

Сергей Деменок



# НЕОФЕОДАЛИЗМ

Ренессанс символизма

Эволюция. Разум. Антропология.

Сергей Деменок

**Неофеодализм.  
Ренессанс символизма**

«Страта»

2014

УДК 327.2 + 330.8 + 7.037.03  
ББК 65.23

**Деменок С. Л.**

Неофеодализм. Ренессанс символизма / С. Л. Деменок —  
«Страта», 2014

ISBN 978-5-906150-16-5

То состояние, которое за неимением ясности назвали «постиндустриальным капитализмом», приобретает четкие очертания. Эту новую формацию можно назвать «символическим капитализмом» на том основании, что наиболее вознаграждаемым становится символический обмен. Эта трансформация капитализма в новое качество более всего напоминает переход от раннего к развитому феодализму. В период развитого феодализма символическое восприятие мира достигло своего рассвета. В XX веке наряду с символическими знаками появились и вошли в обиход информационные символы, самым элементарным из которых стал бит. Материализация символа находит свое воплощение в квантовом бите – кубите. Всё это выводит символизм на новый технический уровень и предопределяет появление формации, созвучной символическому феодализму. Новый тренд на установление глобального символического строя предопределяет становление неофеодализма. Неофеодализм – это не феодализм средневековой Европы, но новый мировой порядок. Само понятие «неофеодализм» сегодня приобретает позитивный и конструктивный смысл.

УДК 327.2 + 330.8 + 7.037.03

ББК 65.23

ISBN 978-5-906150-16-5

© Деменок С. Л., 2014

© Страта, 2014

# Содержание

Новый манифест символизма	6
Глава 1	12
1.1. Символ и капитал	12
1.2. Символизм	19
1.3. Симуляции и симулякры	22
1.4. Сингулярность и глобализация	25
Конец ознакомительного фрагмента.	28



## Сергей Деменок Неофеодализм (Ренессанс символизма)

*Моему сыну, мои наблюдения*

### Новый манифест символизма

Призрак возрождается на Западе – призрак символизма.

Средневековый символизм оборвался на самой высокой ноте. Это случилось, когда стрельчатые крыши христианских соборов устремились за пределы земной реальности. Пламенеющая готика ознаменовала пик европейского символизма. Цепная реакция умножения символов взорвала Средневековый мир. Мысль не успевала наделять знаки смыслом. Знаки, как сорные травы, заполонили реальность...

Возрождение греческого наследия очистило ландшафт от бессмысленных знаков. Наука и просвещение запустили череду технических революций. Одна из них – цифровая революция – сделала цепную реакцию знаков управляемой. И это стало основанием для возрождения символизма.

Предвестником этого возрождения стал манифест поэтов-символистов, опубликованный 18 сентября 1886 года в газете «Le Figaro». Поэты первой символической волны «дерзко и страстно» придавали чувственно постижимую форму идеям. Столетие спустя пришел настоящий символический вал. Новая формация символистов – цифровые технократы и биржевые игроки. Они с головой погрузились в символическую стратосферу – в сферу прогнозов, ожи-

даний и симуляций. Они стали той силой, которая обеспечила триумфальный успех цифровой революции.

Цифровая революция совершилась под лозунгом:

***свобода, равенство, братство – битам!***

Биты получили свободу. С появлением сети биты обрели независимость от людей и свое место – виртуальную реальность. Под виртуальной реальностью можно понимать любую воображаемую конструкцию, построенную на основе той или иной логики. Термин «виртуальная реальность» по аналогии с понятием виртуальной частицы (переносчиком взаимодействия) указывает на самое главное – на акт взаимодействия. Если есть взаимная реакция – есть реальность. Вот новое определение реальности:

реально то, что производит ответную реакцию.

Вокруг нас реальность облаков, водоворотов, пены и молний. Что ни возьми, есть символ. Символ есть в каждом фрагменте вещества и в каждом акте действия. Символы есть своего рода узлы сетевой структуры, которая все пронизывает и всем проникается. Само пространство, согласно новейшим представлениям, есть трехмерная сеть с планковским размером ячеек  $1,616252... \times 10^{-35}$  м. В каждой ячейке храниться бит информации. Английское слово bit («бит») – сокращение от binary digit – означает «состоящий из двух частей». Бит представляет одну из двух возможностей, которые традиционно записывают как «0» и «1». Бит – это двуликий Янус. В каждой ячейке пространства он либо «0», либо «1». В каждый момент времени содержимое ячейки пространства может изменяться. Согласованное изменение битов может распространяться по решетке пространства и вызывать ощущение волны света. Плотные скопления битов могут вызывать ощущение вещества.

Сам по себе отдельный бит не имеет никакой структуры. Он либо «0», либо «1». Его размер не превышает фундаментальный квантовый размер Планка. Меньше, чем атом, меньше, чем кварк, меньше даже, чем глюон, отдельный бит есть первооснова всего сущего, или, словами Джона Уиллера:

***«It from bit».***

Что ни возьми, все состоит из битов. Бит – реален. Вычислительная техника все настойчивее погружает нас в мир битов. Операции над битами хранятся и передаются также посредством битов.



Издательство «СТРАТА»  
Книги для ценителей  
красоты и разума!  
[www.strata.spb.ru](http://www.strata.spb.ru)  
Весь спектр  
издательских услуг

# LE FIGARO

Print on demand  
Печать книг малыми  
тиражами!  
[www.print-demand.ru](http://www.print-demand.ru)  
Весь спектр  
полиграфических услуг

## LE SYMBOLISM

«Зеркало в зеркало, поставь две зеркальности, и между ними поставь свечу. Две глубины без дна, расцвеченные пламенем свечи, взаимно углубят одна другую, обогатят пламя свечи и соединятся им в одно... Этот закон триады, соединение двух через третье, есть основной закон нашей Вселенной. Глянув глубоко, направивши зеркало в зеркало, мы везде найдем поющую рифму... Небо вверху и Море внизу, Солнце днем и Луна ночью, звезды на небе и цветы на лугу, громовые тучи и громады гор, неоглядность равнины и беспредельность мысли, грозы в воздухе и бури в душе, оглушительный гром и чуть слышный ручей, жуткий колодец и глубокий взгляд, — весь мир есть соответствие, строй, лад, основанный на двойствен-

ности... Наши сутки распадаются на две половины, в них день и ночь. В нашем дне две яркие зари, утренняя и вечерняя, мы знаем в ночи двойственность сумерек, сгущающихся и разряжающихся, и, всегда опираясь в своем бытии на двойственность начала, смешанного с концом, от зари до зари мы уходим в четкость, яркость, отдельность, ширь, в ощущение множественности жизни и различности отдельных частей мироздания, а от сумерек до сумерек, по черной бархатной дороге, усыпанной серебряными звездами, мы идем и входим в великий храм безмолвия, в глубину созерцания, в сознание единого хора, всеединого Лада».

*К. Д. Бальмонт*  
*Поэзия как волшебство*



Биты соединяются битами. Биты формируют символические структуры. Бит – это элементарный знак, который стоит в одном ряду с элементарной частицей вещества и элементарным квантом действия.

Элементы вещества, элементарные взаимодействия и выраженная символически организация реальности подобны огню, свету и пламени. Они существуют вместе и сразу. И если огонь укоренен в вещественном, свет представляет собой динамический поток, то пламя есть некая символическая форма. Все три ипостаси равноправны. Ни одна из них не может быть признана исходной или фундаментальной, ни одна из них не может быть признана производной или вторичной.

