

ИМИТАЦИИ ПОСТСОВЕТСКОГО МЕГАПОЛИСА: СИМУЛЯКРЫ И ГИПЕРРЕАЛЬНОСТЪ

М. П. Препотенская

кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры философии
Национального технического университета Украины «Киевский
политехнический институт», Украина
p.mari@list.ru

Анотация

Марина Петровна Препотенская. Имитации на постсъветския мегаполис: симулакри¹ и хиперреалност. Съвременните мегаполиси концентрират основните цивилизационни ресурси и проекти, но големият град не е само «конструкторско бюро», а преди всичко се състои от хората, от тяхното световъзприятие и жизненни стратегии. Изследването на природата на човека на мегаполиса, спецификата на неговата комуникация със света на града – е актуална философско-антропологическа задача – та нали именно човекът на града е главният социален актьор на съвременността. Особенна трансформация претърпяват днес постсъветските градове в атмосферата на деидеологизация, на нарастване на култа към потреблението, на неувереност в утрешния ден, на обща нестабилност. Очевиден е такъв парадокс на световъзприятието на гражданите като «илюзорността» на битието. Тя се обяснява с обезценяването на много базисни етически сфери на живота, със замяната им с имитации, симулакри – под диктата на комерсализацията на живота.

Симулакриите се разглеждат като „продукти“ на имитационния процес в градското „общество на спектакъла“, създаващо хиперреалност, изкривяваща природата на човека, нарушаваща хармонията на неговото духовно-душевно и физическо състояние. Най-типичните имитации: имитация на любовта, на пасионарността, на общуването, на богатството и на нищетата. Повърхностното общуване, интензивният темпоритъм на града, приоритетът на материалното над духовното, желанието за бързи удоволствия създават псевдо-образци на любовните отношения, поддържани в медийното пространство и масовата култура. Следствие от това е екзистенциалното кастриране, самотата в тълпата. Бързането, слагането на етикети и рефлексивните реакции, „селекцията“ на обкръжението поражда симулакриите на общуването. Култът към потреблението довежда до имитация на пасионарността: постановъчният характер на дискурсите на социалната активност анигилира истинските граждански чувства и действията на социалния протест. Очевиден е и симулакра на властта в извратените имитации на социалните институции, демонстрацията на псевдобогатство и псевдонищета. Избавлението от симулакриите минава през актуализацията на личността, развитието на творческото начало, обществената промяна.

¹ **Симулакр** (от лат. *simulo*, «да си даваш вид, да се преструваш») — «копие», нямащо оригинал в реалността. С други думи семиотически знак, нямащ обозначаема обект в реалността. В съвременната употреба думата симулакр въвежда Жорж Батай. Също така този термин активно се използва от философи като Делюз и Бодрийяр. В наше време под симулакр разбират обикновено това, което е разбирал Бодрийяр – симулакр е изображение без оригинал, репрезентация на нещо, което всъщност не съществува. (Бел. на редактора)

Ключови думи: мегаполис, имитация, симулякр, гиперреальность, общество на спектакля, иллюзорность на битието

Анотация

Марина Петровна Препотенская. Имитации постсоветского мегаполиса: симулякры и гиперреальность. Современные мегаполисы концентрируют основные цивилизационные ресурсы и проекты, но большой город – это не только «конструкторское бюро», а прежде всего – люди, их мировосприятие и жизненные стратегии. Исследование природы человека мегаполиса, специфики его коммуникации с миром города – актуальная философско-антропологическая задача, ведь именно человек города – главный социальный актер современности. Особую трансформацию претерпевают сегодня постсоветские города в атмосфере деидеологизации, наращивания культа потребления, неуверенности в завтрашнем дне, общей нестабильности. Очевиден такой парадокс мировосприятия горожан, как «иллюзорность» бытия. Она объясняется обесцениванием многих базовых этических сфер жизни, заменой их имитациями, симулякрами под диктатом коммерциализации жизни.

