулятивным финансовым операциям и развитием т. н. симулятивного капитализма. Одним из ключевых понятий постмодернистской философии, объясняющих современную социальную реальность, является понятие симуляции. Различные его аспекты разрабатывались такими представителями философии постмодернизма, как Ж. Бодрийяр, Ф. Джеймисон, Дж. Вард, Д. Харвей и др. Манипуляция общественным сознанием, в частности, в средствах массовой информации, неразрывно связана с тотальной симуляцией как важнейшим явлением эпохи постмодерна.

**Ключевые слова:** постмодернизм, симуляция, симулякр, манипуляция, метадискурс, гиперреальность, пустое означающее, идеологический фаст-фуд, политический миф.

**Abstract:** The article deals with the analysis of the postmodern simulation as the tool of the manipulation of the public consciousness. The applicability of the theory of the postmodernism for the analysis of the modern public consciousness remains till now in doubt. According to the author, the postmodernism represents the real-life phenomenon which has naturally arisen at the present stage of the development of the society. However for the scientific studying of its displays it is required to give a more strict character to representations about the essence of the given concept. Sociohistorical preconditions of the situation of the postmodern are connected first of all with the transition of the basic role in the economic life to speculative financial operations and the development of the so-called simulative capitalism. One of key concepts of the postmodern philosophy explaining the modern social reality, the concept of the simulation is. Its various aspects were developed by such representatives of the philosophy of the postmodernism, as J. Baudrillard, F. Jameson, J. Ward, D. Harvey, etc. The manipulation of the public consciousness, in particular, in the mass media inseparably linked with the total simulation as the major phenomenon of the epoch of the postmodern.

**Keywords:** postmodernism, simulation, simulacrum, manipulation, metadiscourse, hyperreality, empty meaning, ideological fast food, political myth.

Несмотря на то, что постмодернизм уже около тридцати лет представляет собой одно из самых модных направлений в развитии современной

гуманитарной (и не только) научной мысли, природа данного явления все еще остается спорной. В философском плане постмодернизм вышел из французского постструктурализма и американского деконструктивизма. Структуралисты,

---

© Голубь Ю.Г., 2008

а позже постструктуралисты, Барт, Деррида, Фуко, Кристева, Хабермас, Делез и др. первыми обозначили в своих работах основные положения нового течения. В 80-е годы были предприняты попытки собрать теории разных авторов в единую концепцию. По словам отечественного исследователя постмодернизма И. Ильина, «относительно того, что считать самыми характерными признаками постмодернизма, существует весьма широкий спектр мнений. Ихаб Хассан выделяет в качестве его основных черт “имманентность” и “неопределенность”, утверждая, что произведения этого направления в искусстве в целом обнаруживают тенденцию к “молчанию”, т. е. “с метафизической точки зрения” ничего не способны сказать о “конечных истинах”. В то же время Алан Уайлд считает, что самым главным признаком постмодернизма является специфическая форма “корректирующей иронии” по отношению ко всем проявлениям жизни. Согласно Д. Лоджу, разрабатывавшему в основном теорию литературного постмодернизма, определяющим свойством постмодернистских текстов оказывается тот факт, что на уровне повествования они создают у читателя “неуверенность” в ходе его развития» [12, 68]. Теоретики постмодернизма разработали множество идейных комплексов, оказывающих, на их взгляд, решающее влияние на миропонимание и творчество современного человека: *«мир как хаос», «постмодернистская чувствительность», «интертекстуальность», «кризис авторитетов», «двойное кодирование», «пастиш», «метарассказ»* и др.

Однако об однозначном понимании сущности постмодернизма даже сегодня говорить не приходится. В работах различных авторов можно встретить и отождествление постмодернизма с теорией постиндустриального общества, и узкое понимание постмодернизма как наименования одного из стилей в литературе, архитектуре или других сферах культуры. Некоторые современные ученые до сих пор не принимают модный термин. Так, Шайхитдинова, например, предпочитает говорить о *«последствиях модерна»* [18]. Многие исследователи не видят в новом ничего, кроме нарочно забытого старого. Так, Затонский вслед за Э. Смитом и У. Эко обнаруживает многие «типично постмодернистские черты» еще в романах Рабле и Сервантеса и поддерживает достаточно популярное мнение, полагая что у каждой эпохи есть свой постмодернизм. К таковым он относит и эллинизм, и эпоху барокко. «Проблема постмодернизма ставит перед исследователем целый ряд вопросов, и самый главный из них — а существует ли сам феномен постмодернизма? ...В каком смысле он действительно “пост” — в чисто временном или еще и в качественном отношении?» [11, 255]

В связи с вышесказанным, применимость теории постмодернизма для анализа современного общественного сознания до сих пор остается под вопросом. По мнению автора, постмодернизм представляет собой реально существующее явление, закономерно возникшее на современном этапе развития общества. Однако для научного изучения его проявлений требуется придать более строгий характер представлениям о сущности данной концепции. Статья посвящена анализу *постмодернистской симуляции* как инструмента манипуляции общественным сознанием.

