



СИМВОЛ И КАПИТАЛ

СЕРГЕЙ
ДЕМЕНОК

Сергей Леонидович Деменок

Символ и капитал.

Материализация символа

*Текст книги предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=18369990*

*Символ и капитал. Материализация символа: Страта; Санкт-Петербург; 2016
ISBN 978-5-906150-27-1*

Аннотация

Завершился цикл индустриальной формации, и общественное производство трансформировалось в новый формат, который за неимением дефиниций обозначили термином «постиндустриальный капитализм». На самом деле мы вступили в новую общественно-экономическую формацию, которую следует определить как «символический капитализм».

Теперь представления о реальности передаются и воспринимаются посредством виртуальных символов. Виртуальное захватывает внимание и стимулирует воображение. Манипуляция информацией и чувственным восприятием реализуется посредством комбинаций цифр и формул – символически. Виртуальные символы уплотняются, приобретая вещественную плотность. Новая символическая материя не менее актуальна, чем реальность элементарных частиц.

The cycle of industrial social system has ended, and social production has transformed into a new format which, for lack of a better term, has come to be known as «post-industrial capitalism». In actuality, we have embarked on a new journey of socioeconomic system – one that should be properly defined as «symbolic capitalism».

Today, our ideas of reality are transmitted and interpreted through the medium of virtual symbols. The virtual grabs our attention and excites our imagination. The manipulation of information and sensory perception is achieved symbolically through endless combinations of numbers and formulas. Virtual symbols become denser, taking on the essence of tangibility. The new, symbolic material becomes no less relevant than the reality of elementary particles.

Содержание

Новый манифест символизма	8
Символический строй	20
Символический капитализм	20
Символ – опознавательный знак	35
Символ – связующее звено	40
Символическая петля	46
Конец ознакомительного фрагмента.	56

Сергей Деменок

Символ и капитал

Материализация символа

Все права защищены. Никакая часть настоящей книги не может быть воспроизведена или передана в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, будь то электронные или механические, включая фотокопирование и запись на магнитный носитель, а также размещена в интернете, если на то нет письменного разрешения владельцев.

All rights reserved. No parts of this publication can be reproduced, sold or transmitted by any means without permission of the publisher.

© Деменок С. Л., 2016, текст

© Шипицына М. А., 2015, обложка

© ООО «Страта», 2016

Миссия серии «Альтер-фабрика»

Серия «Альтер-фабрика» представляет другой, то есть альтернативный привычному, взгляд на экономику, бизнес, управление.

Мы живем, работаем, принимаем решения в мире, который часто и скорее по привычке называют то капитализмом, то постиндустриальным обществом, то цифровой цивилизацией.

Но этот мир подвижнее, изменчивее и многообразнее стандартных определений. В этом мире безостановочно возникает и конкурирует множество вариантов экономической системы, общественного устройства, культурного кода.

Это мир альтернатив. В нем товары, технологии, идеи создают пространство выбора. И выбор здесь не пассивное выражение согласия или предпочтения. Выбор – это творческое решение. Выбор другого варианта, отличного от привычного, – это способ создать перспективный ресурс, технологию, бизнес-модель, стиль жизни.

Миссия серии «Альтер-фабрика» – продуцировать идеи, расширяющие концептуальное пространство выбора и легко превращающие символический ресурс альтернативного видения в реальный ресурс оригинальных бизнес-решений.

В серию войдут работы практикующих предпринимателей, менеджеров, бизнес-консультантов, чьи решения опираются на альтернативное видение рынков, организаций, бизнес-процессов.

Также в рамках серии будут публиковаться книги ученых, чье альтернативное видение современной экономики нашло международное признание и создает актуальную перспективу выработки инновационных моделей и технологий произ-

водства, потребления, организации и управления.

*Дмитрий Иванов,
научный редактор серии*

Новый манифест символизма

Нине, символический подарок

Призрак возрождается на Западе – призрак символизма...

Когда-то пифагорейцы совершили переворот. Числа и геометрические формы они превратили в символы. Платон ставил символы выше вещей и выше явлений. От Платона к Плотину оформилось средневековое восприятие божественной символической реальности.

Наши представления о символах проистекают из средневекового символизма. Средневековье – время символов. Взрыв символизма. В свое время цепная символическая реакция взорвала средневековый мир. Мысль не успевала наделять знаки смыслом. Знаки, как сорные травы, заполонили реальность... И средневековый символизм оборвался на самой высокой ноте.

Возрождение вернуло символический порыв на землю. Наука и просвещение запустили череду технических революций. Одна из них – цифровая революция – сделала цепную реакцию знаков управляемой. И это стало основанием для возрождения символизма.

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. Вот подходящее определение реальности:

Реально то, что производит ответную реакцию .

