

Гиперреальность культуры как политический инструмент

Утуджан Аница Татосовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии политики и права, Москва, Россия

E-mail: anitsa1395@gmail.com

Современная эпоха считается эрой постмодернизма, проявляющегося в мировой общественной жизни и характеризующего многие её сферы, в особенности культуру. Современная культура для общественного потребления создает некое виртуальное пространство, основанное на полной утрате реальности. Это пространство французский философ-постмодернист Жан Бодрийяр называет гиперреальностью. Согласно ему, элементами гиперреальности являются симулякры - знаки-копии, эволюционирующие в плане потери референта до знаков-симуляций, т. е. до состояния полной потери связи с реальными объектами, и не скрывающие факта потери этой связи[2]. Такое пространство не только полностью состоит из знаков, не отсылающих к реальности, но и имеет своей целью создание все более новых и более отдаленных от реальности объектов, тем самым подменяя собой объективную реальность. Эти объекты представляют собой чистую информацию, обволакивающую собой всю реальность и формирующую сферу, потребление продуктов которой является смыслом человеческого существования. Современный человек живет актами потребления знаков и символическим обменом, который является своего рода надстройкой над базисом реальности. Этой надстройкой и является гиперреальность, которая функционирует по принципу символического обмена такими неотъемлемыми проявлениями современной жизни как деньги, мода и товары. Результатом же их потребления человеком является утверждение социального статуса, что и является окончательной целью обмена и номинального потребления предметов, т. е. их потребления их знаков[2].

В этой связи становится наиболее интересной сфера культуры, в современности находящаяся под непосредственным влиянием средств массовой информации. Через эту массовую культуру люди получают данные и информацию, потребление которых формирует и определяет общественную жизнь[1]. Таким образом надстройка уже формирует реальный базис, но перед нами встает уже политическая проблема - если виртуальная реальность уже становится главенствующей, то возникает возможность манипулировать через пути коммуникации обществом в целом. В современную эпоху наблюдается феномен подмены реальности, когда использование и потребление информации, получаемой нами из СМИ, является наиболее важным и актуальным, чем реальные события. Та информация, которую мы получаем из СМИ, как бы делает совершенно не нужными события и факты, о которых массмедиа согласно их основной цели должны сообщать. Таким образом, в постиндустриальную эпоху, основанную на гиперреальной культуре, образ жизни основывается уже не на материальных благах, а на информационных технологиях и их продуктах. Такая культура «из ничего» уже приобретает статус реально ценной действительной духовной жизни общества, хотя является пустой и исчезнувшей реальностью, и в этом уже заключается её собственная эстетика - эстетика исчезновения, которая наилучшим образом показательно проявляется в искусстве, таком как кино, и в войне[3]. В этой реальности человек сталкивается с такими проблемами как перегрузка информацией, поглощение личности информацией и символическим обменом, без потребления которых человек не будет считаться членом общества и не сможет социализироваться. Так же, СМИ манипулируют сознанием человека, погружают его в виртуальные миры, которые становятся для него уже более реальными, чем объективная материальная действительность. Наиболее ярким примером такого подмена и информационной войны, не соответствующей реальным

событиям, являются события в Персидском заливе в 1991 году[4]. Именно в этой манипуляции в сферах культуры и сознания начинается политическая манипуляция обществами. Когда объективная реальность отходит на второй план и наиболее важными для человека являются симулякры, которые не имеют связи с объективностью, открывается множество возможностей и путей для управления массами через культуру и СМИ[5]. Примеры такого управления мы можем наблюдать, когда сравниваем информационную обстановку, окружающую людей в разных странах - мы видим различное освещение одних и тех же событий средствами массовой информации.

В современности мы видим, что на смену гонке вооружений, приходит новый, более мощный политический инструмент - информационная гонка, которая осуществляется с помощью СМИ. В этой гонке политическое управление происходит путём формирования в каждой стране своей особенной культуры и своего гиперреального пространства. Непосредственная же манипуляция заключается в том, что эта подложная реальность стала главной и определяющей объективную общественную жизнь, а человек живет именно потреблением продуктов виртуальной реальности.

Источники и литература

- 1) Бодрийяр Жан. Америка. Спб., 2000.
- 2) Бодрийяр Жан. К критике политической экономии знака. М., 2007.
- 3) Virilio P. Esthetique de la disparition. Paris, 1989.
- 4) Jean Baudrillard. The Gulf War Did Not Take Place//The Guardian. 1991. №3
- 5) Jean-François Lyotard. Anima minima// Moralites postmodernes. 1993.