Симулякры трактуются как «продукты» имитационного процесса в городском «обществе спектакля», создающие гиперреальность, искажающую природу человека, нарушающую гармонию его духовно-душевного и физического состояния. Наиболее типичные имитации: имитации любви, пассионарности, общения, богатства и нищеты. Поверхностное общение, интенсивный темпоритм города, приоритет материального над духовным, желание быстрых удовольствий создают псевдо-образцы любовных отношений, поддерживаемые в медийном пространстве и масс-культуре. Следствие этого – экзистенциальное выхолащивание, одиночество в толпе. Спешка, навешивание ярлыков и рефлексивные реакции, «селекция» окружения порождают симулякр общения. Культ потребления приводит к имитации пассионарности: постановочный характер дискурсов социальной активности сводит на нет истинные гражданские чувства и действия социального протеста. Очевиден и симулякр власти в извращенных имитациями социальных институтах, демонстрация псевдобогатства и псевдонищеты. Избавление от симулякров лежит через актуализацию личности, развитие творческого начала, общественное переустройство.

Ключевые слова: мегаполис, имитация, симулякр, гиперреальность, общество спектакля, иллюзорность бытия

Abstract

Maryna Prepotenska. Imitations of post-soviet megalopolis: simulacra and hyperreality. Modern megalopolises concentrate basic civilization resources and projects, but a city is not only "designer bureau", but foremost people, their perception of the world and vital strategies. Research of nature of man of megalopolis, specifics of his communication with the world of city are an actual philosophical-anthropological task, in fact exactly a man of city is a main social actor of contemporaneity. The special transformation is suffered today by post-soviet cities in the atmosphere of деидеологизации, increases of cult of consumption, to uncertainty in a morrow, general instability. Such paradox of perception of the world of townspeople, as "illusiveness" of life, is obvious. She is explained by depreciation of many base ethic spheres of life, replacement, simulacra under the dictate of commercialization of life, their imitations.

Simulacra are interpreted as "products" of imitation process are in municipal "society of theatrical", creating hyperreality, distorting nature of man, defiat harmony spiritually-heartfelt and physical. Most typical imitations: imitations of love, to social activity, communication, riches

and poverty. Superficial communication, intensive tempohythm of cities, priority material above spiritual, the desire of rapid pleasures is created by false standards of love relations, supported in media-space and mass culture. Investigation of it existential emasculation, loneliness in crowd. Haste, hanging of labels and reflection reactions, "selection" of surroundings generate the simulacrum of communication. The cult of consumption results in the imitation of to social activity : raising character of situations of social activity takes the veritable civil feelings and actions of social protest on it is not. The simulacrum of power is obvious in perverted by imitations social institutes, demonstration of pseudoriches and pseudopoverty. Releasing from simulacra lies through actualization of personality, development of the creative beginning, public reorganization.

Keywords: megalopolis, imitation, simulacrum, hyperreality, society of theatrical, illusiveness of life

Анотація

Марина Петрівна Препотенська. Імітації пострадянського мегаполісу: симулякри і гіперреальність . Сучасні мегаполіси концентрують основні цивілізаційні ресурси і проекти, але велике місто – це не тільки «конструкторське бюро», але й, насамперед – люди, їхнє світосприйняття і життєві стратегії. Дослідження природи людини мегаполісу, специфіки її комунікації з світом міста – актуальне філософсько-антропологічне завдання, адже саме людина міста – головний соціальний актор сучасності. Особливу трансформацію зазнають сьогодні пострадянські міста в атмосфері деідеологізації, нарощуванні культу споживання, невпевненості у завтрашньому дні, загальної нестабільності. Очевидним є такий парадокс світосприйняття городян, як «ілюзорність» буття. Це пояснюється знеціненням багатьох базових етичних сфер життя, заміною їх імітаціями, симулякрами під диктатом комерціалізації життя.