Вокруг нас реальность облаков, водоворотов, пены и молний. Что ни возьми – символ. Символ есть в каждом фрагменте вещества и в каждом акте действия. Символы – своего рода узлы сетевой структуры, которая все пронизывает и всем проникается. Само пространство, согласно новейшим представлениям, есть трехмерная сеть с планковским размером ячеек $1,616\ 252\dots \times 10^{-35}$ м. В каждой ячейке хранится 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 меняться.

Согласованное изменение битов может распространяться по решетке пространства и вызывать ощущение волны света. Плотные скопления битов могут вызывать ощущение вещества.

Бит – это элементарный знак. Он иллюзорен. Од-

нако бит не менее фундаментален, чем квант.

Сам по себе отдельный бит меньше, чем атом, меньше, чем кварк, меньше даже, чем глюон. Бит есть основание всего сущего или, словами Джона Уиллера,

«IT FROM BIT».

**ВСЕ СОСТОИТ
ИЗ БИТОВ.**

Вычислительная техника настойчиво погружает нас в мир битов. Операции над битами хранятся и передаются также посредством битов. Биты соединяются битами. Биты формируют символические структуры. Бит – это элементарный знак, который стоит в одном ряду с элементарной частицей вещества и элементарным квантом действия.

БИТ

РЕАЛЕН.

В этом суть информационной парадигмы.

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, а 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 первичной, ни одна из них не может быть признана производной или вторичной.

Все три аспекта реальности связаны. Связь вещества и

действия была осознана с появлением понятия «энергия». Энергия – это абстрактная величина. Она объединяет массу и скорость. Благодаря энергии вещественное и динамическое стали восприниматься как различные и одновременно сопряженные части единой физической реальности. В середине XX века сформировалось представление об информационной энтропии. Энтропия указывает на связь физического и символического. Благодаря энтропии физическое и символическое стали восприниматься как различные и одновременно связанные части единой «гиперреальности». Этот сдвиг представлений произвел взрыв информационных технологий и переворот, подобный индустриальной революции.

Появление паровых машин, преобразующих теплоту в работу, стало началом индустриальной революции. 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.

Измена денежного знака материальному и операциональ-

ному символизирует завершение индустриального капитализма. То состояние, которое за неимением ясности назвали постиндустриальным капитализмом, приобретает четкие очертания.

#Новую формацию можно назвать символическим капитализмом на том основании, что наиболее вознаграждаемым становится символический обмен .

Символический обмен идет не в отрыве от физической реальности, но обособленно от нее. В символической стратосфере все происходит на сверхвысоких скоростях online, производя химеру наподобие «волны-частицы» – некий «актофакт». Акт наблюдения и акт ответной реакции сливаются в одно действие. Теряет смысл старая триада:

**НАБЛЮДАТЬ,
ОСМЫСЛИВАТЬ,
ВМЕШИВАТЬСЯ.**

Русская пословица – «семь раз отмерь, один раз отрежь» – перефразирована в духе времени Михаилом Жванецким и звучит теперь следующим образом: «Пока семь раз отмеришь, другие уже отрежут». 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. Этот эффект провоцирует манипулирование ожиданиями. Мы оказываемся в

**ПРЕДРАСПОЛОЖЕННОМ,
НЕПРЕДСКАЗУЕМОМ,
НО В ПРЕДНАМЕРЕННОМ МИРЕ.**

Правдоподобные галлюцинации изменяют текущие ожидания и, следовательно, влияют на результат. Этот эффект провоцирует естественную потребность 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 все реже указывает на продукт и его свойства, все чаще отсылает к символическому: к торговой марке.

В шумном сверкающем пейзаже начала XXI века символический материал раскидан буквально повсюду: буквы и сообщения, звуки и изображения, новости и инструкции, цифры и факты, сигналы и знаки, биты и кубиты – сборная солянка из связанных между собой ингредиентов.

Символическое потребление захватывает. Удовлетворе-

ние материальных потребностей отступает на второй план. На рыночных площадях и в торговых молах идет массовая охота за знаковыми вещами. С их помощью человек сам себя означает, самовыражается и превращает себя в персонафицированный символ. И тут же фиксирует свой символический профиль в социальных сетях.

Символические структуры стали частью реальности. Частью реальности стал 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 навязать другим свой выбор. «Эликсир соблазна» еще не найден, но «акулы» делового мира уже почувяли кровь от смеси

**СОЦИАЛЬНОГО,
СЕКСУАЛЬНОГО
и СЕНСУАЛЬНОГО .**

Реклама учится дозировать эту смесь в эффективных дозах. Часто случается передозировка. Это вызывает обратный эффект – отторжение рекламы. Но дайте время – и массовая пропаганда оседлает эмоциональную составляющую символического обмена. Оседлает, поскольку символическая ниша 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 манипуляция спросом, общественным мнением или игра на бирже.

Слово «игра» не должно вводить в заблуждение своей ассоциацией с забавой. Игра – это древний реликт. Игра предшествует появлению культуры, она древнее любых форм цивилизованного поведения и наблюдается еще у животных. В известном сочинении «Человек играющий» Хёзинга определяет игру как свободное от принуждения или всякой биологической необходимости действие, происходящее в особом «игровом» пространстве по общим «игровым» правилам.

