

ЛОГИКА ПУСТОГО ЗНАКА В ЯЗЫКОВОЙ КОНЦЕПЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

© **Мащитько О.В.***

Белорусский государственный университет культуры и искусств,
Республика Беларусь, г. Минск

Статья ставит целью экспликацию основных тенденций в интерпретации потребления как пустого знака. Основным тезисом языковой концепции потребления является утверждение, что потребление – эквивалент языка, язык нашего общества и способ коммуникации его членов между собой. В статье выявляются наиболее значимые тенденции знаковой интерпретации идеологии потребления. К ним относятся связь системы потребления с логикой «пустого знака», с понятием неявного насилия, наделение потребления функцией конституирования идентичности, коннотация потребления с принципом нехватки реальности.

Ключевые слова: потребление, идеология потребления, общество потребления, пустой знак, симулякр, реальное, постсовременность, явное и неявное насилие.

Потребление в современной культурологии является одной из приоритетных тем исследования. Рассмотрение этого процесса давно вышло за рамки экономических и социологических теорий. Отличительной чертой современных концепций потребления в философии культуры является нарастание критических оценок, а также более широкий контекст исследований, при котором потребление является одной из ипостасей постсовременности.

В современной философии наиболее значимой вехой в исследовании потребления стала знаковая трактовка, в соответствии с которой потребление – это система обмена и эквивалент языка [1, с. 72-74]. Используя определение Бодрийяра о потреблении как языке нашего общества и способе коммуникации членов общества между собой, мы назовем рассматриваемую теорию языковой концепцией потребления. Данная статья ставит целью выявление основных тенденций в интерпретации знаковой природы потребления, важнейшей из которых мы считаем доминирование логики пустого знака.

В концепции Бодрийяра пустота знака обозначается понятием «симулякр». Главное свойство симулякра – мнимое присутствие, когда внешние проявления предшествуют сущности [2, с. 34]. Применительно к идеологии потребления эта логика утверждает «пустоту» товара, когда последний не служит удовлетворению потребности. Функция потребляемого, а также на-

* Доцент кафедры Философии, докторант кафедры Культурологии, кандидат философских наук, доцент.

слаждение, связанное с потреблением – вторичны в силу того, что потребляются не вещи как таковые, а знаки.

В интерпретации Жижека логика «пустого знака» связана с тем фактом, что сегодня ни один товар не является «действительно тем», не соответствует тем ожиданиям, которые вызывает. Своего рода символом структурной пропасти между ожиданием и действительностью применительно к товарной системе Жижек считает яйцо «Киндер-сюрприз». Покупая шоколад, мы покупаем игрушку: «... Разве эта игрушка не есть маленький предмет в центре пустоты нашего желания...? Эта ... пустота в центре, конечно же, представляет собой структурную пропасть, из-за которой ни один товар... не соответствует ожиданиям, которые он вызывает...» [3, с. 255-259]. Жижек обращается к определению товара Марксом, который, указывая на его загадочность, обещание «чего-то большего», непостижимого удовольствия, месторасположение которого – фантазия. Современная реклама адресована не потребности, а именно этому фантазматическому месту. А символическое значение «Киндер-сюрприза» видится в том, что игрушка внутри шоколадного яйца – это результат попытки непосредственно материализовать, сделать видимой таинственную избыточность товара. Таким образом, «Киндер-сюрприз» дает формулу всех товаров, которые обещают «больше», компенсируя отсутствие «меньше», компенсируя тот факт, что товары по определению не выполняют своего обещания: «... Настоящий товар – это такой товар, который не нуждается ни в каком дополнении, это товар, который просто дает то, что обещает – ... не меньше и не больше» [3, с. 259].

Примером рассмотрения потребления в контексте логики пустого знака у Бодрийера может служить его анализ пустого функционализма, воплощенного в таких понятиях, как «штуковина», «гаджет» и прочих. «Штуковина» являет собой пробел в функциональном мире, вещь, оторванную от своей функции. В современной цивилизации все больше вещей подпадают под это пустое понятие [4, с. 146-150]. В социуме становится все больше безымянных товаров, или именуемых с трудом, через неологизмы и перифразы. Дефицит имен создает благоприятную почву для формирования тоталитарного кодекса современности, поскольку в таком мире люди менее устойчивы к мифологии.