Термин «постмодернизм», возникший в американской теории литературоведения, очень быстро приобрел популярность в гуманитарной науке и стал претендовать на всеохватность. Уже стали «постмодернистской классикой» работы, связанные с изучением постмодернистских явлений в искусстве, социологии, экономике, политике и других сферах. В связи с этим стало возможно говорить об особой *«постмодернистской чувствительности»* и о постмодернизме как о *«концепции духа времени»*. Как отмечает немецкий теоретик Вольфганг Вельш, «...наша реальность и жизненный мир стали “постмодерными”». В эпоху воздушного сообщения и телекоммуникации разнородное настолько сблизилось, что везде сталкивается друг с другом; одновременность разновременного стала новым естеством. Общая ситуация симультанности и взаимопроникновения различных концепций и точек зрения более чем реальна» [12, 69]. При этом «постмодерн здесь понимается как состояние радикальной плюральности, а постмодернизм — как его концепция» [12, 69].

Существуют различные ответы на вопрос о времени возникновения постмодернизма. Ихаб Хассан считал его началом произведения Джойса «Поминки по Феннегану», некоторые исследователи за начальную точку принимают памятный и богатый событиями 1968 год. Большинство же относит его возникновение к середине 50-х гг. прошлого столетия. Для того чтобы внести ясность в понимание причин явления, необходимо обратиться к культурно-исторической ситуации второй половины прошлого века, которую часто обозначают как ситуацию постмодерна.

В этот период в общественной жизни произошли существенные перемены, которые и обусловили возникновение постмодерна в общественном сознании и социальной практике. Было провозглашено окончание индустриальной эпохи, связанное прежде всего с уходом капитала из промышленного производства и переходом основной роли в экономической жизни к спекулятивным финансовым операциям. Таким образом, успех экономической деятельности оказался связан не с

участием в развитии производства новых товаров и благ, а с доступом к информации о финансовом рынке. После 1971 года связь мировой валюты и золотого резерва перестала существовать. Оказались сняты ограничения для производства фиктивного капитала. Экономист Роберт Курц назвал сложившуюся экономическую систему *симулятивным капитализмом* [14]. Изменение основы социальной жизни получило достаточно конкретное выражение в современной общественной практике и общественном сознании. Положение человека в социуме стало определяться не той ролью, которую играет его труд в реальном развитии общества. Иерархия ценностей, признаки успеха, мера вклада того или иного индивида в общественное благополучие стали носить условный характер.

Общественная жизнь все сильнее стала соответствовать метафоре спектакля. Инвестиционная привлекательность проекта зависит в первую очередь от имиджа и «раскрученности». В результате логика товара господствует во всех областях духовной жизни. И внешние, и внутренние качества индивида стали оцениваться в первую очередь как составляющие его «личного капитала». Все без исключения сферы отношений между людьми получили рыночное измерение. Такая ситуация абсолютно соответствует моральному релятивизму постмодернистского мировоззрения, в котором следование любому предустановленному кодексу, любая система ценностей объявляется *метадискурсом*, «великим повествованием», более не имеющим смысла, оказавшимся метафизикой.

Ценностью в современной экономике стал обладать не сам товар, а образ товара, *гипертовар*. Постмодернистская концепция «пустого знака», декларируемый постмодернизмом окончательный разрыв между означающим и означаемым переносит индивидуальное сознание из мира вещей в мир знаков.

Торможение в развитии материальной основы современного общества, симулятивная сущность общественной структуры порождают принципиально вторичную культуру постмодернизма, *гиперкультуру*. Любое произведение эпохи постмодерна представляет собой *интертекст*, составленный из элементов произведений прошлого. Для раскрытия сущности постмодернистского искусства Фредерик Джеймисон вводит понятие «*пастиш*». «*Пастиш*, как и пародия, — это имитация единичного или уникального стиля, ношение стилистической маски, речь на мертвом языке. Но это нейтральная мимикрия, без скрытого мотива пародии, без сатирического импульса, без смеха, без этого еще теплящегося где-то в глубине чувства, что существует нечто нормальное, по сравнению с которым объект подражания выглядит весьма комично...» [8].

Одним из ключевых понятий постмодернистской философии, объясняющих современную социальную реальность, является понятие *симуляции*. Различные его аспекты разрабатывались таким представителем философии постмодернизма, как Ж. Бодрийяр, Ф. Джеймисон, Дж. Вард, Д. Харвей и др.

Постмодернистская *симуляция* определяется, в частности, как понятие постмодернистской философии, фиксирующее феномен *тотальной семиотизации* бытия вплоть до обретения знаковой сферой статуса единственной и самодостаточной реальности. С этим явлением перекликаются концепции французских постструктуралистов, например, «*мир как текст*». В них особое внимание обращается на ослабление или даже утрату связи знака с референтом. Так, как отмечает Ролан Барт, выражение «человек стоит перед лицом мира» означает фактически то же самое, что «человек стоит перед лицом книги». По его мнению, в наше время наивно «вслушиваться» в звуки природы, пытаться определить действующие в ней законы, нужно вслушиваться в «гул языка». «Объективность» существует только в нашем воображении [16, 566].