Шекспир советовал относиться к жизни как к игре:

«All the world's a stage,
And all the men and women merely players.»

As You Like It. Act 2 Scene 7 («Как вам это понравится»), 1600.

Такое отношение к жизни позволяет преодолеть неуверенность, смятение и страх. Такое отношение и конструктивно, и рационально потому, что вводит представление о символических нормах и правилах, существующих по ту сторону вещей и явлений. Иллюстрацией может служить математическая игра, которая называется «Game of Life» – «Игра Жизнь». Игровое поле расчерчено на бесконечное количество клеток, каждая из которых может быть мертвой или живой. Далее, в зависимости от того какие у клетки со-

седи, с ней происходят изменения: она либо выживает, либо умирает, либо рождается, либо остается мертвой. И все. Каждый шаг – смена поколений, все клетки «обновляют статус» в зависимости от структуры своего окружения. Казалось бы, ничего особенного, но в действительности решетка такого клеточного автомата представляет собой символическую структуру вне пространства и вне времени. Все, что происходит в игре подчиняется символическим правилам. Игра по правилам рождает подобию и повторения игровых ситуаций.

Мы живем в мире, где

**ОТРАЖАЮЩИЙ ЭКРАН
ВСТРОЕН В ЭКРАН,
ВСТРОЕННЫЙ В ЭКРАН.**

Отражающие поверхности – это не столько зеркала, сколько мониторы, плазмы и экраны планшетов. Они – не просто искажающие реальность кривые зеркала. Они активны и маневренны. Они создают перед нами такой суперэкран, в котором при желании мы видим отражение только себя («selfie»). Такое свертывание или рефлексия себя на себе – нулевая степень петли обратного влияния – есть короткое замыкание в сети отражений.

Плотность отражений достигает критического уровня. Отражения начинают отражаться от отражений. Объективность освобождается от объекта. Воображаемые конструкции, отражающие реальность, сами становятся реальностью.

Реальность распространяется за пределы физического в область виртуального. Естественной реакцией на распространение и растяжение реальности за пределы реального становится тренд на упрощение, огрубление, отсекаание лишнего, тренд на уплотнение смысла в абстрактных символических формах. Торговые марки, бренды, иконы стиля, афоризмы философов, жесты политиков производят символическую реальность, которая формирует коллективное поведение масс.

Мы погружаемся в плотный символический поток, который проявляет себя на двух регистрах: рациональном и эмоциональном. Информация все меньше означает знание, все больше – изменчивый поток интерпретаций. И этот поток нарастает, девальвируя информацию как знание.

КОГДА ИНФОРМАЦИЯ ДЕШЕВЕЕТ, ДОРОЖАЕТ ВНИМАНИЕ.

На первой линии захвата внимания – избыточность секса, цвета, звука, образов, запахов. На второй линии – создание и продвижение потребностей. На третьей линии – соблазн модных трендов, гламурных звезд и привлекательных мифов. Мы погружаемся в атмосферу символического карнавала, в котором процессы, оторвавшись от вязкого физического основания, ускоряются. На высоких скоростях факты сталкиваются с фикциями. После столкновения появляются новые факты и новые фикции. Теперь фейк неотличим от факта. И тот и другой сохраняются и передаются посред-

ством 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. В квантовом вакууме пара виртуальных частиц аннигилирует, не успев родиться. И если это фантастика, то мы живем в самой гуще этой слаженной и согласованной фантастики. Но самое фантастическое и чудесное то, что символ приобретает качества, присущие веществу, – инертность и плотность.

Мы не только полагаем, что есть такая вещь, как символ, но и обнаруживаем обстоятельства, при которых символ есть вещь.

Сначала появились знаковые символы. Знаковые символы имеют своего рода «вирусную» привязанность к материальным носителям. Знаковый символ легко покидает свой вещественный носитель и закрепляется на новом. Знаковый символ слишком невесом и слишком просто клонируется. У него нет вещественной плотности, нет присущей веществу инертности.

Потом появились информационные символы.

Информационный символ, такой как бит, будучи встроен в структуру программы или алгоритма, гораздо сильнее уко-

ренен в физической реальности. Он неотделим от процесса, но еще не привязан к веществу. Бит имеет информационный вес, но еще не дотягивает до материальной плотности вещества.

Наконец, символическое соединяется с физическим и появляется квантовый символ – кубит. В нем символическое, динамическое и вещественное сливаются в единое целое. Любая виртуальная операция, которую можно организовать посредством квантовых символов, может быть реализована «на самом деле».

Материализация символа изменяет все вокруг. Теперь идейная надстройка, которая всегда уклонялась от диктата материального базиса, сама становится материальной.

МАРКСИЗМ

ВОЗВРАЩАЕТСЯ!