Связь пустоты и потребления можно увидеть, присмотревшись к самой сущности современного капитализма. Капиталистическая система обусловлена идеей виртуализации капитала: «Корпорация принадлежит другой корпорации, которая заняла деньги у банка, который распоряжается деньгами простых людей» [5, с. 48-49]. Жижек сравнивает парадокс капитализма с парадоксом электрона в физике: масса любого элемента равняется массе покоя и массе избытка, создаваемой ускорением во время движения. И оказывается, что масса электрона состоит только из избытка, как будто мы имеем дело с пустотой. Схожий принцип мы видим в современном обществе потребления. Чистая «стоимость» капиталиста равна нулю, он работает с избытком, взятым у будущего.

Капитализм, широко понимаемый в качестве стратегии устройства общества, основан на соблазнении, на принципе: «потребляй сегодня – плати завтра». Принципом некапиталистического социума, в противоположность этому, является «плати сегодня – потребляй завтра». На лингвистическом уровне первый принцип отображается как инфляция языка, появление ничем «не обеспеченных» на уровне означаемого слов. Функционирование капиталистической системы строится на постоянной эмиссии денег и принципе пониженного срока износа товаров. Без этих факторов функционирование системы невозможно. На лингвистическом уровне симметричным процессом является своего рода «эмиссия слов»: искажения, появление все новых и новых сленгов, особенно в интернет среде. В теории постструктурализма этот процесс нашел отображение в рамках концепции пустоты знака. Оборот ничем не обеспеченных денег приводит к функционированию ничем не обеспеченных слов.

История связи между потреблением и пустотой прослеживается Жижек с елизаветинских времен, когда десерт – «пустую еду», не дающую настоящего насыщения, – подавали в «пустых» помещениях (помещениях с «очищенными» от обеденной, «настоящей» пищи столами). Причем сами лакомства, как правило, были полыми и назывались пустышками. Десерт был «как бы едой», фальшивкой, чистой видимостью, в противоположность «нормальной» еде [3, с. 259-261]. Лакомства елизаветинских времен являются прообразом современных пищевых суррогатов вроде кофе без кофеина или искусственных сладостей. Это пища, лишенная своей сущности – поедая ее, человек в некотором смысле «ест ничто». Жижек обращает внимание на символический момент: именно в этот исторический момент было изобретено число «ноль». Будучи предметом потребления, вещь указывает за пределы себя, на иное измерение, вписанное в саму вещь в качестве пустоты в ее центре.

В современном обществе отношения между предметом и его символом переворачиваются: не образ репрезентирует продукт, а, наоборот, мы покупаем продукт, поскольку он репрезентирует определенный образ жизни. Жижек называет эту тенденцию «овеществлением опыта». Мы покупаем не предметы, а переживания, причастность к определенному образу жизни. Предметы рассматриваются и покупаются всего лишь как средства для «бесплатного» получения определенных переживаний [5, с. 48-49]. Товары теряют материальную значимость, приобретая при этом символическую. Покупая вещь, мы покупаем жизнь. Жижек указывает, что логичным является следующий шаг, реализованный пока что в лишь в фантастических фильмах. Этим шагом является продажа самих переживаний, минуя предмет.

В основе потребления как знака лежит принцип нехватки реальности. Проблема страсти к Реальному в обществе потребления связана с тем, что реальная социальная жизнь приобретает черты подделки. В киноиндустрии эта идея находит свое выражение в фильмах, в которых по сюжету мир оказывается спектаклем. Например, фильм Питера Уира «Шоу Трумена», «Вы-

вихнутый век» Филиппа Дика, «Матрица» братьев Вачовски. Общая идея фильмов состоит в том, что потребительский рай ирреален. Сюжет первых двух картин построен на том, что мир, в котором живет главный герой, оказывается спектаклем. В «Матрице» эта идея выражена с предельным драматизмом. Согласно сюжету фильма, мы все погружены в иллюзию, создаваемую гигантским мегакомпьютером.