Важнейшим элементом концепции симуляции является *симулякр* (понятие, которое заимствовал у Батая и ввел в интеллектуальный обиход Жан Бодрийяр). Он представляет собой знак, утративший связь с означаемым. При этом он отнюдь не искажает означаемое, а всячески подчеркивает его отсутствие. *Симулякр* — не иллюзия, а реальный, или, точнее, *гиперреальный* объект, совершенно конкретным образом определяющий социальную действительность. Для того, чтобы превратиться в *симулякр*, образ должен в своем развитии пройти несколько последовательных стадий:

- «он является отражением базовой реальности;
- он маскирует и искажает базовую реальность;
- он маскирует *отсутствие* базовой реальности;
- он не имеет никакого отношения к какой-либо реальности, являясь своим собственным чистым *симулякром*» [4].

Реальность под воздействием тотальной *симуляции* превращается в *гиперреальность*. «*Симулякр* — это вовсе не то, что скрывает собой истину, — это истина, скрывающая, что ее нет. *Симулякр* есть истина» [4], — приводит Бодрийяр цитату из Экклезиаста. Между тем, у Экклезиаста эта фраза вообще не встречается. Таким образом, теоретик дает своеобразный пример *симулякра*.

Жан Бодрийяр описывает и некоторые особенности *гиперреальности*. В эпоху совершенной симуляции практически исчезает расстояние между реальным и воображаемым миром: современная фантастика способна продемонстрировать лишь

увеличение количественных показателей. Возрастают скорости, совершенствуются технологии, но принципиально мир остается тем же. По Бодриару, *гиперреальность* представляет собой пространство существования нового совершенного первобытного общества, живущего в рамках собственных мифов, в новой синкретичности, в вечном настоящем [1].

*Симуляция* кардинально изменяет властные отношения в обществе. Протест против властных институтов превращается в *симулякр*, не разрушает, не дестабилизирует систему, а лишь дополняет ее. В то же время в условиях потери смысла власть точно так же не может осуществлять свои полномочия. Массы невозможно ни направить, ни даже предсказать направление их движения. Массы представляют собой саму инертность. При этом своеобразная стихийная толерантность, *тотальная ирония* по отношению к властному дискурсу — природное и неотъемлемое качество массы. Постмодернисты подчеркивают, что прежде опасавшаяся массовых действий, власть теперь видит свою задачу в активизации масс, в частности, стремится обеспечить явку на избирательные участки, выяснить социальные и экономические предпочтения. «Все их пронизывает, все их намагничивает, но все здесь и рассеивается, не оставляя никаких следов. И призыв к массам, в сущности, всегда остается без ответа» [2, 7-8].

В эпоху *тотальной симуляции* по-иному стало восприниматься историческое время. Бодриар отмечает такое явление, как *фетишизация прошлого*. В результате исчезновения референта, проблематичности существования реальности, кризиса рационального, смещения восприятия с действительных событий на акты *симуляции* общество испытывает травму. Все без исключения события прошлого героизируются. При этом не происходит их осознания. Имеет место лишь ностальгия по утраченному референту. Прежние более-менее стройные представления о структуре исторических изменений сменяются множеством отдельных популярных сюжетов, которые, переплетаясь, образуют пеструю объемную картину вневременного бытия человечества. «Позади перформативной и демонстративной логики — одержимость исторической верностью, <...> эта негативная верность одержима материальностью прошлого, настоящего, такой-то сцены прошлого или настоящего, реставрацией абсолютного *симулякра* прошлого или настоящего, заменившая собой все другие ценности — к этому причастны все мы, и здесь ничего не изменишь» [4]. Такую же ностальгию по референту Бодриар видит в современном искусстве, в частности в кино. Оно создает иллюзию реальности, которой уже давно не существует, и получает популярность именно благодаря этой иллюзии.

Символом *гиперреальности*, ее лучшим образом теоретик считает современный гипермаркет. Он включает в себе пространство всей современной социальной жизни, представляет собой «нечто совершенно отличное от традиционных культурных сооружений (музеев, галерей, библиотек, домов культуры и т. п.). Именно здесь вырабатывается та критическая масса, сверх которой товар становится *гипертоваром*, а культура — *гиперкультурой*, т. е. связанной более не с различными обменов или определенными потребностями, но с определенного рода тотальным антропометрическим универсумом, или замкнутой цепью, по которой пробегает импульс от отрезка к отрезку...» [4].