Символический строй

Символический капитализм

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,

«Все возникающее оказывается устарелым, прежде чем успевает окостенеть».

В череде непрерывных социально-производственных переворотов капитализм заменял символическую систему феодальных отношений холодным расчетом и чистой рациональностью.

Однако едва рациональный расчет захватил все пространство хозяйственной деятельности, как капитализм изменил своему курсу против символического, но сохранил статус перманентной революции.

В очередной раз капитализм произвел «новейшую формацию». Эту формацию можно назвать символическим капи-

тализмом 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 усовершенствованию процессов их производства и, наконец, символизации, пронизывающей вещественное (предметы и факты) и операциональное (функции и алгоритмы).

Капитализм вышел на символический режим в конце XX века, когда повышение производительности за счет разделения труда, внедрения конвейера и стандартизации процессов и процедур приблизилось к насыщению: значительные усилия производили незначительный результат. Это означало 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».

ZEITGEIST – «ДУХ ВРЕМЕНИ» – НОВЫЙ ИМПЕРАТИВ.

Представление о «новизне» появилось сравнительно недавно, в конце XVIII века. Средневековый человек подоб-

ными категориями не мыслил. Ларс Свендсен в «Философии моды» указывает, что в средневековой живописи библейские персонажи изображаются в одежде Средних веков. Святое семейство облачают в костюмы, которые вполне подошли бы членам семьи итальянского купца. Маловероятно, что тогда существовало ясное понимание того, что эти персонажи в действительности 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 *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 нашла 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 автори-*

таризма, девальвацию патриархальных укладов. В XX веке этот отход от традиций ускорился. Появление средств массовой коммуникации 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 флагом уникального и маргинального внедряют универсальный курс на гомогенизацию социальной среды. Этот курс приходится маскировать, ведь быть современным означает быть уникальным. Сегодня индивидуальная уникальность – это основное достоинство, с которым соотносятся все остальные ценности и которое стимулирует неумную тягу ко всему новому. Пристрастившись к новизне, потребитель 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 4s, iPhone 5, iPhone 6 и 6s... 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

ряды Apple привела к появлению аналогичного модельного ряда от Samsung – линейки продуктов Galaxy.

В череде перманентных технологических революций, в атмосфере непрерывной смены стилей и модных коллекций, в бесконечной комбинаторике тривиальных мэшапов (mesh-up) можно рассмотреть существенное – то, что символическая реальность утверждает себя по всему фронту общественно-производящей деятельности. И прежде всего растет символическое производство – серийный выпуск различных знаков. Серийное производство девальвирует символическую ценность вещественных знаков. Но и сам символический капитал подвержен инфляции.

Символический обмен искажает пространство потребления. 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 сим-

вол.

Современные торговые площадки организованы словно лыжная трасса: подъемы, спуски и виражи. Изысканные рестораны, разно образные кафе, гастрономы в стиле купца Елисеева – все это встроено в торговые залы без барьеров, где вся атмосфера расчетливо подчинена климат-контролю. Освещение, музыка, ароматы – все призвано снизить порог расчетливой сдержанности и ввести человека в импульсивное состояние покупательского драйва. Постиндустриальный рынок напоминает базар, на котором человек может легко потеряться. Но этого не происходит. Покупатель не кажется беспомощным 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 такое представление о реальности, которое 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 – современные мантры.**

Никто не имеет сил заявить о потере своей индивидуальности или признать себя плагиатором. Человек персонализируется, заявляя себя миру собственным 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 и 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 реклама служила для опознания продукта, произведенного определенной компанией. В новой экономике рекламные ролики и постеры все реже указывают на продукт и его свойства, все чаще отсылают к бренду. Предметом приобретения все чаще становится

ЭФИРНОЕ, ЭФЕМЕРНОЕ, ВИРТУАЛЬНОЕ.

Компании и потребители теперь взаимодействуют не в условиях конкуренции отдельных продуктов и их производителей, а в условиях конкуренции брендов.

Бренд – это 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 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 свободный полет фантазии.

Атмосфера невесомости провоцирует отрыв образа от его прообраза. 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 компания Prada приобрела у Жиль Сандер контрольный пакет. Пять месяцев спустя дизайнер Жиль Сандер покинула компанию Jil Sander, а Prada продолжила производить новые коллекции под этой маркой, хотя Жиль Сандер в этом никакого участия не принимала. Марка полностью потеряла связь со своей прародительницей.

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 заявил:

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

Фил Блау, дизайнер одежды Frau Blau, говорит:

«Рекламная съемка – это, прежде всего, передача эмоций. Радость от приобретения машины, задумчивость при выборе страховки, грусть при потере вклада. Такие, казалось бы, прозаические эмоции, но этих эмоций – море. И для их передачи нужен человек, который умеет чувствовать, а не демонстрировать привычные для общества стандарты. И наши модели это умеют».