Симулякри трактуються як «продукти» імітаційного процесу в міському «суспільстві спектаклю», що створюють гіперреальність, спотворює природу людини і порушує гармонію її духовно-душевного і фізичного стану. Найбільш типові імітації: імітації любові, пасіонарності, спілкування, багатства і злиднів. Поверхнєве спілкування, інтенсивний темпоритм міста, пріоритет матеріального над духовним, бажання швидких задоволень створюють псевдо-зразки любовних відносин, підтримувані в медійному просторі і мас - культурі. Наслідок цього – екзистенціальне вихолощення, самотність у натовпі. Поспіх, навішування ярликів і рефлексивні реакції, «селекція» оточення породжують симулякр спілкування. Культ споживання призводить до імітації пасіонарності: постановочний характер дискурсів соціальної активності зводить нанівець істинні громадянські почуття і дії соціального протесту. Очевидним є і симулякр влади в збочених імітаціями соціальних інститутах, демонстрація псевдобогатства і псевдоніщети. Позбавлення від симулякрів лежить через актуалізацію особистості, розвиток творчого початку, суспільне перевлаштування .

Ключові слова: мегаполіс, імітація, симулякр, гіперреальність, суспільство спектаклю, ілюзорність буття

Постановка и актуальность проблемы. Нарастивание урбанизации превратило большие города в арену цивилизационных событий, зачатки культурных матриц будущего. Постсоветские мегаполисы особенно интересны в этом смысле, так как очевидно, что бытие горожан несет отпечаток социальных катаклизмов, отражает трансформацию сознания людей, живущих на сломе мировоззренческих установок. Деидеологизация, приход «ценностей» периода накопления капитала, виртуализация жизни и многие другие кардинальные изменения жизненного уклада обуславливают ряд

явлений, которые мы рискуем назвать имитациями (от лат. *imitatio* – "подражание"). Становятся типичными как сами феномены имитации (например, имитация политической активности путем оплаченных митингов), так и явления имитационных переживаний, когда реакция на определенный знак, символ, событие разворачивается по искусственной схеме, без глубинной душевной работы. В связи с этим можно говорить о подлинном и неподлинном бытии горожан как экзистенциальном выборе способа жизни и мировосприятия. Определение доминант в этих процессах – достаточно актуальная задача, если учесть, что постсоветские мегаполисы, и, в частности, современные украинские крупные города определяют в итоге глобальные стратегии развития государства во внутреннем и международном масштабах.

Предмет исследования. Несмотря на актуальность темы, городские имитации еще не были предметом научной рефлексии сугубо в философско-антропологическом ключе, хотя напрямую касаются природы человека, его экзистенции, переживания существования в городе и мире. Однако сходные темы мы находим в русле семиотики, социальной философии, в общей постмодернистской парадигме.

Анализ предшествующих исследований. Речь идет о замене реальных феноменов жизни их копированием, подделкой или симуляцией. Симуляция (от лат. *simulatio* — видимость, притворство) в свою очередь отсылает нас к понятию симулякра, хорошо знакомому по трудам постмодернистов. Симулятивные образы не раз были предметом анализа в работах Ж. Бодрийяра, Ги Дебора, И. Гофмана, С.Г. Кара-Мурзы, Э. Кассирера, Г. Маклюэна, М.К. Мамардашвили, А.М. Пятигорского, У. Эко. Сущность симулякра определяли Ж. Батай, Ж. Бодрийяр, Ж. Делёз, С. Жижек, П. Клоссовски. В частности, Ж. Бодрийяр, связывая симулякры со стадиями развития общества, выстраивает их в три порядка: подделка в докапиталистическом обществе, производство в буржуазно-капиталистическом и непосредственно симуляция в эпоху посткапиталистического модерна, эры псевдодеятельности, когда «сфера труда повсеместно переключается в сферу потребления» [1, 120].

Изложение основного материала. Для нашего исследования воспользуемся определением «третьего порядка», хотя строй в постсоветских странах вряд ли можно с полным правом назвать пост-капиталистическим. Однако налицо – культ потребления и нарастающая коммерциализация всех сфер жизни. Итак, имитация – это процесс создания симулятивных феноменов, симулякров, вступающих в бытийственную сферу и становящихся самостоятельным смыслообразующим (или убивающим смысл) фактором. Это дает нам право вслед за Бодрийяром фиксировать образование гиперреальности в городской среде. Можно сказать, рано или поздно симулякр начинает жить собственной жизнью и в итоге творит свое симулятивное пространство. Как справедливо отмечает автор концепции иллюзионизма личности Р. Гарифуллин, грань между симулякром и объективной реальностью становится со временем все размытее: «Сейчас производится нечто, которое благодаря масс-медиа и рекламе, образам, формам... воплощается на экране и создает иллюзию реального. Эта симуляция зашла так далеко, что теперь мы всё меньше и меньше отличаем фантазию от реальности» [3, 87].