Это новая информационная парадигма реальности. Благодаря информационной трактовке энтропии символическое становится в один ряд с вещественным и динамическим. Этот переворот воззрений напоминает тот, который привел к механистической парадигме. Тогда в свете идей Галилея, Декарта и Ньютона появилось понятие энергии (энергия потенциальная и энергия кинетическая). Благодаря понятию энергии вещественное и динамическое стали восприниматься как различные и одновременно связанные ипостаси единой физической реальности. С опорой на механистическую парадигму совершалась индустриальная революция. Индустриальная революция предопределила установление капитализма.

В процессе перманентных революций капитализм трансформировал ремесленное производство вещей в оборот трудовых операций. Эта трансформация ускорила оборот капитала и оборот денежных знаков. Постепенно денежный знак утратил свою привязанность к вещественному началу – золотому эталону, и затем к своему движущему началу – производству. Денежный знак оторвался от любой материальной или операциональной опоры. Теперь он провоцирует игру с плавающими курсами валют, инфляцию и спекуляцию. Он все чаще остается целиком на символической стороне и жалит физическую реальность по наводке биржевых операторов.

Измена денежного знака материальному и операциональному символизирует завершение индустриального капитализма. То состояние, которое за неимением ясности называли «постиндустриальным капитализмом», приобретает четкие очертания. Эту новую формацию можно назвать «символическим капитализмом» на том основании, что наиболее вознаграждаемым становится символический обмен. Он реализуется в символической стратосфере. Не в отрыве от физической реальности, но в стороне от нее.

В символической стратосфере нет трения, нет инерции. Здесь все происходит на сверхвысоких скоростях online. Акт наблюдения и акт рефлексии сливаются в одно действие, производя химеру наподобие волны-частицы – некий «акто-факт». При таком положении дел теряет смысл старая триада: наблюдать, осмысливать, вмешиваться. Приходится игнорировать осмысление: наблюдать и тут же вмешиваться. Финансовые рынки, быть может, одними из первых вышли на этот режим. Сверхскоростная реактивная рефлексия на финансовых рынках приводит к тому, что не столько события, сколько текущие ожидания влияют на будущие события. Изменение текущих ожиданий изменяет результат.

Правдоподобные галлюцинации изменяют текущие ожидания и, следовательно, влияют на результат. Этот эффект стимулирует желание конструировать галлюцинации, подозрительно похожие на реальность. Средства массовой информации все реже фиксируют события, все чаще их режиссируют. Информационные агентства не только передают, но еще и фабрикуют новости. Политики не столько отражают «чаяния масс», сколько навязывают массам свои «автономные» взгляды. Реклама не столько информирует, сколько провоцирует. Она всё реже указывает на продукт и его свойства, всё чаще отсылает к символическому – к торговой марке.

Знаковое потребление захватывает. Удовлетворение материальных потребностей отступает на второй план. На рыночных площадях и в торговых молах идет массовая охота за символическими вещами. С их помощью мы означаем самих себя. Так мы самовыражаемся. Мы, словно оборотни, превращаем себя в персонифицированные символы.

И тут же фиксируем их в социальных сетях. Ведь символ есть элемент связной сетевой структуры.

Мы признаем символические структуры частью реальности. Частью реальности мы признаем символический обмен. Символический обмен – это обмен полезной информацией с эмоциональным фоном. Эмоциональный фон служит для захвата и поддержания внимания. Подобная смесь рационального и эмоционального нам хорошо знакома. Это любовный соблазн. К его естественной искусности стремятся политики и промоутеры, чтобы навязывать другим свой выбор. Они еще не нашли «эликсир соблазна», но уже почуяли кровь от смеси сексуального, социального и сенсуального. Реклама учится дозировать это снадобье в эффективных дозах.

Часто передозировка приводит к обратному эффекту – к отторжению и раздражению. Но дайте время, и массовая культура оседлает эмоциональную составляющую символического обмена.

Уже сегодня близость к символическому сулит высокие дивиденды. Когда-то самым вознаграждаемым занятием была охота, потом – земледелие, за ним – индустриальное производство. Но это все в прошлом. Сегодня самое вознаграждаемое занятие – участие в символическом обороте, будь то спекуляция на обновлении гаджетов, манипуляция массовой информацией или игра на бирже.

Капитализм новейшего времени, вступая в свою символическую стадию, погружает в символическую атмосферу все общественное устройство. Символический капитализм, как общественная формация, возвращает к истокам феодальной цивилизации. Феодальная цивилизация отличается от других цивилизаций по образу мышления и по способу восприятия таких важнейших аспектов бытия, как пространство, время, событие.

Мир средневекового человека был невелик, понятен и удобно обозреваем. Этот небольшой по размерам и целиком обозреваемый мир был необыкновенно насыщенным. Всё в этом мире было упорядочено, распределено по местам; всем и всему было указано собственное дело и собственная честь. Нигде не было пустых мест, но не было также и ничего ненужного и лишнего; каждый голос вливался в общую гармонию, и всякая тварь, вплоть до чёрта и до злого язычника Магомета, выполняла предначертанную ей в программе Провидения роль, отбывала положенную ей повинность. В этом мире небо было изучено так же хорошо, как и земля, и нигде нельзя было заблудиться. Сбившийся с дороги путник попадал в преисподнюю или в рай и находил здесь родные места, встречал знакомые лица. Приятно и легко было оглядывать этот мир и воспроизводить его в целокупности – весь без остатка, – во всех его проявлениях, со всеми его «царствами», сокровищами и диковинами. Радостно отражать его в «картах мира» и в энциклопедиях, высекать его в тысячах мелких фигурок, что жмутся к стенам соборов, выписывать его золотом и яркими, чистыми красками на фресках... И невозможно отказать себе в наслаждении лицезреть неисчислимые отражения «трансцендентных форм Бытия». Каждый средневековый автор с восхищением возвращается к теме полифонии и слаженности вселенной. Вот, к примеру, Гильом Овернский пишет:

*«Восхищаясь красотами и величием вселенной... замечаешь, что сама вселенная подобна прекрасной песне и что разнообразные творения находятся в удивительном соответствии между собой и пребывают в очаровательнейшей гармонии».*

Новейшие взгляды созвучны этим средневековым представлениям. Мы живем в расширяющейся, но ограниченной Вселенной. Наше пространство неотделимо от времени и от события. Само пространство есть многомерное образование, состоящее из свернутых на раз-

ных масштабах измерений. Оно довольно просторно. В нем для всего есть место, но нет пустоты. Пространство тесно связано со временем. Все события в пространстве и времени относительны. Любое событие допускает абсолютно не связанные друг с другом интерпретации. Любое событие вызывает отражение в каждом направленном на него взгляде. Мы живем в мире, где отражающий экран встроен в экран, встроенный в экран. Плотность отражений достигает критического уровня. Отражения уже начинают отражаться от отражений. Объективность освобождается от объекта. Воображаемые конструкции, отражающие реальность, сами становятся реальностью. Реальность распространяется за пределы физического – в область виртуального. Отрываясь от липкого и тягучего физического основания, реальные процессы ускоряются. На высоких скоростях факты сталкиваются с фикциями. После столкновения появляются новые факты и новые фикции. Теперь факт неотличим от фикции. И тот, и другой сохраняются и передаются посредством виртуальных битов. Скорости виртуальных частиц и виртуальных процессов преодолевают все мыслимые барьеры. Фотоны могут достигать цели раньше, чем отправятся в путь, и могут находиться в двух точках пространства одновременно. Информационный сигнал получают до того, как он был отправлен. И если это фантастика, то мы живем в самой гуще этой слаженной и согласованной фантастики.