В *гиперреальном* мире господствует дух нигилизма, но не прежнего несущего деструктивный заряд нигилизма эпохи романтизма, а также не нигилизма дадаистов и сюрреалистов, а принципиально новой разновидности этого явления. Он пропитан не духом активного протеста, а представляет собой инертность, отказ поддерживать какие-либо смыслы, предпочтение *симулякров*, обеспечивающих удобное и беззаботное существование. «Нет больше надежды для смысла» [4].

Подобным же образом трактует пространство тотальной симуляции и американский теоретик Фредерик Джеймисон. Рассматривая природу постмодернистского кризиса с марксистской точки зрения, он показывает, что в современную эпоху происходит распространение товарной стоимости на недоступные для нее ранее пространства социальной жизни. Логика товара окончательно подчиняет себе культуру. Потребитель оказывается одинок, заперт в мире товарной стоимости. Рвутся социальные связи. Субъект теряет ощущение единства всеобщего и конкретного. Джеймисон описывает мировосприятие современника как шизофреническое, откликаясь на мысль Лакана, который трактовал шизофрению как «род языкового беспорядка», характеризующийся разрывом между означаемыми [8].

Особая роль в становлении и функционировании *гиперреальности* принадлежит масс-медиа. В связи с этим в последние десятилетия развернулись теоретические споры о манипулятивной сущности средств массовой информации. Так, современные теоретики критического направления в первую очередь обращают внимание на активную монополизацию медиарынка, практику слияний владеющих СМИ компаний в гигантские медиахолдинги. Мировое медиапространство на сегодняшний день практически полностью контролируют несколько медиамонополий. Крупнейшие из них — американский концерн «Time Warner», «Viacom», «Walt Disney», «News Corporation», «Bertelsman» и «General Electric».

Подавляющая часть новостей в СМИ поступает из минимального количества источников: всего лишь трех мировых информационных агентств — «Ассошиэйтед Пресс», «Томсон-Рейтер» и «Ажанс Франс Пресс». Ведущие СМИ не только проводят информационную политику в интересах своих владельцев, но и активно включаются в политическую пропаганду. Так, В. Сапунов, приводя многочисленные примеры тенденциозного освещения американскими СМИ политических процессов в Венесуэле и Боливии, войн в Ираке и Ливане, бедственной ситуации в африканских странах, выделяет основные характеристики современных глобальных информационных процессов:

- Усиление гегемонии США и американского медиасектора;
- расслоение западного сектора по вопросам ресурсных регионов;
- отсутствие плюрализма по ключевым социальным вопросам;
- пропаганда либерализации и глобализации мировой экономики;
- пропаганда буржуазных, потребительских, социокультурных шаблонов;
- борьба с девиантными информационными дискурсами;
- небольшое внимание проблемам бедности, социального и расового неравенства» [6, 232].

Приемы манипуляции, применяющиеся в современных СМИ, достаточно хорошо изучены. Многие критики медийного дискурса опираются на понятие *«политического мифа»*, который описал еще Кассирер на примерах из пропагандистского дискурса нацистской Германии. Особенности этого дискурса заключаются в преимуществе сакрального значения понятий перед их семантическим значением, появлении мифологической фигуры лидера-героя, в котором сосредотачиваются все естественные и сверхъестественные качества, необходимые для преодоления политических и социальных трудностей, формировании новой системы ритуальных действий, попытке с помощью иррациональных поступков, психологически сходных с обращением к магии, преодолеть кризис, не поддающийся рациональному осознанию [13, 58-65].

Более поздние теоретики упростили концепцию современного мифа, фактически понимая под ним естественно возникающее или искусственно формируемое ложное представление. Так, Герберт Шиллер выделил несколько «мифов», делающих аудиторию СМИ доступной для осуществления манипуляции:

- миф о нейтралитете;
- миф о плюрализме средств массовой информации;

- миф об отсутствии социальных конфликтов;
- миф об индивидуализме и личном выборе;
- миф о неизменной природе человека.

При этом манипуляторы достигают цели двумя основными методами: *«дроблением как формой коммуникации»* (фрагментарность в подаче материала, связанная с прерыванием основного потока информации коммерческими сообщениями, а также самим построением информационных сообщений в СМИ, усложняет системное восприятие, делает сознание аудитории доступным для коротких эмоционально нагруженных сообщений) и *«немедленностью передачи информации»* (обязательное требование оперативности в подаче информации снижает степень ее достоверности и основательности, служит оправданием для различного рода неточностей и недобросовестных предположений). Основной целью манипуляторов при этом является обеспечение пассивного, некритичного восприятия информации. Это позволяет добиться успеха как в формировании определенной и выгодной конкретным кругам точки зрения по какому-либо политическому вопросу, так и в формировании потребительского образа жизни, навязывании конкретных товаров и жизненных стилей [19].

И, естественно, нужно иметь в виду, что медийный дискурс в значительной степени состоит из коммерческой, рекламной информации. Рекламный дискурс представляет собой особый тип манипуляций сознанием аудитории, разработка технологий которого получила статус научной дисциплины. Образы потребительских товаров представляют собой *симулякры* в чистом виде.