Большинство образов и символов в мегаполисе представлено в виде определенных перфомансов, связанных с визуальностью, экранной культурой и публичностью. В связи с этим уместно вспомнить идею «общества спектакля», провозглашенную Ги Дебором, где отмечена продолжающаяся поныне утрата непосредственности, некое искажение мировосприятия из-за имитаций: «реальность, рассматриваемая по частям, является к нам в виде самостоятельного псевдо-мира...гнетущего псевдо-наслаждения...Это краеугольный камень нереальности реального общества ... Оно фундаментально подчинено спектаклю, является зрелищным в самой своей основе» [5, 224]. Ниже

покажем, как постановочный стиль симулякров провоцирует специфическое мироощущение большинства горожан.

При этом не стоит воспринимать имитации как примету сугубо современной жизни, ведь они сопровождают всю человеческую историю. Вспомним, что понятие симулякра встречалось еще у Платона, разрабатывалось схоластами. А недавнее советское прошлое презентовало целую панораму имитаций, особенно в своем медийном выражении, что, на наш взгляд, во многом оформило его идеологический крах в массовом сознании. Тогда зародились разнообразные имитационные стратегии: «постановочный стиль» жизнедеятельности, символическое конструирование, мифологизация и примитивизация, идеологические индоктринации» [10]. Однако сегодняшний имитационный дискурс несет особые черты, отражая экзистенциальную проблематику современного человека, зачастую потерянного во времени и судьбе, живущего воистину неподлинным бытием. Потеря чувства «настоящести», кризис самоидентификации в быстро меняющемся мире способствуют развитию поверхностного взгляда на жизнь, когда отдельные повторяющиеся знаки или сигналы, образы, действия, перформенсы города вырабатывают стереотипные реакции «массового человека». К тому же, «функционирование имитационной составляющей во многом обусловлено угасанием в жизни рациональности и творческого начала, накладывается на общество, где в кризисной ситуации утрачиваются идеалы» [10]. Очевидно, что нынешняя «иллюзорная» реальность в постсоветских странах экзистенциально усилена чувствами неуверенности, неопределенности бытия, утратой четких жизненных ориентиров. В атмосфере больших городов, оторванных от природных смыслообразующих ритмов, названные состояния усугубляются именно городскими симулякрами, которые в свою очередь сами могут быть следствием «неподлинного» бытия, ведь иногда «наблюдатель становится частью самого симулякра, а его точка зрения трансформирует и деформирует последний» [6, 336]. Для анализа процессов городских имитаций и созданных ими симулякров обратимся к опыту повседневности, что методологически оправдано: антропологический поворот в науках, начиная с XX в., сопровождается повсеместной реабилитацией повседневности в качестве предмета исследований. Достаточно вспомнить мнение М. Хайдеггера о повседневности как основе человеческого существования, идею А. Шютца о повседневности как верховной реальности, мифологизацию обыденности Барта, «архивные» исследования М. Фуко. М. Хайдеггер убедительно определил повседневность как способ экзистирования, сутью которого есть присутствие (Dasein) [9]. Рассмотрим же самые типичные, на наш взгляд, имитации и сконструированные ими симулякры в опыте повседневности мегаполисов.