Символический обмен вышел из тени и ставит под свой контроль производство товаров и услуг. Символические товары стимулируют рефлексии и создают прецессию спроса. Всё служит новому тренду на установление глобального символического строя – неофеодализма. Неофеодализм сегодня приобретает позитивный смысл.

Неофеодализм – это не феодализм средневековой Европы, но новый мировой порядок, созвучный феодализму.

Государственные границы стираются. Вместо них в спешке возводятся границы цифрового контроля. Сервы прикрепляются к серверам. Феод становится не столько земельным или денежным, сколько облачным. Облачный феодализм становится планетарным. Во всех сферах и стратах социальной реальности формируются неофеодальные отношения. На их основе определяются и выделяются неофеодалы новой символической формации. Их общий девиз лаконичен и прост:

Определяйся: отличайся и выделяйся!

# Глава 1

## Символический капитализм

### 1.1. Символ и капитал

Капитализм сформировался в XIV–XVII веках, прежде всего как экономическая система производства товаров, основанная на рынке и на частной собственности в общественных отношениях. Массовое изготовление вещей и предметов в XVII веке ознаменовало начало индустриального капитализма. С этого момента, словами Манифеста коммунистической партии,

*«всё возникающее оказывается устарелым, прежде чем успевает окостенеть».*

В череде непрерывных социально-производственных переворотов в производстве капитализм заменял символическую систему феодальных отношений холодным расчетом и чистой рациональностью. Однако, едва рациональный расчет захватил всё пространство хозяйственной деятельности, как капитализм изменил своему курсу против символического, но сохранил свой статус перманентной революции. В очередной раз капитализм произвел «новейшую формацию». Эту формацию можно назвать «символическим капитализмом» на том основании, что наиболее вознаграждаемыми являются сферы производства и воспроизводства функций, операций, программ; далее – знаков, в том числе денежных, и, наконец, фантастических виртуальных образов.

Новый поворот капитализма предопределен всей логикой его развития от изобретения полезных вещей и предметов к процессу их производства и, наконец, символизации, пронизывающей вещественное (предметы и факты) и опререациональное (функции и алгоритмы). Начало выхода капитализма на символический уровень мы находим в конце XX века, когда повышение производительности за счет разделения труда, внедрение конвейера и стандартизации процессов и процедур приблизилось к насыщению: значительные усилия производили незначительный результат. В это же время переход от массовых потребностей к индивидуализации потребностей (консюмеризм) ознаменовал завершение индустриального капитализма и переход капитализма в новую стадию, которую за неимением дефиниций обозначили термином «постиндустриальный» капитализм. Если смыслом индустриализации было удовлетворение массовых потребностей, то смыслом постиндустриального производства стало создание новых потребностей, заранее не существующих. Новые потребности приходится постоянно изобретать «в духе времени».

Дух времени (Zeitgeist) – новый императив, согласно которому «быть современным» означает быть уникальным, – сегодня это основное достоинство, с которым соотносятся все остальные ценности и которое стимулирует неумную тягу ко всему новому. Представление о «новизне» появилось сравнительно недавно, в конце XVIII века. Средневековый человек подобными категориями не мыслит. Ларе Свендсен в «Философии моды» указывает, что в средневековой живописи библейские персонажи изображаются в одежде Средних веков. Святое семейство облачают в одежды, вполне подходящие членам семьи итальянского купца. Маловероятно, что тогда существовало какое-либо ясное понимание того, что эти персонажи на самом деле носили «старую» одежду, в то время как их изображали в «новой».

Естественно, люди всегда понимали, что определенные предметы новее других.

Мы можем обнаружить примеры употребления латинского выражения «modernus» (которое значит «новый» или «новее» и от которого происходит понятие «современность») уже в

VI веке. Тогда оно употреблялось для обозначения разницы между эпохой язычества и новым христианским периодом. Однако различие между «новым» и «старым» получило широкое применение гораздо позже, в эпоху просвещения.

Новизна привлекательна.

Этот тезис Канта стал актуальным, когда городская буржуазия укрепила свои позиции и начала завоевывать власть, принадлежащую феодальной аристократии. В этой борьбе буржуазия находит опору в технической модернизации и моде. Техническая модернизация девальвирует ценность земельных наделов, а мода обесценивает знаки принадлежности к аристократии. Модернизация и мода стимулируют отход от традиций, освобождение от авторитетов и авторитаризма, девальвацию патриархальных укладов. В XX веке этот отход от традиций ускорился. Появление средств массовых коммуникаций привело к сближению и столкновению ранее автономных культур. Возникла поп-культура, стирающая любые культурные и культовые знаки. Когда модернизация, мода и поп-культура поставляют изменения ради изменений, они под видом иррационального проводят рациональный курс на глобализацию и гомогенизацию социальной среды. В череде перманентных технологических революций, в атмосфере непрерывной смены стилей и модных коллекций, в бесконечной комбинаторике тривиальных мэшапов (mesh-up) поп-культуры можно рассмотреть существенное – то, что символическая реальность утверждает себя по всему фронту общественно-производящей деятельности. И прежде всего растет символическое производство – серийный выпуск различительных знаков. Серийное производство девальвирует символическую ценность вещественных знаков.

Символический капитал, как и любой другой, подвержен инфляции.

Идентичность, основанная на символических ценностях, так же нестабильна, как и эти символические ценности. Потребитель, пристрастившись к новизне, впадает в зависимость от чувственных стимуляторов – новых товаров и новых впечатлений. Элементом привлекательности товара новой волны становится обещание того, что он скоро будет заменен, – обещание новой дозы эмоционального возбуждения. Сбытовая политика компании Apple служит тому иллюстрацией – iPhone 3, iPhone 4, iPhone 4 s...

Квантовое излучение модельных рядов производит возбуждение по всему пространству символического обмена. К символическим товарам относятся те, которые вполне могли быть абсолютно иными. Однако потребительское пространство, искаженное символическим товаром, провоцирует появление сходных символических товаров. Так, популярность модельного ряда Apple привела к появлению аналогичного модельного ряда от Samsung – линейки продуктов Galaxy. Символический обмен между объектом и пространством искажает пространство потребления уже на стадии представления товара.

Когда, в середине XIX века, появились первые торговые центры, они создавались таким образом, чтобы основным стало переживание процесса покупки. Поэтому в их богато украшенных залах проводились выставки произведений искусства и концерты живой музыки. В 1909 году в Лондоне открылся магазин Selfridges. Процесс приобретения в нем был организован таким образом, чтобы избежать прямого приобретения столь тривиальных предметов, как товары. Прежде всего продается не столько продукт, сколько представление о продукте, а потребитель платит заоблачные цены за собственную принадлежность к этому представлению. Предметы в большей степени становятся символами, нежели традиционными товарами. Люди покупают не вещь, но символ.