Так, например, Пьер Бурдьё в серии лекций, прочитанных на французском телеканале «Пари Премьер», объясняет искажения информации в сообщениях прежде всего не конкретными манипулятивными актами, а самим способом показа действительности в СМИ, определяя его словосочетанием *«скрывать, показывая»*. В поисках сенсационной информации журналисты выделяют экстраординарные факты криминального характера, связанные с нарушением общественной морали скандалы, факты коррупции и прочие примеры преступлений по отношению к государству и его гражданам. При этом очень часто отдельные экстраординарные события, поданные в СМИ с намеренным усилением эмоциональной нагрузки, формируют неправильное целостное представление о той или иной социальной сфере [5].

Постмодернизм принципиально отказывает средствам массовой информации в способности объективно отражать мир, поставлять аудитории достоверные данные. При этом, обосновывая свою позицию, теоретики-постмодернисты ссылаются на принципиальные особенности

медиадискурса, которые отказывают в праве на существование таким моральным понятиям, как объективность и непредвзятость.

Так, Жан Бодриар спорит с авторами, обсуждающими в сослагательном наклонении события 1968 года во Франции и представляющими возможные последствия взятия забастовщиками телецентра. Бодриар утверждает, что СМИ могут быть использованы исключительно в интересах правящей группы, так как способны обеспечивать только одностороннюю коммуникацию. «...Вся современная архитектура масс-медиа основывается на этом нашем последнем определении: они являют собой то, что навсегда запрещает ответ, что делает невозможным процесс обмена (разве только в формах симуляции ответа, которые сами оказываются интегрированными в процесс передачи информации, что, однако, ничего не меняет в однонаправленности коммуникации)» [3].

Постепенно весь дискурс СМИ, описывающий реальные политические процессы превратился в игру *пустых означающих*. Так, понимание «демократической модели» исключительно в качестве механизма придания легитимности власти очень характерно для активных участников современного политического процесса. В одном из интервью самый богатый по версии журнала «Форбс» россиянин, руководитель компаний «Русский алюминий» и «Базовый элемент» Олег Дерипаска на вопрос о демократичности государства недвусмысленно ответил: «Куда уж демократичнее. Если, конечно, откинуть всякие сказки о демократии, якобы кто-то что-то решает, зайдя в кабинку для голосования... Это элемент стабилизации общественных процессов. Совершенно ясно, что экономика, крупный конкурентоспособный бизнес не могут пойти на такой великий риск — произвольное назначение менеджеров госаппарата, как бог на душу положит. Кадры для управления страной и государством необходимо тщательно подбирать. Госменеджер должен быть, во-первых, адекватным. Прежде всего в понимании приоритета бизнеса в государстве. Во-вторых, он должен быть профессиональным. В этом случае он имеет все шансы на поддержку власти, в том числе на достойное материальное стимулирование» [15]. Реальные властные процессы, как и адекватные представления о сущности социальной структуры, окружены молчанием, чрезмерное количество информации оборачивается непрозрачностью основных институтов общества. Действительно, в заключении данного интервью подчеркивается конфиденциальный характер информации:

*«Олег Дерипаска: Прошу Вас — это все именно для вашего VIP-бюллетеня. Не стоит транслировать это в газеты или в Интернет. Для них будут уместны другие вопросы и ответы.*

*Николай Асмолов (журналист — авт.): — Обещаем. Наши подписчики — люди известные, и все слишком хорошо понимают вопросы власти и бизнеса. Думаю, они будут благодарны Вам за откровенность» [15].*

Действительно, если в эпоху модернизма политическая борьба принимала вид открытой борьбы идеологий, находя должный отклик в СМИ, сегодня общественному вниманию доступна лишь особая сфера «публичной политики». СМИ поставляют аудитории своеобразный *идеологический фаст-фуд*, в основе которого не новые развивающиеся социальные теории, а постмодернистский интертекст, эклектичный набор отдельных, часто противоречивых тезисов великих теорий эпохи модернизма. Кроме того, особенностью *идеологического фаст-фуда* является его легкая заменяемость. Так, несмотря на то, что эксперты не смогли дать необходимую трактовку «суверенной демократии», СМИ уверенно подхватили новый *симулякр*, сделали его доступным и популярным. Одно из ведущих развлекательных изданий в характерной манере образно и с юмором дало, очевидно, чуть ли не самое лучшее определение новой идеологической модели: «Суверенная демократия. Тут опять дискуссия возникла: что такое суверенная демократия? Говорят, такой не бывает. Бывает просто демократия. Она или есть, или нет ее. А все остальное, мол, игра слов. Но это как посмотреть. Помните короткий диалог В.В. Путина и Дж.Дж. Буша на саммите в Санкт-Петербурге о демократии в Ираке?»