Производными от логики пустого знака являются остальные черты языковой концепции потребления. Первым ее следствием является трактовка потребления как неявного насилия. Поскольку в современном обществе утрачена связь между потребностью и потреблением, последнее потенциально способно приобретать тоталитарный характер. Одновременно открывается возможность на знаковом уровне выявить механизмы подчинения, действующие через потребление. Так, Бодрийяр считает, что потребление связано с тоталитарным кодексом, который благодаря рекламе приобретает императивное звучание. К позитивным аспектам этого процесса относится тот факт, что потребление обеспечивает социализацию и секуляризацию опознавательных знаков. Система «стэндинга» делает бессильными все кастовые и классовые ритуалы, все критерии социальной дискриминации. Кроме того, примечательным является тот факт, что впервые в истории образуется универсальная система знаков и их прочтения. К негативным аспектам тотализации потребления относятся во-первых, то, что вышеуказанный универсализм достигается ценой упрощения, обеднения, регресса языка социального достоинства, когда человека «характеризуют» его вещи. Во-вторых, негативным фактором является принудительная соотнесенность с одной знаковой системой – системой потребления [4, с. 115-124]. Через нее иерархические отличия навязываются всему социуму. Не случайно западное общество своего времени Бодрийяр именовал «семиократией», а современный город – знаковым гетто.

Связь потребления и насилия базируется на различии в современной философии насилия явного, «зримого», и неявного. Чтобы увидеть незримое насилие, нужно уметь отстраняться от зримого, «субъективного» насилия, совершаемого четко опознаваемой силой. Система потребления не воспринимается обывателем как насильственная, поскольку в данном случае принуждение нельзя приписать конкретным людям [5]. В этом состоит особенность современной идеологии: определенные установки и нормы жизни больше не воспринимаются в качестве идеологических. Они кажутся нейтральными и обыденными. Поэтому современная система потребления может быть названа одной из самых действенных идеологических механизмов: ее принудительность проявляется как самоуправляемость среды.

Одной из наиболее дискуссионных тенденций стала связь потребления с символическим конституированием идентичности, поскольку данный аспект затрагивает основы понимания сущности человека. Современная система потребления подрывает веру в ядро идентичности, веру в то, что за различием оболочек скрывается единство личности.

В работе Жижика «Кукла и карлик» прописывается контраст между понятием «фактор икс», принадлежащем Фукуяме, и отображающем убежденность, что за внешними появлениями личности скрывается сущность, «сам человек», и экспериментом журнала «Стэрн», который эту убежденность подрывает. Эксперимент состоял в том, что журнал заплатил опустившейся паре бездомных, чтобы они позволили себя вымыть и передать в руки лучших модельеров и парикмахеров. В одном из номеров журнала были опубликованы два параллельных ряда фотографий, снятых «до» и «после». Результат шокировал тем, что уверенность в том, что за разной внешностью скрывается один и тот же человек, поколебалась. Этот эксперимент подорвал веру в ядро идентичности, которая отвечает за наше достоинство и сохраняется, невзирая на изменения внешности. Эксперимент заставил думать, что сердцевина нашей субъективности – это пустота [3, с. 264-270].

Таким образом, к наиболее значимым тенденциям интерпретации идеологии потребления в современной философии являются связь системы потребления с понятием пустоты, принципом нехватки реальности. Потребление также трактуется как неявное насилие, что конкретизируется, в том числе, в связи потребления с социальным разделением общества и функцией знакового конституирования идентичности.

Список литературы:

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: «Рудомино», 1999. – 113 с.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
3. Жижек С. Кукла и карлик. Христианство между ересью и бунтом. – М.: «Европа», 2009. – 336 с.
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
5. Жижек С. О насилии. – М.: Европа, 2010. – 184 с.

КУЛЬТУРА КАК ЗЕРКАЛО ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА СОВРЕМЕННОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ

© Родионова А.С.*, Лысенко А.О.♦

Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск

В работе анализируется проблема качества общественного бытия, связанная со способностью продуцирования культурных ценностей материального и духовного свойства, с нарастающей потребностью в

* Студент факультета «Мировая экономика и право».

♦ Доцент.