Современные торговые площадки организованы словно лыжная трасса: подъемы, спуски и виражи. Изысканные рестораны, разнообразные кафе, гастрономы в стиле купца Елисеева – все это встроено в торговые залы без барьеров, где вся атмосфера расчетливо подчинена климат-контролю. Освещение, музыка, запах – все призвано снизить порог расчетливой сдержанности и ввести человека в импульсивное состояние покупательского драйва. Постиндустри-



альный рынок напоминает базар, на котором человек может легко потеряться. Но этого не происходит. Покупатель не кажется растерянным и не теряет самоконтроль. Он не покупает больше обычного, но и не изменяет своим предпочтениям. Покупательское поведение легко адаптируется к сложной топологии торговых пространств прежде всего благодаря символам, облегчающим навигацию. В процессе потребления символических товаров навязывается представление о такой реальности, которую сами символы и реализуют в реальности. Уклониться от этого захватнического символического потока можно только уклонившись от реализации самого себя. Но об этом не стоит и говорить.

Индивидуальность и креативность – это современные мантры.

Никто не имеет сил заявить о потере своей индивидуальности или признать себя плагиатором. Человек персонализирует себя, заявляя себя миру своим внешним видом. До «выхода в свет» мы погружаемся в процесс тщательного отбора коллекционной одежды, выбора модных аксессуаров и поиска своего модельного ряда гаджетов. Выбор фиксирует покупка. Через этот процесс создания себя как витрины мы все вовлечены в сферу интенсивного символического потребления. Выбор вещей стал частью процесса личной персонализации. Мы не можем доверить выбор слуге или жене. Мы вынуждены обслуживать себя сами. Самообслуживание нарастает, деформируя сложившееся разделение труда, стирая раздел между рациональным и эмоциональным. Теперь, в процессе самообслуживания, мы не только отбираем и взвешиваем свой товар в универсаме, но вовлекаемся в гонку за новейшими моделями – символами моды. Этот добровольный и неоплачиваемый труд распределяется в обществе «по потребностям», и в него вовлечены все «по способностям».

Результат этого труда – формирование связного, гетерогенного, фрактального по своей структуре общества, в котором эмоции неотделимы от расчета. Приоритет образа – вот отличительный признак новой стадии капитализма. В условиях массового производства и массового обмена ориентиры, создаваемые рекламой, служили для опознания продукта, произведенного определенной компанией. В новой экономике рекламные ролики и постеры, изображающие красивое тело, желанную мечту или пугающий недуг, всё реже указывают на продукт и его свойства, всё чаще отсылают к бренду. Эфирное, эфемерное, виртуальное всё чаще становится предметом приобретения. Рынок нового типа требует большого объема работы с образами. Компании и потребители теперь взаимодействуют не в условиях конкуренции отдельных продуктов и их производителей, а в условиях конкуренции брендов.

Бренд – это яркий и броский символ. Благодаря рекламным ассоциациям, он воспламеняет эмоции. Он – огонь. Собственно, само слово «бренд» произошло от древнескандинавского «brandr». Это слово означало раскаленное на огне тавро, которым владельцы скота помечали своих животных. Каждый независимый хозяин имел свой brandr. Сегодня каждый независимый производитель стремится иметь свой бренд. Независимых производителей становится все меньше, а брендов все больше. В отличие от материальной реальности со свойственным ей «сопротивлением материала», в среде виртуальных фантазий и фикций нет сопротивления, нет трения, нет инерции. Здесь образы строятся и перестраиваются легко и свободно. Ничто не тормозит измышление новых потребностей. Феерия фантазийных потребностей ведет в новую страну, эфирную и эфемерную, – в «страну чудес без тормозов».

Так называется роман Мураками – «Страна Чудес без тормозов и Конец Света». Атмосфера невесомости провоцирует отрыв образа от его праобраза. Марка создается для навигации потребителя в потоках товаров и производителей. Но она тут же отрывается и от товара, и от производителя. Марка превращается в символический знак и начинает функционировать согласно своей собственной логике. Показательным примером является торговая марка «Jil Sander», названная по имени дизайнера Жиль Сандер. В 1999 году «Prada» приобрели у Жиль Сандер контрольный пакет компании. Пять месяцев спустя дизайнер Жиль Сандер покинула

компанию «Jil Sander», а «Prada» продолжила производить новые коллекции под маркой «Jil Sander», хотя Жиль Сандер в этом никакого участия не принимала. Марка полностью потеряла связь со своей прародительницей.

И это всего лишь частный случай того общего тренда, который описал Жан Бодрийяр в «Символическом обмене и смерти»:

*«В постиндустриальном обществе надстройка определяет базис, труд не производит, а социализирует, представительные органы власти никого не представляют, денежный знак легко порывает с производством и даже с золотым эталоном, пускается в ничем не ограниченные спекуляции, провоцирует инфляцию, плавающий курс валют, утверждает зыбкость, стирает любую материальную или операционную опору».*

Пределом ловкости бренд-менеджеров, маркетологов и рекламистов выглядит продажа мотоциклов и детской одежды с одним логотипом – «Harley-Davidson» или туфель, мобильного телефона и аксессуаров с общим логотипом «Dolce&Gabbana». Приобретая такую одежду или гарнитуру, потребители платят премию не за качество кроя или функциональность, но за имидж «богатых и сильных, красивых и успешных». Пластичность «зонтичных» брендов позволяет охватить длинную линейку разнородных продуктов, но эффективность таких глобальных брендов линейна: чем больше ресурс, тем больше результат. Наряду с глобальными брендами повсеместно вспыхивают новые, яркие, сиюминутные бренды, которые оттягивают деньги покупателей и инвесторов нелинейно, благодаря тонкой игре на чувствах и эмоциях потребления.

Ричард Аведон, фотограф журнала «Vogue», в 1984 году декларировал, что его цель

*«в продаже мечты, а не одежды».*

А Ренцо Россо из «Diesel Jeans» заявляет:

*«Мы продаем не продукт, мы продаем стиль жизни».*

Оторвавшись от реальности, бренды возносятся к облакам. И происходит то, чему следует быть, – возврат аутентичности (греч. *αυθεντικός*), «правильности начал» – расчетливости, функциональности, целесообразности.

Приземленное «Das Auto» от Volkswagen становится привлекательнее, чем эфемерная «Toyota Dream».

Дискаунтеры, производители лекарств-дженериков, поставщики сору-сат косметики, пираты стали преуспевающими игроками на рынках, поскольку предлагают потребителям товары и услуги с оптимальным сочетанием: не очень высокое качество и очень низкая цена. Эта цена исключает взвинченную без оснований виртуальную наценку, ограничивает рост сверхприбыли, возвращает бренд в поле притяжения реальности.

Винтаж – вот новая мода (mode), символизирующая возврат к «старому, доброму, вечному». Само слово «винтаж» (фр. *vintage*) стало означать предметы обихода прошлого в современной интерпретации – в стиле ретро.

Противоположные тенденции – воспарение и конденсация – приводят к концентрации брендов в тонком турбулентном слое между фантазией и фактом – в виртуальном пространстве. Физики ввели понятия «виртуальных перемещений» и «виртуальных частиц». «Виртуальные перемещения» настолько малы, а «виртуальные частицы» настолько мимолетны, что их невозможно наблюдать.



Фрагмент из статьи в российской газете «The Moscow Times» о Пиратской партии России

Остается их вообразать. Именно на этом основании понятие «виртуальной реальности» стало применяться ко всему «воображаемому и изображаемому». В своем истоке понятие «виртуальное» отсылает к возможному и вероятному. Виртуальное означает вымышленное, но не всякое вымышленное виртуально. Только вымышленное по правилам явно сформулированной логики может стать виртуальным. Это не обязательно должна быть программная логика компьютеров. Это может быть логика создания имиджа, дизайна, маркетинга, политологии и прочих процессов производства соблазняющих целей. Именно логика связывает ряд брендов в единый согласованный кластер – тренд.