*Путин:*

*— Нам очень не хотелось бы, чтобы у нас была такая же демократия, как в Ираке.*

*Буш:*

*— Подождите...*

*Я не понял, что означает это «подождите» Джорджа Буша. Упрек? Мол, подождите, вам еще расти и расти, так как ваша демократия находится на более низком уровне, чем даже в Ираке. Или намек? Дескать, подождите, мы вам тут такую же устроим демократию, как в Ираке. И ведь устроят! Устроят, если мы пойдем на поводу и попробуем импортировать их, американскую, демократию. Скажут — не прививается. Надо, мол, взрыхлить почву получше. И станут взрыхлять. Бомбами... Так что в наших широтах лучше уж свою собственную, суверенную, то есть отечественную демократию возвращать. Не кокос — привьется...» [10]*

В логику *симулякра* вполне вписываются институты и действующие лица современной мировой политической системы. Так, например, кандидаты на ту или иную выборную должность проходят путь от реальных лиц до полноценного *симулякра*. Можно рассмотреть последовательно смену стадий превращения реального кандидата в *чистый симулякр*:

**1. Образ является отражением базовой реальности;**

Первоначально, выдвигая свою кандидатуру, политик пользуется лишь тем имиджем, который сложился, так сказать, стихийно, на основе его личного участия в общественной практике и является отражением его личности.

**2. Образ маскирует и искажает базовую реальность;**

На первоначальном этапе раскрутки кандидата в сообщениях обеспечивающих его PR средств массовой информации начинают возникать ложные факты, более популярно оформляется биография, замалчиваются компрометирующие факты. Информация о кандидате искажается.

**3. Образ маскирует отсутствие базовой реальности;**

Имиджмейкеры, составляя PR-материалы, ориентируются уже не столько на реальную личность кандидата, его реальные компетенции, сколько на спрос электората. Кандидат становится таким, каким должен быть в соответствии с требованиями текущей политической и экономической ситуации. Тем не менее, искусственный образ должен выглядеть реалистично, а сочиненная биография хотя бы напоминать реальную.

**4. Образ не имеет никакого отношения к какой-либо реальности, являясь своим собственным чистым симулякром;**

Постепенно, с приближением к кульминации избирательной кампании создается полноценный имидж кандидата. Он, по большому счету, не имеет отношения к действительной личности, максимально соответствуя тому или иному архетипу. Поскольку другие кандидаты раскручивают себя по той же схеме, логика кампании приводит к тому, что представление о реальном бытии кандидатов у аудитории теряется. Имиджи начинают жить собственной жизнью. Образ кандидата превращается в *чистый симулякр*.

*Видный лидер, ученый, оратор,  
Разве выразишь это в стихах?  
Для страны расчищает фарватер,  
Правоту видим в добрых делах.  
Губернатором стал в новом веке,  
Для народа он добрый, простой,  
От природы есть все в человеке,  
Смотрит вдаль он с надеждой большой [9].*

Стихотворение провинциального сочинителя, посвященное одному из губернаторов, вполне можно было бы адресовать любому действующему лицу российской политики.

В глобальной политике также действует целый ряд личностей-*симулякров*. Так, без сомнения, главным политическим *симулякром* последних лет стал террорист Усама бин Ладен. За 8 лет под маркой Бин Ладен выпускалась самая разнообраз-

ная продукция: от туалетной бумаги до коллекций одежды. «Осама» — так назывался фильм афганского режиссера Сиддика Бармака о судьбе девушек родной страны, а американский религиовед Брюс Лоуренс в 2005 году даже издал сборник «Послания миру: заявления Усамы Бен Ладена», представляющий собой собрание видео- и аудиопосланий, проповедей, всех известных изречений террориста и даже его лирических произведений.

С момента терактов в Нью-Йорке и Вашингтоне террорист № 1 успел уже несколько раз умереть: от болезни почек, от землетрясения в Индийском океане, от зараженной воды, от авиаударов НАТО. И каждый раз воскресал. Особое значение для формирования данного феномена гиперреальности имело то, что бин Ладен — не только террорист и бизнесмен, но и духовный лидер. По сути *симулякр* бин Ладена означает деструктивное начало современного мира, одну из основ мифологии «нового первобытного общества». Так, недавно забавное сообщение появилось в английском таблоиде «The Sun»: *«Отклонено обвинение против австралийского комика, который нарушал общественный порядок, переодевшись Усамой бин Ладеном. Час Лисиарделло — один из 11 участников команды транслируемого Австралийской радиовещательной корпорацией шоу «The Chasers War on Everything», арестованных в сентябре во время визита президента Джорджа Буша. Во время визита американского президента группа промчалась на мотоциклах через контрольно-пропускные пункты, оставив полицию позади... Полиция махала нарушителям, но несмотря на это, фальшивая автоколонна из двух мотоциклов и трех лимузинов с канадскими флагами пересекла два контрольно-пропускных пункта, после чего господин Лисиарделло вышел из машины, облаченный в длинную фальшивую бороду Усамы бин Ладена и исламскую одежду. Группа была задержана рядом с отелем «Интерконтиненталь», в котором остановился Джордж Буш.*