Капиталистическое производство отрывается от радикального материализма, но сохраняет реализм. Реальность в новой трактовке включает образное и воображаемое. Для такой реальности Бодрийяр ввел особый термин – «гиперреальность». Теперь отрыв от материального не означает отрыва от реальности. И все-таки, когда бренды и тренды возносятся к облакам, 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, по-

ставщики сору-cat косметики, медиапираты 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 из виртуального в материальное состояние.

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 «общая 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.

Яркие символы восхищают и увлекают. Как выразился Бодрийяр,

«Наши слова и жесты возвращаются в пустоту, но некоторые, прежде чем исчезнуть, улучают миг

и в предвосхищении конца вспыхивают ярчайшим соблазном».

За то короткое время, которое отведено символу, он успевает спровоцировать ответную реакцию. Так, эфемерное искусство актера, резонируя, изменяет течение жизни. Формулу Уотсона «стимул – реакция» ($S - R$) следует рассматривать как фрагмент серии ($S - R$) – ($S_1 - R_1$)...($S_n - R_n$). Каждый фрагмент этой серии окружен символическим пространством, в котором, словами Хюбнера из его книги «Смысл в 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.

Капиталистическая формация начиналась с производства вещей. Вещи были основным активом. Потом на первый план вышло управление процессами и операциями – менеджмент в исходном смысле этого слова. Операции обрели смысл реальных активов. Позже значение активов приобрели привлекающие внимание торговые марки и бренды. Но в конце XX века капиталисты индустрии моды, быть может, первыми почувствовали, что

«деньги делаются не на продукте и даже не на бренде, а на тренде».

Товарный знак перестал означать товар и производителя. Он стал 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 НЕЛЬЗЯ ПРЕДСКАЗАТЬ И ТЕМ БОЛЕЕ ГАРАНТИРОВАТЬ, НО ЕГО МОЖНО СТИМУЛИРОВАТЬ.

Если бренд может сформироваться по случаю как результат мимолетного увлечения (соблазнения), то тренд есть результат группового поведения, в котором соблазн неотделим от расчета. Тренд соединяет расчетливость и эмоциональность.

Если бренд наполняет знак определенными смыслами, то тренд сводит автономные смыслы к символическим тенденциям. Символы, возникшие на одной смысловой волне, подобно индуцируемому излучению в лазере, усиливают влияние друг друга по всему фронту смыслов, устанавливая свой собственный символический тренд. При этом каждый отдельный символ захватывает внимание и стимулирует производство серии желаний, ожиданий, прогнозов, меняющихся по мере их собственной реализации. В такой атмосфере притворство неотличимо от намерения, а прогнозы перманентно изменяют сами себе. Обмана не существует.

Случай, эмоция и арифметический расчет на-

ходятся в одинаково близком родстве с истиной, и нет оснований предпочитать беспристрастность, избегая соблазна и обольщения.

Искусное комбинирование брендов позволяет манипулировать трендом. Стремление влиять на тренды производит спрос на бренды. Бренды теперь представляют нематериальный, но реальный актив. Уже в середине 1970-х в ответ на потребность оценки стоимости бренда появились две консалтинговые компании: Millward Brown (1973) и Interbrand (1974). Обе ежегодно публикуют лист оценки мировых брендов: BrandZ Global Top (Millward Brown) и Best Global Brands (Interbrand).

СТОИМОСТЬ БРЕНДА – ЭТО СТОИМОСТЬ АКТИВА, КОТОРЫЙ ПРИНОСИТ ПРИБЫЛЬ.

По оценке Millward Brown в 2015 году наиболее дорогим оказался бренд Apple, оцененный в \$246,452 млн. За ним следуют Google (\$173,652 млн), Microsoft (\$115,500 млн), IBM (\$93,968 млн), Visa (\$91,962 млн), AT & T (\$89,492 млн), Verizon (\$86,009 млн), Coca-Cola (\$83,841 млн), McDonalds (\$81,162 млн), Marlboro (\$80,352 млн). Совокупная стоимость 100 брендов увеличилась до \$3,3 трлн с \$2,9 трлн в 2014 г., а темп роста (14%) оказался самым высоким за последние четыре года. Вершина рейтинга буквально оккупирована технологическими брендами – Apple, Microsoft, IBM, Google, Facebook, Tencent и Alibaba. Их бренды демонстрируют стабильный рост стоимости. Сто-

имость гламурных брендов, напротив, за год упала на 6%. Gucci, Richemont, Hermes, Chanel – все фиксируют снижение прибыли.

ГЛАМУР ТЕРЯЕТ СВОЙ БЛЕСК.