Слово «тренд» происходит от английского trend и означает «общую направленность».

Появление тренда есть результат действия петли обратного влияния, которая возникает там и тогда, где и когда продукт перестает быть означаемым и становится приманкой к соблазняющему символическому ряду.

Товарный знак перестает означать товар и производителя. Он становится своего рода дорожным указателем в направлении тренда. Тренд захватывает любые новые потребности, навязывает продукт из своей коллекции и одновременно программирует потребности покупателя в продукте «своего» ряда. Тренд соединяет расчетливость и эмоциональность. Как заметил Бодрийяр,

*«наши слова и жесты возвращаются в пустоту, но некоторые, прежде чем исчезнуть, улучают миг и в предвосхищении конца вспыхивают ярчайшим соблазном».*

Тренд нельзя предсказать и тем более гарантировать, но его можно стимулировать. Яркие символы восхищают, захватывают внимание, увлекают, вызывают ответную реакцию, которая тут же становится новым стимулом. За то короткое время, которое отведено символу, он успевает произвести сдвиг бытия, память о котором останется в Бытии навеки. Так, эфемерное искусство актера, резонируя, посредством миллиона маленьких поступков его поклонников, изменяет течение жизни.

Формулу Уотсона «стимул – реакция» ( $S - R$ ) следует рассматривать как фрагмент серии ( $S - R$ ) – ( $S1 - R1$ )... ( $S_n - R_n$ ).

Однако каждый фрагмент этой серии окружен символическим пространством, в котором, словами Хюбнера из его книги «Смысл бес-СМЫСЛЕННОЕ время»:

*«свое-нравие, свое-волие и свое-корыстие придают знакам автономный смысл».*

Автономные смыслы стягивают знаки смежных серий, производя знак, стягивающий смежные автономные смыслы. Мы оказываемся в поле действия петли обратного влияния. С самого начала человек был захвачен символической петлей. Свидетельства тому мы находим в архаические времена. Первые люди оставили наскальные рисунки. Эти изображения переводили индивидуальное восприятие в общинные представления. Они устанавливали племенной норматив для автономных помыслов. Сокровенные мысли о сексе, смерти, вакханалии отменяются сакральным изображением убегающей лани на стене пещеры – устанавливается объединяющее все племя стремление – охота.

Племена охотников уступили место поселениям земледельцев. Объединяющим символом стали новые знаки. Например, священная корова. По мере накопления материальных ценностей грабеж и защита от грабежа, захват и оборона вышли на передний план, и им сопутствовали новые символы – орёл и лев. В Средние века символизм проник во все поры социальной материи, и символический способ восприятия достиг наивысшей плотности и пошел на убыль. В эпоху Возрождения и Просвещения установилось верховенство естественнонаучного метода.

Развитие естественных наук шло рука об руку с ростом индустриальной формации. В рамках этой формации зародился новый способ управления процессами и процедурами – менеджмент в его исходном смысле. Таким образом, в конце XX века все три магистрали воздействия на реальность – символическая, научно-техническая и операциональная оформились, но так, что символическая оставалась несколько в стороне от столбового пути капиталистического производства. В этот период капиталисты индустрии мод, быть может, первыми почувствовали, что «деньги делаются не на продукте и даже не на бренде, а на тренде». Если бренд может сформироваться по случаю как результат мимолетного увлечения (соблазнения), то тренд есть результат группового поведения, в котором соблазн неотделим от расчета. Искусное комбинирование брендов позволяет манипулировать трендом.

Стремление влиять на тренды производит спрос на бренды. Бренды теперь представляют нематериальный, но реальный актив. Так, основанное в 1974 году агентство InterBrand стало первым оценивать бренды как ценные нематериальные активы. По оценке агентства, в 2010 году наиболее дорогим оказывается бренд Coca-Cola, оцененный в 70,452 млн. долларов. За ним следуют IBM (\$64,727 млн.), Microsoft (\$60,895 млн.), Google (\$60,895 млн.), Google (\$43,557 млн.), General Electric (\$42,808 млн.), McDonalds (33.578 млн.), Nokia (\$29,495 млн.), Packard (\$26,867 млн.).

Тренд сильнее бренда, его капитализация выше настолько, что он не подпадает под контроль ни одной из корпораций, но может оказаться под властью более сильных структур, государственных или транснациональных.

Тренд формирования брендов указывает на доминирующее влияние США: девять из десяти лидирующих брендов являются американскими.

Если бренд берет свое начало в логотипе компании, превращая его в символ, означающий продукт, качество, сервис, то тренд берет свое начало в потребности покупателя, продолжает вектор желания, увлекает, навязывает, стимулирует новые желания из своего собственного ряда. Если бренд наполняет знак определенными автономными смыслами, то тренд сводит автономные смыслы к стильным, модным, имиджевым тенденциям. Тенденции развиваются в сопровождении отличающих их знаков – символов. Символы, возникшие на одной смысловой волне, подобно индуцируемому излучению в лазере, усиливают влияние друг друга по всему фронту автономных смыслов, устанавливая верховную власть собственного ряда. При этом каждый отдельный символ, «будто случайно пробежавший по лесу зверь», захватывает внимание и стимулирует произведение автономного смысла. Автономные смыслы в форме желаний, ожиданий, прогнозов изменяются по мере их собственной реализации.

В такой атмосфере притворство неотличимо от намерения, а прогнозы перманентно изменяют сами себе. Обмана не существует. Истина непотаенна. Случай, эмоция и арифметический расчет находятся в одинаково близком родстве с истиной, и нет оснований предпочитать беспристрастность, избегать соблазна и обольщений. Тут мы вплотную подходим к той точке, в которой символ и символический обмен становятся частью реальности.



## 1.2. Символизм

Символ в его исходном значении – священен. Он есть связующее звено между божественным миром и миром людей. В Древнем Египте существовала особая должность – пастофор – «хранитель священных символов». А в Древнем Китае «хранителем символов» называли самого императора.

По учению Пифагора – символ – связующее звено между мирской и божественной реальностями бытия. Наше восприятие символа зародилось в Средние века. Средневековый символ многослоен. Идейное, художественное и знаковое соединяются в символе.

Символ – это, прежде всего, знаковый код, отводящий всему свое место; во вторых это кодекс поведения, ритуалы и турниры; в третьих, – это божественное кредо, указывающее на вектор поведения.

Символизм нового времени появился в конце XIX века. В 1886 году в газете «Le Figaro» был опубликован манифест французского поэта Жана Мореаса «Le Symbolisme». В манифесте заявлено, что символ облакает идею в чувственно постижимую форму и противится ее замыканию на самой себе. Сто лет спустя философы-постмодернисты открыли, что абсолютной, вечной и трансцендентной истины не существует. Любая автономная идея, поддержанная верой, эмоцией или расчетом, может стать истиной. Реалистичная идея не просто неотличима от истины, но она и есть истина. Объективность освободилась от объекта. Объект стал активным и маневренным отражателем осматривающего его взгляда.

В интенсивном настоящем между намерением и результатом исчезает демаркационная черта. Так, в коконе, из которого вот-вот выпорхнет восхитительная бабочка, нет ни границ, ни страт, ни структур – только однородная масса. В таком волшебном состоянии теряют смысл анализ и осмысление реальности. Остается одно – с упорством на грани абсурда, с верой в успех производить свою собственную реальность.