Имитация любви. Исконно человеческая потребность в любви, родственной душе и тесных эмоциональных связях в условиях мегаполиса встречается с возможностями для новых знакомств, контактов, взаимодействий, но по этой же причине может утрачивать свою целостность, дробясь и рассыпаясь во времени и пространстве, подменяясь симулякрами. Соприсутствие большого количества людей еще не гарантирует их истинной близости, одиночество в городах издавна является одним из ведущих экзистенциальных парадоксов, устойчивым понятием стал феномен «одиночество в толпе». Интенсивный темпоритм города, усталость от сложностей трафика и дисциплинарных рабочих норм – очевидные факторы, усиливающие дефицит душевного общения, которое возможно лишь при условиях внимания к ближнему и авторефлексии. Знакомства же «на скорую руку», поверхностность коммуникации и желание быстрых удовольствий презентуют поверхностный урбанистический гедонизм. Не зря именно в больших городах в атмосфере занятости и спешки процветает проституция – извечный симулякр любви.

Большой город предлагает гигантский сервис услуг. Конкуренция и борьба за покупателя приучила работников сервиса всячески изображать симпатию и желание помочь клиенту. Улыбчивость, вежливость, деланная отзывчивость, несмотря на взаимное понимание игрового момента, быстро создает атмосферу безопасности, иллюзию доброты. Приемы показной любви используют также агитаторы различного рода для привлечения в свои ряды новых сторонников. Улыбающиеся лица на рекламных плакатах, семантика рекламных слоганов имитируют любовь и благополучие: «приготовлено с любовью», «с заботой о вас», «здесь вас любят и ждут». Возможно, феномены инимомании (стремления покупать) и шоппинга также экзистенциально связаны с желанием получить быструю дозу дружелюбия. К тому же, город презентует обилие потенциальных подарков из спектра товаров широкого потребления, символизирующих чувства симпатии, что позволяет изображать любовь сугубо через «знаки любви». Имитация любви широко представлена в информационном пространстве. Обилие популярной литературы на тему «как влюбить в себя», «как стать любимой», руководства по пикапу превращают дар любви в некое подобие предпринимательства, построенного на алгоритмах «правильных» действий. Нельзя обойти вниманием засилье дамских романов, в которых незамысловатые сюжеты построены в виде примитивных интерпретаций истории Золушки на современный лад. Крайнее упрощение любовных фабул вплоть до абсурда наблюдается и в песенной культуре, которая во многом оформляет духовный склад людей, слушающих поп-музыку. Многочисленные сайты знакомств и чатов в Интернете наращивают масштаб выбора спутника жизни, однако пользователи зачастую подменяют истинную откровенность и доверие искусственными образами, масками. Виртуализация любовных отношений достигает апогея, когда диалог так и не совершается в живом непосредственном общении, не перерастает в опыт реального узнавания и взаимодействия. Кроме того, телевидение предлагает разнообразные реалити-шоу на тему брачных отношений, которые в большинстве своем имеют постановочный характер, прописаны по сценариям с упором на конфликтные «душераздирающие» ситуации. Этот феномен маскультуры также презентует скорее имитацию любовных чувств, чем их истинную природу, однако дает некие псевдо-образцы общения мужчин и женщин, доминантой которых становится дискурс соревнования.

Перечисленные симулякры творят гиперреальность любви, что в свою очередь вызывает утрату доверия к настоящим чувствам, подрывает веру в них и, возможно, атрофирует духовно-душевные ресурсы для обретения любви во всей ее целостности. В то же время тоска и ностальгия по настоящей любви иногда прорываются в урбанистические артефакты. Ведь «сердце устало жить в иллюзиях любви», - звучит в рефрене популярной песни. Глубинная потребность в истинных чувствах и невозможность построить их в реальном мире зачастую провоцируют экзистенциальный надлом и тоску современного человека. Очевидно, что полноценные любовные отношения формируются с затратами душевных сил и жизненного опыта. Ориентация на зрелищность и сугубо материальное измерение любви обкрадывает человеческую природу, провоцирует возврат к обыденным инстинктам. Не желая или не умея творить любовь-целостность, чувствуя дефицит истинного чувства, человек города попадает в зависимость от симулякров любви, созерцая и одновременно создавая их, оставаясь экзистенциально одиноким.

