

Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»

Ж. Бодрийяр: формирование субъективности в социокультурном пространстве постмодерна

Шиканова Виктория Валерьевна

Аспирант

Тверской государственны университет, Исторический факультет, Тверь, Россия

E-mail: vitamortecarent@mail.ru

Ж. Бодрийяр: формирование субъективности в социокультурном пространстве постмодерна

Проблема формирования человеческой субъективности в мире социокультурных реалий постмодерна занимает центральное место в концепции Ж. Бодрияра, критически раскрывшего сложную динамику ее продуцирования на фоне порождения практик потребления коммуникативными процессами. Выходя за рамки экономической проблематики, потребление является сложным социокультурным феноменом, предстает как инструмент реализации социальных стратегий, как средство обозначения статусных позиций, общения и самовыражения, а также как символическая практика манипулирования знаками. Концепция Бодрийяра важна для понимания противоречивых реалий формирования человеческой субъективности в культуре глобального сообщества и России.

Для Бодрийяра предмет-знак становится таковым только в соотношении с другими предметами-знаками. Как писал Леви-Стросс, значение символов зависит в первую очередь от их положения, так как они не имеют внутренне присущих им инвариантных значений, они не автономны по отношению к контексту [6]. В книге «К критике политической экономии знака» Бодрийяр отмечает, что предмет не представляет собой лишь различные типы отношений и значений, которые могут сойтись друг с другом, вступить в противоречие и возникнуть в нем как предмете [1]. Кроме того, Бодрийяр считал, как и Леви-Стросс, что «язык мыслит, мыслит нас и для нас, и, по крайней мере, с не меньшим успехом, чем мыслим мы с его помощью» [3]. Это «мышление» языка, по Бодрийяру, есть символический обмен между словами и идеями.

Система потребляемых человеком вещей имеет также идеологическую функцию, заключающуюся в том, что она дает нам только игру в повышение социального статуса, «поскольку любые отличия изначально интегрированы в систему» [4]. Бесконечное принуждение, которому подвергается человек сегодня, это принуждение к потреблению. Как полноценный субъект индивид перестает существовать в акте потребления, ибо полноценность придает потребление, посредством которого человек осуществляет интериоризацию рекламы как репрезентацию всего общества потребления в целом.

Бодрийяр анализирует социальную логику потребления как логику производства социальных знаков и манипуляцию ими. Исходным пунктом анализа является отсутствие потребления объекта в себе (в его потребительской ценности) – всегда происходит манипуляция объектами как знаками, которые отличают индивидов друг от друга, одновременно являясь референтными какой-либо группе. Потребитель ощущает себя свободным в своем выборе, не подозревая о принуждении к дифференциации и подчинении коду сигнификации. Но, как замечает Бодрийяр, отличаться всегда означает принимать общий порядок отличий [2].

Потребности отличаются от наслаждения и удовлетворения, они являются производным системы потребления, а не отношением индивида к объекту потребления. Существуют они в виде системы потребностей. Общество потребления является своим собственным мифом, по мнению Ж. Бодрийяра, т. к. само потребление – миф, рассказ нашего общества о самом себе. Единственной объективной реальностью потребления выступает идея потребления, приобретающая значение здравого смысла.

В связи с тем, что потребление симулируется и превращается в потлач, отменяющий потребительную стоимость, техника, наука, знание превращаются в магические практики, преследуя целью лишь зрелищность. Исчезает как означающее, так и означаемое. Единственный оставшийся референт – это референт «молчаливого большинства», массы. Масса представляется одновременно и субъектом, и объектом симуляции, не являясь ни тем, ни другим. Масса обладает способностью к изменению моделей путем гиперсимуляции.

Всегда рациональный дискурс вещей и их производства, включая и дискурс потребления, как знаковой функции определяют поведение человека, то есть дискурс субъекта. Сегодня не потребности являются причиной производства товаров, но система производства и потребления генерирует потребности. Обмен, покупка и присвоение благ и вещей как знаков образуют язык культуры и тот кодекс, в соответствии с которым члены общества коммуницируют [5]. Бодрийяр предложил видение системы потребительских товаров через призму кода сигнификации (смысла), осуществляющего контроль, как над предметами, так и над индивидами общества.

Конституирование социального тела происходит в порядках неподлинных знаков «подделки», «производства», «симуляции». Каждый порядок реализует определенную стратегию структурирования тела, представляет проект всеобщего контроля и господства и социальную схему, демонстрирующую внутреннее единство системы.

Статус тело приобретает благодаря культуре. Способ организации отношения к телу отражает отношение к вещам и социальные отношения. Тело предстает капиталом и фетишем, то есть объектом потребления. В масштабе всего современного общества работает стратегия потребления, именуемая Ж. Бодрийяром стратегией обольщения-приманки. «Потребление» тела как товара проходит через «метку», в результате чего оно становится «приманкой» и служит для «обольщения». Социальным механизмом воспроизводства тела в современности является мода / Мода становится специфическим способом межличностной коммуникации.

Потребительная стоимость заменяется символической стоимостью. Таким образом, возникает мнимый процесс удвоения самости некоей ценностью, добавленной к уже существующему индивиду под видом прибавочной стоимости, что есть формула персонализации. Культура представляет собой коллективную разработку с помощью СМИ – НОМ (наименьшей общей культуры), таким же образом сущность персонализация – в повседневной разработке НМР (наименьшего маргинального различия), а именно в поиске мелких качественных различий, через которые проявляются стиль и статус. В итоге, на базе концепции Бодрийяра выявляется существующее в культуре постмодерна базовое противоречие вариативности человеческих потенций и редукции таковых к полю потребностей, генерируемому властным контролем знаково опосредованных общественных практик.

Литература

1. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М., 2008.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.
3. Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / Перев. с фр. Н.Суслова. Ект., 2006.
4. Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 2001.
5. Дьяков А. В. Жан Бодрийяр: Стратегии «радикального мышления»/ Под ред. А. С. Колесникова. СПб., 2008.
6. Леви-Стросс К. Мифологии. Т.1. Сырое и приготовленное/Пер с фр. Э. А. Сокулер и А. Э. Акопяна. М.; Спб., 1999.