Финансовые рынки одними из первых вошли в этот режим. Брокеры по факту оперируют вне реального сектора экономики – в сфере прогнозов, ожиданий, технических манипуляций. Средства массовой информации уже не столько фиксируют события, сколько их режиссируют; реклама не информирует, но формирует желание; политики не столько выражают идеи, сколько заражают идеями.

Истинно то, что искренне, что впечатляет, волнует и вдохновляет других.

И в этом нет ничего неожиданного. В IV веке до н. э. китайский мудрец Чжуан-цзы в притче «Рыболов» заметил:

*«Истинное – высшая искренность, высшее чистосердечие. Вез искренности, без чистосердечия нельзя взволновать других».*

Нет оснований избегать соблазна и обольщения. Беспристрастность не приближает к объективности. Объективной реальности всё равно, что сопутствует ее реализации – случай, эмоция, арифметический расчет или вера. Фиктивное может влиять на формирование фактического. Иллюзия, даже будучи иллюзорной, остается фактом реальности. Окончательной, трансцендентальной, совершенной истины не существует. Приходится отказаться от идеи сокрытой реальности и вместе с этим от реальности трансцендентального Бога. Приходится даже отказать Науке в ее способности открыть сокрытую истину. Отказ этот ведет к радикальному пересмотру отношений человека с окружающим миром. Отказ этот возвращает к самому раннему пониманию реальности, к тем временам, когда рациональное сознание еще не было развито настолько, чтобы подчинить себе чувственное восприятие реальности. В мифах

мы находим фрагменты, которые не просто созвучны, но ясно и точно выражают новейшие взгляды. Вот, например, небольшой фрагмент из древнего мифа индейцев Колумбии, в котором творение мира называется «творением чистой видимости»:

*«В начале не было ничего, кроме чистой видимости, ничего по-настоящему не существовало. Наш отец прикоснулся к призраку<sup>1</sup>, к иллюзии; то, за что он взялся, было чем-то таинственным. С помощью сна наш отец, Тот-который-только-видимость, Найнема, прижал призрак к своей груди, а затем погрузился в думу. Не было даже дерева, которое могло бы поддержать этот призрак, и только своим дыханием Найнема скреплял эту иллюзию нитью своего сна. Он попытался узнать, что находится на самом дне, но не нашел ничего. "Я скрепил то, что не существовало" – сказал он. Ничего не было. Тогда наш отец попробовал снова и исследовал дно этого ничто, и его пальцы ощущали пустой призрак. Он привязал пустоту к нити сна и прижал к ней магическое клейкое вещество. Так с помощью сна он вцепился в дно призрака и принялся его толочь, так что в конце концов он смог опереться о землю, которая ему снилась».*

В этом фрагменте нет ничего сказочного. Реальность создается и может быть создана на основе воображения. Но прежде воображаемое должно оформиться – «стать сном». Воображаемое хранится, передается и преобразуется посредством символов. К восприятию символической реальности воображаемого ближе всего подошла средневековая цивилизация. Медиевисты давно обратили внимание на средневековое имажинарное. Термин «имагинарное», конечно же, восходит к слову «imagination». Собственно сам корень этого слова «imago» означал в Средние века «образ». Не только видимый образ, но и образ речи, образ мышления, образ снов и видений.

Имагинарное имеет отношение к символам и представлениям, но только к тем из них, которые обладают «творящей силой». Имагинарное увлекает в фантастические миры. Чудесное сопутствует легендам и мифам для того, чтобы удивлять, задевать эмоцию, «отворять повсюду глаза и рты». Феи, валькирии, единороги обитают в мире кудесников, королей, рыцарей, трубадуров и труверов, жонглеров и скоморохов. Имагинарное стоит ближе всего к иллюзорному и мечтательному.

Имагинарное, отчетливо явившее себя в Средние века, Средними веками не ограничено.

История имажинарного – это история произведений, побуждающих людей к мыслям и действиям. Имагинарное неотделимо от чувственного ощущения событий и устремлений. Жак Ле Гофф в своей книге «Герои и чудеса средних веков» пишет:

*«Имагинарное можно определить как систему снов общества, снов цивилизации, трансформирующих реальность во вдохновенные духовные видения».*

Во все времена имажинарное было поставщиком «производящих реальность произведений». Производство имажинарных идей и образов – высокое искусство.

Талант и харизма, прозрение и вдохновение – неотъемлемые атрибуты имажинарного.

Радикальный переворот произошел в середине XX века. Техническое моделирование и проектирование, маркетинг и пропаганда поставили производство имажинарного на поток. Техника производства имажинарных моделей реальности стоит в ближайшем родстве с тем, что исходно обозначало греческое слово *τεχνε*. «Техне» – название ремесленного мастерства,

но и высокого искусства. В «техне» эмоция, интуиция, наитие способствуют производству нового и даже невообразимого.

Техническая манипуляция становится реальностью.

Всё фиксируется, адаптируется и ретранслируется в режиме реального времени. В «Символическом обмене и смерти» Бодрийяр приводит пример:

*«Пилоты разбившегося в Ле-Бурже “Туополева” могли на своих мониторах наблюдать собственную гибель в прямом эфире».*

Когда скорость рефлексий в системе достигает и даже превосходит скорость физических процессов, событие и ожидание события становятся неотличимы по своему воздействию на систему. Помните, реально то, что вызывает ответную реакцию. При таком положении дел истина становится неотличимой от ее интерпретации. Модель события (фикция) может заместить реальное событие (факт). По всему современному пространству непрерывно запускаются пилотные проекты, разворачиваются художественные инсталляции. Повсеместно изготавливают модели, имитируют фрагменты, разыгрывают ситуации, извлекают опыт, избирают тактику воздействия на реальность. Но на этом не остановиться. Копирование, имитация, фальсификация остаются за спиной. Нас затягивает мир симуляций, которые больше не нуждаются в оригиналах. По наблюдению Бодрийяра,

*«Мир симуляции, бесконечно репродуцируя эфемерные образы, в конце концов, сам научается творить вещественное».*

### 1.3. Симуляции и симулякры

В древнем толковании, восходящем к Платону, совершенный образ (эйдос) есть образец подражаний.

Верные подражания характеризуются своим сходством, а неверные подражания – своим отличием от оригинала. Неверные подражания Платон назвал симулякрами (simulacrum). Надолго позабытый, симулякр Платона реинкарнировал Жиль Делёз в 1967–1969 гг. По Делёзу, симулякр есть не просто фантом, способный к реализации, но симулякр есть сама реальность. Жан Бодрийяр развил идеи Делёза. Понятие симулякра Бодрийяр приписал Екклезиасту:

*«Симулякр – это вовсе не то, что скрывает собой истину', – это истина, скрывающая, что ее нет».*

Эту мистификацию (ссылку на Екклезиаста) никто не опроверг. Фикция была воспринята как факт. И это великолепно иллюстрирует саму идею освобождения симулякров от привязанности к праобразу. Эта идея сформулирована Бодрийяром в известном афоризме:

*«Симулякр есть копия, оригинал которой безвозвратно утерян».*

В «Символическом обмене» Бодрийяр описал эволюцию симулякров: от подделки – к серийному производству – к симуляции. Лепной ангел Возрождения – апофеоз подделки – уже не подделка. В храмах и дворцах лепнина принимает любые формы, имитирует любые материалы: бархатные занавеси, деревянные карнизы, округлости человеческой плоти. Пластика материала позволяет не столько копировать образец, сколько фантазировать на тему образца. Здесь все формы выводятся из моделей путем модулирования отличий посредством симуляций.