Бренд должен отличаться и выделяться. Отличие – это необходимое, но не достаточное условие. Бренду должно сопутствовать устойчивое «впечатление» от бренда. Бренд должен стать символом, чтобы создать и поддерживать благоприятное впечатление, чтобы проникать в личное пространство потребителя. Личное пространство – вот территория захвата в эпоху символического капитализма. За нее идут непрерывные бои без правил, в которых

**ПОБЕДИТЕЛЬ
ПОЛУЧАЕТ
ВСЕ.**

Символ – опознавательный знак

В своей рациональной ипостаси символ есть пароль. Греческое слово *symballein* означает «бросать вместе»: две части единого целого как бы разлетаются в разные стороны, но остаются частями единого целого. В Древней Греции *symbolon* – опознавательный знак. Монету или кусок кости разламывали и передавали незнакомым людям, чтобы они, встретившись, могли распознать друг друга, чтобы отличать своих от чужих. Опознавательные предметы различить могут те, кто их назначал, а другие их даже не увидят.

Издавна символ служил для того, чтобы отличать людей своего племени от всех прочих. Один из племенных символов дошел до нас под названием «тотем». Тотем – это зверь-родственник. Он же – магический защитник человека. Человек носил при себе оберег – фигурку или изображение своего зверя или птицы. Вот наиболее распространенные типы зверей и птиц, используемые в племенной символике:

лев – символ власти, силы, храбрости, отваги, великодушия; бык – символ плодородия, труда и терпения, а также скотоводства; конь – храбрость льва, зрение орла, сила быка, быстрота оленя и ловкость лисицы; собака – символ преданности и повиновения; кошка – символ независимости; овца (ягненок) – символ кротости; лань – символ робости;

волк – символ злости, прожорливости и алчности; медведь – символ предусмотрительности и силы; олень – символ воина, перед которым бежит неприятель; кабан (вепрь) – символ мужества; слон – символ долгой памяти; орел – символ власти и господства, великодушия и прозорливости; павлин – символ тщеславия; пеликан – символ родительской любви; ворон – символ долголетия; журавль (с камнем в одной лапе) – символ бдительности; сова – символ мудрости.

В Римской империи при императоре Августе каждый легион получил свое имя, свой номер и свой флаг. Флаг – это выразительный символ, который летит впереди войска.

В Средние века появился всегда готовый к бою воин-всадник – рыцарь. В рыцарском мире герб представлял человека. Слово «герб» произошло от немецкого Erbe – наследство. Герб и в самом деле наследство, причем самое надежное в беспокойные времена. Его никто не может украсть, его нельзя потерять. Только героическими поступками можно его приумножить, и только низкие поступки могут его уменьшить. Герб – символ социального статуса. Гербы изображали на всем, на чем только можно: на доспехах, на рыцарском оружии, на рыцарском замке. Гербы вскоре заполнили весь мир. И чтобы не свихнуться в этом символическом буйстве, пришлось принять геральдические правила и ограничения. Геральдика регламентирует все – геометрию, образы и даже цвет фрагментов герба. Все имеет смысл и значение. Вот, например, как трактуются цвета:

красный символизирует юность и красоту, богатство, здоровье, войну; синий символизирует возвышение, бессмертие; зеленый – это цвет жизни, радости, согласия и природы; желтый – цвет солнца, разума и проницательности; чистый желтый цвет означает истину; бледно-желтый символизирует гордость и предательство; черный – нетленный, прочный, надежный и печальный; белый – цвет чистоты и святости; коричневый – благородный цвет плодородной земли.

Символ не следует путать со знаком. Знак, как учил еще Спиноза, – это всегда эффект. Он может иметь множество смыслов. В эссе «Спиноза и три этики» Жиль Делёз описывает знак как то, чему присущи ассоциативность, изменчивость и неоднозначность. Он пишет:

«Знак не обозначает и не значит, он показывает...
Знаки не имеют прямого референта в виде вещей...
Знаки отсылают к знакам... Знаки – это эффекты:
эффект одного тела на другом...»

Знак – это чистая потенция связи между телами. Но если связь состоялась, если сцепление произошло, то знак исчезает, возникает символ.

Символ есть опознавательный знак, встроенный в систему опознавательных знаков. Символ содержит не только означающее и означаемое, но еще ядро – сердцевину символа – логическую нить, которая соединяет символ со всей символи-

ческой структурой. Падающая звезда – это знак, а иероглиф – это символ. Знак производится в процессе выделения или отделения – означивания. Символ формируется в процессе обратном, в процессе связывания идеи с системой идей.

ЗНАК, ВСТРОЕННЫЙ В СТРУКТУРУ СИМВОЛИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ, ЕСТЬ СИМВОЛ.

При этом в самой сердцевине выбора опознавательного знака притаилось нечто чувственное, персональное – то, на основании чего один предмет предпочитают другому. Из этого чувственного начала вырос средневековый символизм. Наше понимание символа сформировалось в Средние века, и оно отличается от греческого тем, что выражает эмоциональное восприятие мира. Благодаря чувственной природе символическая идея обретает высокую проникающую способность. Она становится легко узнаваемой и доступной. Идея включается в символический обмен сразу на двух регистрах: рациональном и чувственном. Эмоциональное воздействие переводит человека в особое восприимчивое состояние. Роджер Бэкон учил строить проповедь

«на эмоциональной риторике, ей же в свою очередь пусть помогают и жесты, и мимика, и даже музыка и искусство жонглера».