Имитация общения. Коммуникация как ведущее проявление экзистенции претерпевает в мегаполисе динамику от обыденного общения до духовного. Общение в городе многолико так же, как и его жители. Город объективирует потенциальных собеседников, сужая их взаимодействие, говоря словами М.Вебера, до «Оно – Оно» [2]. Будучи на конвейере конвенциональных диалогов, человек города как правило вынужден прятать

личностные черты за маской формальностей. Однако, учитывая ситуации агрессивного фона соседства, например, в общественном транспорте, люди проявляют тенденцию к навешиванию ярлыков, использованию стереотипов в восприятии соседей по ситуации. Образ собеседника зачастую редуцируется до визуального впечатления, основанного на коммуникативных барьерах. В этом ключе заметны некая инфантильность, регресс в детское сознание; на языковом уровне наблюдается употребление койне, где вместо безличных обращений используются клички: «рыжий», «толстый», «швабра» и т.п. Интересным феноменом сниженной лексики является обращение к названиям животных как аллегорий для характеристики раздражающих коммуникаторов: «крыса», «слон», «корова», «змея» и пр. Одна из детерминант имитации общения – социально-статусные признаки горожан, перерастающие в городские типы. Прозвища «крутой», «жлоб», «лимита», «бомж» и подобные им позволяют горожанам составлять понятную для себя социально-коммуникативную карту города, вырабатывать стратегии «общения» с городскими типами.

Однако духовно-душевная структура личности требует понимания, сопереживания, полноценного диалога «Я – Ты». Если человек лишен этого в своей микролокации города, он начинает искать такую возможность среди чужих. Отсюда – эффект «случайного попутчика», когда анонимность и связанная с этим безответственность иногда позволяют случайным участникам дискурса проявлять экзистенцию исповедальности. Добавим к этому, что средства ретрансляции своим шумовым фоном создают ложный «эффект присутствия» для тех, кто боится тишины уединения или замещает сюжеты собственной жизни теле-радиосюжетами. Еще одной разновидностью безличного диалога являются разговоры ни о чем, когда люди имитируют беседу, пересказывая банальности или обмениваясь формальными репликами, «убивают» время. Таким образом, большой город можно воспринимать как большой шумовой фон, рискующий имитировать общение, ввести в коммуникативную стагнацию людей, лишенных волевых интенций к полноценному диалогу. Однако личность, осознающая реальность и свои устремления, способна в большом городе найти круг полноценного общения в различных микролокациях – от собственных квартир до специально обустроенных кафе, студий, клубов, творческих центров. Обратим внимание, что в таком случае большой город как бы остается «за бортом» коммуникации, хотя именно он и предоставляет исчерпывающий выбор общения. Отметим также такие преимущества мегаполиса для потенциальной массовой коммуникации горожан, как организацию масштабных перформансов на площадях и стадионах, что в идеале актуализирует людей, превращая их из толпы в публику. Однако наращивание коммуникативных симулякров зачастую превращает именно симулятивное общение в ведущий способ взаимодействия горожан. Это экзистенциально сужает и объективирует личности собеседников, обуславливает коммуникативный автоматизм, инерцию.

Имитация пассионарности. Осмысленное участие горожан в социально-политических и экономических делах города требует определенного заряда гражданской активности, пассионарности как «необоримого внутреннего стремления к целенаправленной деятельности, всегда связанной с изменением окружения» [4, 252]. Это особенно важно для столичных мегаполисов, где в кабинетах, а иногда и на площадях решаются судьбы страны. Государства с развитой демократией или страны, где революционный градус общественной жизни достигает предела, демонстрируют высокий уровень пассионарности. Шествия, забастовки, протестные акции, массовые собрания – ее типичные проявления. В отличие от этого, в некоторых постсоветских мегаполисах дискурсы гражданской активности превратились в коммерческие перформансы, на которых за определенную плату малоимущие граждане размахивают флагами и