Фантазии на тему образа тяготеют к реальности и однажды принимают такие формы, которые легко и естественно воплощаются в реальности. Например, замок баварского короля Людвига II «Нойшванштайн», созданный как символическое выражение феодального замка, стал символом киностудии Уолта Диснея и многократно воссоздан как сказочный символ Диснея по всему свету. Но нельзя совсем отрываться от притяжения Земли. Фантазия призвана создавать вихрь воображения у поверхности земли, возносящий вверх. Беспочвенная фантазия ничего общего не имеет с конструктивной симуляцией. Перефразируя Бодрийяра («Simulacres et simulation»), определим симуляцию так:

Симуляция – это порождение псевдо-реальности посредством символического моделирования реальности, без копирования и повторения реальности.

Моделирование и расчет позволяют найти такую симуляцию реальности, которая может воплотиться в реальности. При этом исчезает самое существенное – различие между симуляцией и реальностью, между реальностью и концептом реальности. Заблуждений, в таком случае, нет и быть не может. Роскошь блуждания есть привилегия субъекта, которого нет.

Истина – продукт симуляции. Реальность – это не более чем эффект симуляции.

Реальное производится и может быть воспроизведено несметное количество раз. Симуляция, в отличие от имитации и фальсификации, не имеет ничего общего с воспроизводством

реальности. Симуляция не просто предваряет реальность, но направляет реальность на свой путь:

*«Симулякр столь хорошо симулирует реальность, что начинает эффективно ее регулировать» (Ж. Бодрийяр).*

Реальность стимулирует появление симулякров, а симулякры регулируют изменение реальности. Эта петля есть суть современной производящей деятельности человека. В своем исходном значении слово «производить» («*producere*») вовсе не означало изготавливать нечто материальное. Согласно Бодрийяру («Забыть Фуко»), оно значило «делать видимым», «показывать», «выделять» или «предъявлять». Найти, выследить, схватить – вот смысл добывающей деятельности первобытных охотников. Позже слово «*producere*» стало означать изготовление по образу и подобию оригинала. В Библии говорится, что Господь создал человека «по образу Своему и подобию». Такое воспроизведение не имеет ничего общего с подделкой. В давние времена никакая копия не была подделкой. Любая вещь представляла собой хорошее или плохое воспроизведение того, что так или иначе есть в природе.

Однако со временем производство отдалялось все дальше и дальше от природных аналогов. Наконец, и вовсе от них оторвалось. Теперь, все чаще, исходный образец не имеет аналогов в природе. Сдвиг от открытия к изобретению изменил отношение к копии. До XIX века изготовление копии представляло собой вполне законную практику.

Однако все переменилось. В наши дни копия – вне закона. Она угрожает серийному производству. Весь смысл серийного производства – производство массы одинаковых вещей. Отличия между массовым продуктом и его прототипом не допускаются. Если так, то прототип обретаёт ценность. За него надо платить.

Пиратское производство подделок наносит удар по конкурентной способности легального производителя, но одновременно с этим ограничивает его жадность. Уйти от пиратского преследования можно только прибавив скорость. Товар устаревает и заменяется новым быстрее, чем появляется пиратская копия товара. Скорость внедрения нового товара растет и приближается к скорости процессов производства, продвижения и распределения товаров.

Происходит перехлест. Мы видим новый товар уже до того, как он внедрен в производство, и задолго до того, как мы найдем его на полках магазинов. Всё происходит не просто в режиме реального времени, но еще быстрее. При этом впечатление от продукта интерферирует с процессом разработки продукта.

Любая ситуация, едва будучи осмысленной, приводит себя в состояние перерождения.

Раньше, стоя перед зеркалом, мы видели свое физическое зазеркальное отражение. Сегодня мы стоим перед отражающими поверхностями – перед экраном, монитором или плазмой. Через них мы наблюдаем процесс, в котором мы сами физически участвуем. Не столько объект, сколько процесс оказывается в центре внимания. Сдвиг от производства вещей – к производству процессов и операций стал отличительной чертой современного производства. Процессы и операции символически фиксируют формулы и формулировки, программы и алгоритмы, товарные знаки и марки, патенты и know-how, технологические регламенты и даже законодательные акты.

Процессы и алгоритмы вовлекаются в прямое рыночное обращение. Они становятся товаром. Но это особый товар. Он «материализуется» в символической форме. Это, прежде всего, программы и алгоритмы. Но, всё чаще, хорошо организованные процессы и процедуры выражают свою операциональную ценность через торговые марки и бренды. Это своего рода



сигнальные маяки, которым можно доверять. Они экономят время навигации в товарных джунглях. И в этом их ценность.

Ценность нематериальных активов все чаще котируется выше, чем ценность активов материальных. Нематериальные активы включают в себя операциональные и символические активы. Таким образом, материальные, операциональные и символические активы формируют триаду ценностей пост-капиталистического капитализма.

В современном капиталистическом производстве приходится играть одновременно на трех досках – выигрывать в росте материальных активов, наращивать операциональные активы и заботиться о символических активах.

Все три партии связаны между собой так, что успех одной из них способствует успеху другой только при посредничестве третьей. Материальные ценности становятся неотделимы от процесса их производства вследствие добавочной стоимости бренда. Ценность процесса производства неотделима от бренда благодаря надежному качеству производимой продукции. Качество производимой продукции неотделимо от самого процесса производства.

Круг замкнулся. Бренд, товар и процесс производства есть одно неразрывное целое. Когда-то самым первым и важным активом был плодородный надел земли, потом таким активом стал товар, позже – деньги.

Сейчас всё иначе. Первоактива больше нет. Но есть сеть, в узлах которой материальный, операциональный и символический активы образуют активную ячейку – современное капиталистическое предприятие. И эта ячейка не парит в невесомости.

Она является частью глобальной многомерной связанной глобальной сети.

## 1.4. Сингулярность и глобализация

Всё началось 13,7 миллиардов лет тому назад. Большой взрыв привел к появлению материи, времени и пространства. Всё возникло из сингулярности.

Здесь сингулярность – это точка бесконечно малого радиуса, с бесконечно большой плотностью и бесконечно большой температурой.

Прежде всего из сингулярности в момент большого взрыва появились элементарные частицы вещества. Хаотическое движение элементарных частиц в ранней и еще очень тесной Вселенной вело к интенсивному взаимодействию между ними. Частицы «задевали» друг друга.

Элементарные частицы вещества – это маленькие отражающие экраны.

Всякое воздействие на них приводит к ответной реакции с их стороны. В череде реактивных взаимодействий по случаю появляются устойчивые петли обратного влияния. Едва сформировавшись, петли обратного влияния закрепляют себя в устойчивых материальных структурах. Эти структуры сохраняют свою метрику и топологию, несмотря на хаос, царящий вокруг них.

Эти структуры ведут себя как единое неделимое целое, хотя и состоят из отдельных элементов. Они представляют собой «сингулярность» в исходном смысле этого слова.

Сингулярность есть совокупность структурно связанных между собой индивидуальных элементов.

Сегодня мало кто знает, что термин «*sigularitas*» для обозначения целого, состоящего из неделимых частей, ввел в XI веке французский схоласт Гильберт Порретанский (Gilbert de la Porree).

Для того, чтобы связать отдельные части в одно целое, нужно иметь «нечто» связывающее. И мы повсюду обнаруживаем недостающее связующее – петли обратного влияния. Они не просто соединяют, но, подобно плотной шнуровке, стягивают разобщенные и обособленные элементы в одно связное целое. Единое целое («сингулярность») возникает внезапно, как бы из ничего.