Символ способен выразить идею одновременно в рациональном и чувственном формате благодаря тому, что сам символ многослоен. Его структуру в первом приближении можно представить так: внешняя оболочка символа – это

статусный знак, указывающий всему свое место (1); центральный слой символа – это нормативные правила, придающие знаку определенный смысл (2); сердцевина символа – это узел знаков и смыслов в символической сети (3).

Символ состоит из означающего (signifiant) и означаемого (signife), связанных нормативными правилами. Нормативное правило представляет собой соглашение о приписывании чему-либо (означающему) какого-либо определенного смысла (означаемого).

Символ – связующее звено

Еще в доисторические времена символу был придан сакральный статус. В Древнем Египте существовала особая должность – пастофор – хранитель священных символов. А в Древнем Китае хранителем символов называли самого императора. По учению Пифагора, символ есть связующее звено между божественным миром и миром людей.

Божественный мир «потаен» и прямому наблюдению недоступен. При этом достоверно известно, что он вечен, недвижим, целокупен, бесчащен и прекрасен. Мирское, напротив, состоит из всего, что то есть, то нет, – из брэнного, текучего, различного, множественного и переменчивого. Это миры совершенно разные – «иноприродные». И они обнаружили себя еще в архаические времена. На местах древних поселений найдены прикладные ритуальные символические артефакты. Их значение трудно восстановить. Их практическая функция совершенно ясна: обеспечить продолжительную непрерывность в мире, где все прерывисто. Символический предмет – это такой предмет, который, словами Мераба Мамардашвили, позволяет

«в следующий момент времени быть тем, что ты есть до него, и думать мысли, являющиеся продолжением предшествующих мыслей».

С самого начала символ выполнял роль связующего звена.

Греки, эти великие интерпретаторы, установили, что сущность вещей и явлений – вне вещей и вне явлений. Пифагорейцы открыли то, что оба мира соединяют между собой символы. Носителем символов могут быть жест, звук, вещь и даже мысль. Как минимум, символ необходимо помыслить. Гераклит учил, что помыслы реальны.

Традиционно в древнегреческой философии выделяют три магистральные линии: бытие (Парменид), становление (Гераклит) и гармония (Пифагор). Первая линия тяготеет к вещественному, вторая – к динамическому и третья – к символическому.

В действительности все три линии сводятся к одному и тому же: бытие есть то, что требует понимания, и только в проблеске понимания бытие становится таким, каково оно есть. В этом суть «греческой идеи». Ее выразителем и оформителем стал Платон. Он сравнил мир с пещерой, на стенах которой мелькают тени – отражения совершенных образов (эйдосов), существующих в идеальном, высшем, умопостижимом мире. То, что видимо, – заблуждение. Мы подходим тем ближе к истине, чем ближе мы к эйдосу. До Платона древнегреческое слово *εἶδος* означало «вид», «облик», «образ». После Платона *эйдос* – вид организации бытия.

Платон, такой же обитатель пещеры, как и все прочие, «припомнил», что видимое есть тень сущего.

Истинно сущее ненаблюдаемо. Наблюдаемое не существует. Ощущения есть тени эйдосов, а идеи есть отпечатки эй-

досов в представлениях людей. Платон оторвал эйдосы от вещей и явлений. Он создал собственно мир эйдосов. Эйдосы, эти умопостигаемые сущности, можно выразить не иначе как геометрически. Отсюда платоновская доктрина, согласно которой Бог есть Геометр.

От Платона к Плотину оформилась традиция, согласно которой чувственно воспринимаемую действительность нужно довести до такой степени прозрачности, чтобы узреть за ней иную трансцендентную реальность – неизменную, вечную и неприкосновенную. Сквозь пестрый камуфляж событий надлежит видеть знаки, за ними – символы, по ним – знамения. Но далее на пути к эйдосу – пробел, просвет, пустота.

Гулять по воде или по радуге – дело обычное для пророков и провидцев, но даже им не под силу ходьба по пустоте.

Остается проложить гать из осмысленных интерпретаций. Такие конструкции состоят из слов. В христианской традиции Слово есть первоэлемент всего сущего. Магическую силу деятельного слова средневековое сознание ставило в ранг высшего христианского принципа. Люди той эпохи молились, заклинали, давали клятвы и обеты с верой в действенную силу слова. В лингвистике есть термин – «перформатизм». *Перформатизм – это высказывание, эквивалентное действию или поступку.* Средневековому уму привычен своего рода «суперперформатизм».

Суперперформатизм присущ и научному языку. Математическое выражение отличается некоторой плотностью и даже вещественностью по сравнению с обычным высказыванием. Мераб Мамардашвили пишет об этом («Классический и неклассический идеалы рациональности»):

«Ясно ведь, например, что у высказывания „ $F = ma$ “ должна быть, условно говоря, какая-то плотность существования, „тело“... [Символическое „ $F = ma$ “] не имеет смысла вне интерпретации состояний приборно-измерительных устройств, работающих в определенном режиме фиксации физических сил... [Информационный символ „ $F = ma$ “] укореняется в структуре сознания, когда в нем вызревает знание того, что уже заранее и все целиком есть, дано в строении действительности...»