*После прошедшего воскресной ночью голосования на канале MTV трюк был признан «Лучшим телевизионным моментом» и удостоился награды национальной индустрии телевидения. Директор канала ABC Ким Далтон приветствовал прокурорское решение. «В прошлом году это стало бесспорно главным событием в политической сатире, и ABC им всегда очень гордилось. В нем увидели только то, чем оно и являлось в действительности: замечательную политическую сатиру», — сообщил в своем заявлении Ким Далтон» [21].*

Известный психотерапевт и публицист Рамиль Гарифуллин *симулякр* Усамы бин Ладена по масштабам воздействия на общественное сознание сравнивает только с *симулякром* прошлого Папы Римского Иоанна Павла II [7]. Папа, обла-

дая не только выдающимися качествами духовного лидера, но и незаурядным актерским талантом, стал для аудитории СМИ полноценной звездой, гиперреальной личностью, воплощавшей в себе духовное прошлое и духовное настоящее западной цивилизации. Впрочем, благодаря мировой фабрике *симулякров*, в популярную постмодернистскую концепцию вписываются и действующий папа, и, например, лидер Тибета Далай-Лама.

Характерным явлением медийной симуляции представляется такой жанр американской журналистики, как “Social reportage” (“социальное исследование”. – *авт.*). В журналистских произведениях фоном звучит сигнал «свой-чужой». Социальное зло – зло чуждое, зло из другого мира. В самом стремлении авторов максимально объективно отразить ситуацию скрывается вольное или невольное желание доказать неизбежность данного положения вещей. Благополучной аудитории навязывается *симулякр* бедности. Он находит свое место в системе образов *гиперреальности*. Социальный порядок представляется неизменным, социум – лишенным противоречий. Масс-медиа показывают мир плоским, бесконфликтным. «Насколько велико стремление журналистов-исследователей избежать обвинения в недостоверности отображения действительности, настолько же симуляция является целью их повествования. Именно благодаря стремлению эту цель скрыть повествование достигает беспристрастности» [20, 213]. Так, например, типичным примером данного жанра и основных его *симулятивных* особенностей является социальное исследование о жизни в южном Бронксе, представленное изданием «New York Observer»: «*Грохотали колонки автомагнитол, из окон доносились мелодии испанского радио. На углах стояли мальчики, обвешанные золотыми браслетами и цепями. Дети закусывали на те деньги, за которые их наняли торговцы, на их коленках балансировали пластмассовые подносы с жирной пищей. Бабушки уселись на складных стульях. Молодые матери расположились на складных стульях, которые расставили так, что могли сконцентрироваться на флирте, обеспечивающем превосходную рекламу их неотразимым детям. Вдоль всей авеню рабочие делали покупки и тянули сумки с продуктами или толкали тележки из прачечной с аккуратно свернутым бельем. Сквозь толпу продирались наркоманы, спохватывались и снова исчезали» [21].*

Таким образом, в полной мере воплотились прогнозы ситуациониста Ги-Дебора, разработавшего одну из самых актуальных философских метафор *постсовременной* эпохи – «общество спектакля». Значительную роль в этом процессе играет и многократное увеличение информационной нагрузки на индивида. Он оказывается не в силах использовать для ее анализа инструменты рациональной познавательной деятельности, а

может лишь ориентироваться на схожие по структуре с мифами *симулякры*. Масс-медиа естественно подстраиваются под данные особенности восприятия и используют их в процессе формирования общественного мнения. При этом имеют место разнообразные, порой противоречивые тенденции. Так, наряду с *эссеизацией постмодернистской культуры* (о которой, в частности, говорит В. Хорольский [17, 124]), позволяющей избежать жестких формулировок в описании сложных общественных процессов, наблюдается деградация публицистического текста, как в наиболее популярных развлекательных СМИ, так и в деловых изданиях, предназначенных для узкой аудитории. Таким образом, можно сделать парадоксальное заключение о том, что коммуникативная общественная практика эпохи постмодернизма, в значительной степени определяемая дискурсом средств массовой информации, характеризуется в первую очередь непрозрачностью. Непрозрачность общественной, межличностной коммуникации естественно означает и *симулятивный* характер внутрличностного диалога и способствует такому явлению, как *кризис идентичности*. Индивид теряет ощущение эпохи и своего места в ней. Главными событиями становятся приобретения новых вещей. Жизненной целью становится погоня за вечно возвращающейся модой. «Информационная функция медий, таким образом, состояла бы в том, чтобы помочь нам забыть, они действовали бы как истинные действующие силы и механизмы нашей исторической амнезии» [8].