Петли обратного влияния есть связующее элементов сингулярности в одно целое.

Появление петель обратного влияния происходит внезапно. В начале 20-х гг. XX века теоретики эмерджентной эволюции ввели термин «внезапные свойства». Этим термином обозначают свойств сложных систем, которые отсутствуют на более низком уровне системной иерархии. Например, из атомов углерода, водорода и кислорода может образоваться молекула сахара. Вкус сахара – новое качество системы. Его нет ни в атоме углерода, ни в атоме водорода, ни в атоме кислорода. Температура есть у всякого тела. Но на молекулярном уровне этот параметр отсутствует.

Еще пример. Двухмерное существо видит точку на плоскости своего обитания. Но двухмерному существу не увидеть того, что эта точка есть лишь след от линии в трехмерном пространстве.

Переход от двухмерной системы координат – к трехмерной связан с появлением дополнительного измерения (нового параметра порядка), которое качественно изменяет систему.

Новые свойства выделяют систему из ее окружения. Они возникают как бы внезапно, вследствие появления новых устойчивых петель обратного влияния. Петли обратного влияния существуют не в отрыве, но вне материального. Присущие материи трение и сопротивление

к ним отношения не имеют. Петли появляются и исчезают, не нарушая законы сохранения вещества и движения. Однако их появление или исчезновение не остаются незамеченными, поскольку при этом изменяется энтропия системы. И это еще раз указывает на то, что

вещественному и динамическому в природе сопутствует символическое.

Отличительная черта символа – его уникальность. В разных местах пространства по воле случая появляются уникальные структуры. Они обособлены и самоорганизованы. Они представляют собой сингулярности. Рано или поздно они вступают во взаимодействие друг с другом. Между ними формируются петли обратного влияния. Эти петли стягивают обособленные структуры в одно целое.

Такой процесс идет в логике булевой алгебры:

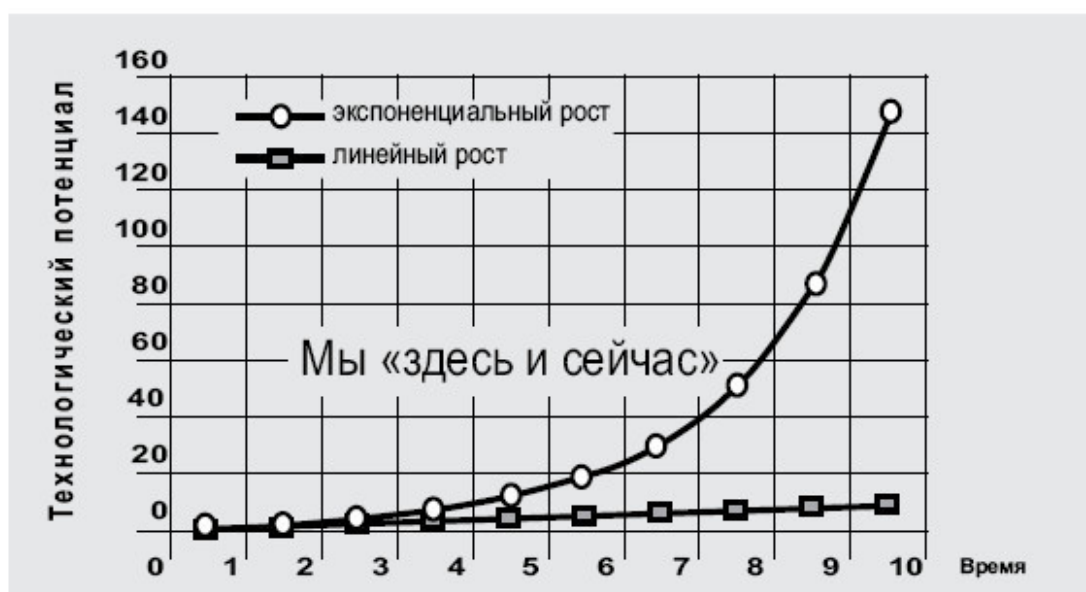
$$1+1=1.$$

Объединение двух сингулярностей есть сингулярность.

Сингулярность имеет отношение, прежде всего, к представлениям о единстве и цельности. Само слово «сингулярность» происходит от латинского *singularis* – единственный, особенный. Сингулярность как состояние неотделима от сингулярности как процесса. Сингулярность как процесс представляет собой «вертикальную фазу» трансформации системы. Эту фазу предваряет экспоненциальный рост. Экспоненциальный рост довольно обманчив. Вначале он мало отличается от линейного роста. Затем он становится лавинообразным.

Сингулярность – это обособленная система, это «вертикальная фаза» экспоненциального развития и это знамение непредсказуемых преобразований системы.

Лавинообразное развитие системы создает заслон для наблюдения за горизонтом сингулярности. В процессе перехода через сингулярность система радикально изменяется. Появляются новые параметры порядка. Из кокона, в который погрузилась гусеница, вылетает – вдруг – яркая бабочка.



Вид *Homo sapiens* появился на Земле более 100000 лет назад. Люди научились обрабатывать землю и создали первые оседлые поселения 10000 лет назад. Последние 300 лет происходит быстрый экспоненциальный рост населения и капитала.

В 1972 году был опубликован доклад Римскому клубу под названием «Пределы роста». Доклад был посвящен ключевым параметрам поведения системы «население – капитал»: численность населения Земли, индустриализация, производство продуктов питания, истощение природных ресурсов и загрязнение окружающей среды. Каждый из этих параметров имеет свою динамику развития и влияет на остальные параметры.

Последняя обновленная версия доклада была опубликована в 2004 г. под названием «Пределы роста: 30 лет спустя». В обновленном докладе показано, что количественные параметры роста в основном ведут себя так, как это было предсказано в 1972-м году. Согласно этому прогнозу в 2020-х параметры количественного развития окажутся в фазе «вертикального роста». Количественное развитие достигнет предела. В системе появятся новые параметры порядка. Система радикально изменится.

Мы приближаемся к сингулярности. Нас подстерегают многочисленные угрозы. Технический прогресс – источник опасностей. Он же – наша надежда на спасительное. В 1983 году писатель фантаст Вернер Виндж писал:

*«Скоро история человечества достигнет своеобразной сингулярности и мир выйдет за границы нашего с вами понимания».*

Скорость технического прогресса увеличивается. Мощность информационных технологий растет экспоненциально и в настоящее время удваивается каждый год. Нарушение закона Мура предрекают на регулярной основе, но каждый раз появляются новые технологии. Современные технологии открывают даже больше возможностей для поддержания закона Мура, чем это было раньше. Графеновые и квантовые процессоры повысят тактовую частоту и снизят энергоемкость компьютеров. Потом, на горизонте, – появление квантового компьютера.

Настоящий технический переворот произойдет с появлением наномашин. Представьте себе робота размером с клетку человеческого тела. Они способны к самовоспроизводству. Это – та самая серая слизь, которой пугали нас фантасты. Представьте себе, что эти нанороботы будут внутри вашего тела и будут уничтожать болезнетворные бактерии, ускорять заживление ран, уничтожать вредные вещества внутри организма, постоянно сообщать доктору о вашем здоровье для скорейшего лечения. Нанороботы будут работать в связке с нашими нейронами. Виртуальная реальность будет создаваться внутри нервной системы.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.