выкрикивают нужные лозунги, создавая симулякр пассионарности. Экзистенциальное выхолащивание, потеря собственной позиции – возможные последствия подобной «работы». Иногда наблюдается рождение агрессии по отношению к «вражеским» действиям подобного рода. Тут можно говорить о двойном постановочном симулякре: симулируются причина действия и его последствия, не имеющие под собой рациональной почвы конфронтации. Имитация пассионарности продолжается в медийном пространстве. В телепрограммах дискуссионного характера страсти зачастую накаляются искусственно с помощью ведущих или самими участниками, выполняющими определенные коммуникативные амплуа. Конфликтотенные темы автоматически рожают импульсы социальной активности, которая на самом деле не приводит к каким-либо реальным свершениям. В Украине это – вопросы языка, национальной истории, выбора «пути». Манипулятивный характер подобных информационных симулякров особенно заметен в сети Интернет, где на форумах и чатах «работают» тролли, сознательно разжигая взаимную агрессию.

Безусловно, некоторая часть горожан отличается пассионарными настроениями, всерьез переживает по поводу социально-политических событий в стране и городе, готова к объединению и реальным шагам по отстаиванию гражданских прав и свобод. Однако, на наш взгляд, в современном городе более популярны маски пассионарности, многие жители постсоветских мегаполисов больше заняты собой, нежели общественным устройством, им скорее свойственен первый уровень пассионарности («пассионарии, стремящиеся к благоустройству без риска для жизни») или нулевой, субпассионарный уровень (обывательская «приспособленность к ландшафту», «жизнь для себя») [4, 286]. Готовность многих «покупать» и «продавать» голоса, обилие амбивалентной информации о событиях в стране, политическое актерство и популизм в итоге формируют симуляцию пассионарности, ведущую к аномии и социальной апатии, дефициту доверия к публичной информации и к публичным личностям. Есть смысл говорить и об имитации власти, когда функции власти и подчинения соблюдаются формально, а на деле извращены нарушением законов, бюрократизмом, протекционизмом, коррупцией. Переживание несоответствия институтов власти ожиданиям провоцирует негативное мышление и компенсаторную агрессию, которые поневоле влияют на общую атмосферу города.

Имитация богатства и нищеты. Витрины мегаполисов презентуют «всё для всех и всегда», создавая имитацию изобилия. При этом отношение к богатству на постсоветском пространстве уникально в своей гиперболизации. После десятилетий дефицита, общего скромного равного достатка, железного занавеса и тотального контроля пришла эпоха видимой свободы и видимой общедоступности благ. Понятия статуса, престижа прочно вошли в массовое сознание. Общество, хронически болеющее коррупцией, наделило деньги дополнительной мощью в урегулировании практически всех жизненных проблем. Неотъемлемой чертой богатства стала демонстративность. В связи с этим рынок товаров наполнился подделками брендовых вещей, позволяющих презентовать псевдобогатство. За немалые деньги психологи и многочисленные псевдо-психологи проводят тренинги о «секретах миллионеров», «шагах к богатству», «энергии денег». Не умаляя пользы некоторых подобных занятий, заметим, что их неумеренное количество обусловлено спросом на богатство как основу бытия. Очевидно, что стремление к улучшению качества жизни является вполне обоснованным, однако многие люди, желающие «иметь, а не быть», в погоне за благами забывают, что *уровень* жизни еще не означает ее *полноту*. Известны факты кабальных кредитов, на которые идут горожане, дабы продемонстрировать свою обеспеченность, самоутвердиться в ложном чувстве превосходства. Частным следствием этого является обилие дорогих иномарок на улицах

мегаполиса, которое усложняет жизнь самим же владельцам, создавая аномальный трафик, загрязняя атмосферу. К сожалению, алчность некоторых людей власти приводит также к разрушению исторического облика мегаполиса, когда старинные строения уничтожаются ради новостроек, уродующих общую архитектуру. Добавим к этому, что телеэфир презентует многочисленные программы светской хроники, передачи о «жизни звезд», где всячески рекламируются дорогие вещи и развлечения, что наряду с засильем прямой коммерческой рекламы снова и снова наращивает идеи потребления. Сами же «звезды» зачастую воплощают метафоры Э. Фромма о «конформности автоматов», «просто вынужденных изображать доброе человеческое существо»[8]. Подобные программы наряду с дефицитом незаангажированной информации создают ложные образцы жизни, в которых материальное благополучие становится основным ее мериллом.