Постмодернизм объясняет *симуляцию* в СМИ *симулятивной* сущностью современного общества, влиянием *гиперреальности*. СМИ являются таким же генератором *симулякров*, как и наружная реклама, постмодернистское искусство. «*Симуляция*, оставшаяся до сих пор бессознательной, становится категорической формой жизни, весь мир становится сценой для бесконечного театрального представления, вторгающегося даже в интимные сферы. Если капитализм больше уже не “является” самим собой, а лишь нематериально “играет” себя, то и все более формируемые им люди не являются самими собой даже в смысле фетишистского порядка вещей, они лишь играют сами себя – так сказать, как марионетки марионеток, которые дергают сами себя за все более сложные нити. Этот абсурдный спектакль теперь уже действительно спектакль. Люди живут в долг и в духовном отношении. Экономическому вампиризму за счет многочисленных неродившихся поколений соответствует культурный вампиризм за счет всего прошлого, поскольку нет больше уже ничего своего, что еще может быть создано. Вампиры не могут быть творческими; творчество тоже приходится симулировать» [14].

Таким образом, *симулятивность* — неотъемлемое свойство современного общественного сознания, во всех сферах которого можно обнаружить ее проявления. Формирование данного феномена закономерно связано с формированием ситуации постмодерна и ее социально-историческими предпосылками.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. Америка / Ж. Бодрийяр. — СПб.: Владимир Даль, 2000.
2. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Ж. Бодрийяр. — Екатеринбург, 2000. — С. 7-8.
3. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа / Ж. Бодрийяр. — ([http://ihtik.lib.ru/db\\_28sept2006/data/278565.html](http://ihtik.lib.ru/db_28sept2006/data/278565.html)).
4. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр // *Философия эпохи постмодерна*. — Мн., 1996.
5. Бурдые П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые. — М., 2002.
6. Сапунов В. Некоторые аспекты политической экономии глобализационных информационных процессов / В. Сапунов // *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*. — 2006. — № 2. — С. 232.
7. Гарифуллин Р. Папа римский против бен Ладена. Смерть как шоу в мире симулякров / Р. Гарифуллин // «Русский журнал». — 2005. — 11 апр. — (<http://www.interfax-religion.ru/catholicism/?act=news&div=2800>).
8. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления / Ф. Джеймисон. — (<http://www.ruthenia.ru>).
9. Железнова М. / Культ личности губернатора Строева / М. Железнова // «Русский Newsweek». — 2006. — 13 фев. — ([http://www.compromat.](http://www.compromat.ru/j?impz+IASZW6fWdDQpyUMcC9tYWluL3N0cm9ldi9hLmh0bQ==)

[ru/j?impz+IASZW6fWdDQpyUMcC9tYWluL3N0cm9ldi9hLmh0bQ==](http://www.compromat.ru/j?impz+IASZW6fWdDQpyUMcC9tYWluL3N0cm9ldi9hLmh0bQ==)).

10. Шахов Л. / Суверенная демократия / Л. Шахов // *Жизнь*. — 2006. — 26 июля. — ([www.zhizn.ru](http://www.zhizn.ru)).
11. Затонский Д.В. Модернизм и постмодернизм. Мысли об извечном коловращении изящных и неизящных искусств / Д.В. Затонский. — Харьков, 2000. — С. 255.
12. Ильин И. Постмодернизм как концепция духа времени / И. Ильин. — М., 2001. — С. 68-69.
13. Кассирер Э. Техника современных политических мифов / Э. Кассирер // *Вестник МГУ. Сер. 7, Философия*. — 1990. — № 2. — С. 58-65.
14. Курц Р. Симулятивный капитализм / Р. Курц // *Наперекор*. — 1998. — № 8.
15. Асмолов Н. Время России в Азии / Н. Асмолов // *Время Евразии*. — 2006. — № 2.
16. Новейший философский словарь. Постмодернизм / А.А. Грицанов (гл. ред.). — Мн.: Современный литератор. — 2007. — С. 566.
17. Хорольский В. Западная литература и публицистика XX века: культурологический подход / В. Хорольский. — Воронеж, 2005. — С. 124.
18. Шайхитдинова С.К. Информационное общество и последствия модерна / С.К. Шайхитдинова // *Credo New*. — 2004. — № 1.
19. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. — М., 1980.
20. Auer C. The Simulated Reality of the Social Raportage / C. Auer // *Simulacrum America*. — N.Y., 2000. — С. 213.
21. Luhmann T. / South Bronx Reportage Exposes Lived Reality of Social Policy / T. Luhmann // «The New York Observer». — 2003. — Feb. 3. — (<http://www.observer.com/node/47048>).
22. The Sun. — 2008. — May 8. — ([www.thesun.com.uk](http://www.thesun.com.uk)).

*Голубь Ю.Г.  
Воронежский государственный  
архитектурно-строительный университет.  
Аспирант кафедры философии,  
истории и социологии.  
yuri2005@list.ru*

*Golub Y.G.  
Voronezh State Architectural-Building University.  
Post-graduate student, chair of philosophy,  
history and sociology.  
yuri2005@list.ru*