«Спектакль» города дополняется типами городских нищих. Общеизвестен факт игрового момента в этом специфическом бизнесе: большинство попрошайек – псевдонимы, распределенные своими хозяевами по территориям районов. От непосредственного актерства с демонстрацией псевдоинвалидности до эксплуатации маленьких детей, просящих милостыню, симулякр нищеты, граничащий с преступлением, размывает у горожан истинное сострадание, вызывая сомнение в целесообразности даяний. При этом определенная часть горожан действительно пребывает на социальном дне, не умея или не желая приспособляться к нормам жизни, существуя в городе и словно вне его, с трудом обеспечивая себя самым необходимым. Большие города, особенно в развитых странах, способны создать минимум для выживания таких людей, что в свою очередь провоцирует наращивание симуляции бедности, иждивенчества. Эта проблема нашла отражение в Европейской хартии городов: «Невозможно... оборудовать города как защитные «коконы» для слабых или страдающих от недостатков. Чрезмерная опека приводит к взглядам на государство, как обязанное обеспечивать всех, и появлению каст, обедняющих и ослабляющих определенные группы населения, к разрыву отношений между социальными группами и появлению «отбросов» общества» [7]. Таким образом, культ потребления обуславливает рождение симулякров псевдобогатства и псевдонимы.

Выводы. Резюмируя вышеизложенное, отметим феномен наращивания имитаций в городской среде: непосредственно в пространстве города и в медиа-пространстве. Процесс детерминирован спецификой современного социально-экономического развития постсоветских стран, когда на фоне деидеологизации и ломки духовно-душевных основ общества культ потребления стал смыслообразующим фактором. Крайняя коммерциализация жизни привела к распространению симулякров в базовых сферах бытия в городе. На наш взгляд, наиболее очевидными имитациями истинных ценностей для горожан стали симулякры любви, общения, пассионарности, власти, богатства и бедности. Их распространение создало особую гиперреальность, экзистенцию «иллюзорности» бытия. В обстановке «городского спектакля» духовно-душевный потенциал горожанина во многом остается незадействованным, а биологическая составляющая, напротив, развивается гиперболически, что искажает природу человека.

Если расширять поле исследований в контексте симулякров, можно говорить о тотальной гиперреальности, становящейся симулякром счастья и смысла, о городе в целом как симулякре и о жизни в нем как о квази-жизни. Также в перспективе необходимо определить способы экзистенциальной актуализации человека города, преодоления инертности бытия, развития критичности в восприятии медийного пространства, осознанном выборе жизненной стратегии, творческой реализации для обретения духовно-душевной и физической гармонии, присущей полноценному человеку.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. II. Порядок симулякров / Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. –М: ДОБРОСВЕТ, КДУ, 2011.- 392 с.
2. Бубер М. Я и Ты // Бубер М. Два образа веры. – М. : Республика, 1995. – С. 17.
3. Гарифуллин Р.Р. Психология симулякров или пустых знаков и пустышек / Гарифуллин Рамиль. Психологические расчеты и просчеты нашего времени. – Казань: Таткнигоиздат, 2007 – 370 с.
4. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. М.: Эксмо, 2008 - 736 с.
5. Дебор Г. Общество спектакля. М.: Издательство «Логос», 1999. - 224с.
6. Делез Ж. Симулякр и античная философия. –М.: АСТ, 2003. – 732 с.
7. Европейская хартия городов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://zakonprost.ru/content/base/21053/>.
8. Фромм Э. Иметь или быть / Э. Фромм. – М.: Прогресс, 1990. - 336с.
9. Хайдеггер М. Работы и размышления разных лет. – Пер. с нем. – М.: Гнозис, 1993. – 464 с.
10. Шалюгина Т.А. Имитация в современном российском обществе: сущность, субъекты воздействия, социальное пространство проявления: Автореферат дис. ... доктора филос. наук: 09.00.11. Ростов-на-Дону, 2012. – С. 28.

© Марина Петровна Препотенская