Математическая физика есть плотный символический язык, который блокирует проникновение в тело предмета спекулятивных, оторванных от контекста идей. Только то, что согласовано, получает право на доверие.

Когда-то физики ввели понятия виртуальных перемещений и виртуальных частиц. Виртуальные частицы настолько малы, а виртуальные перемещения настолько мимолетны, что их невозможно наблюдать. Остается их воображать. Именно на этом основании понятие виртуальной реальности стало применяться ко всему воображаемому и изображаемому.

Виртуальная частица – это символ взаимного влияния между фрагментами сети. Так, например, электрон рождает и поглощает виртуальные фотоны. Появление любой виртуальной частицы нарушает закон сохранения энергии. В момент исчезновения (поглощения) виртуальной частицы баланс энергий восстанавливается. Важно, чтобы процесс испускания и поглощения виртуальных частиц длился достаточно малое время. Настолько малое, чтобы «нарушение» закона сохранения энергии укладывалось в рамки соотношения неопределенности. Или, наоборот, для осуществления обратного действия нужно некоторое время, в течение которого система находится в состоянии неопределенности. В этом состоянии «клик» производит «отклик на клик», формируется устойчивая петля обратного влияния, формируются атомы, молекулы и все прочее, вплоть до сознания.

Петли влияния не материальны, но и не фиктивны. Они действительны и эффективны. Устойчивые петли влияния формируются между узлами символической сети, которые они сами же и фиксируют. Символические узлы реальны при том, что они не вытекают из законов физики. Символические узлы реальны, поскольку они никогда не конфликтуют с законами физики. Мамардашвили вводит понятие «третьих вещей». В архивной рукописи «Основы физики и мес то в них явлений жизни и эволюции» он дает такое разъяснение этого термина:

«Третьими вещами я называю вещи физического

мира, которые и не идеальные ментальные содержания („сущности“), и не чисто телесные».

«Третьи вещи» есть своего рода «переносчики влияния» между отражениями, рефлексиями, сознанием и физической реальностью. В другой своей работе («Классический и неклассический идеалы рациональности») Мамардашвили поясняет:

«Третьи вещи – не идеальные рассудочные сущности, законы, и не физические тела, а нечто третье, которое в себе содержит вещественность действия (или предметность действия), независимого от нашего сознания и им не контролируемого. Мы волей или сознанием не можем имитировать или производить эти действия, они должны этим предметом в нас произвестись. И эти „третьи вещи“ не вытекают из законов физики».

Между физической действительностью и действительностью сознания «зависают» символические петли взаимного влияния. Они, уплотняясь, создают нечто настолько реальное, что оно уже отчасти и вещественное.

Символическая петля

Итак, символы – суть «третьи» вещи, которые наряду с элементами вещества и квантами действия формируют узлы сетевой суперструктуры, в которой вещи превращаются в действия либо в символы, и наоборот. Связность вещей, действий и символов обеспечивают петли обратного влияния.

Петли влияния не материальны. Они – призрачны. Они невидимы и неосязаемы. О них можно судить только по эффектам, которые они производят. Петли обратного влияния формируются самопроизвольно или преднамеренно. В любом случае их становление предполагает

СОБЛАЗН, СТИМУЛЯЦИЮ и СИНХРОНИЗАЦИЮ

Цветок, распускаясь, захватывает внимание шмеля (соблазн). Обнаружив нектар в центре цветка, шмель возвращается к цветку снова и снова (стимуляция). В свою очередь, перелетая с цветка на цветок, шмель опыляет цветы (синхронизация).

Характерные признаки цветка – его форма и цвет – отпечатываются в мозгу шмеля. Теперь это – символ. Он служит для навигации полета шмеля. Цветов может быть много. Символ цветка – один. Шмель и символ цветка теперь представляют единое целое. Между *шмелем с символом цветка*

в голове и цветами на поляне завязывается петля обратного влияния «цветы-шмель-цветы». Это гибкая и адаптивная петля, которая приспособливается к любым случайным переменам. Устойчивые петли обратного влияния формируются по случаю, но не как попало.

Случай выполняет роль клейкого вещества, которое при склеивании выдавливает и отторгает все лишнее.

Такой формат поведения описал Барнсли в теории суперфракталов. Его идея проста. Пусть есть набор ячеек для записи результатов и пусть есть набор не связанных друг с другом алгоритмов. Каждый раз результат вычислений попадает в ячейку, выбранную по случаю. Выбор по случаю может быть вероятностным или совершенно случайным. Всякий раз для расчета результата применяется алгоритм, выбранный так же, по случаю, из набора алгоритмов. В результате появляются причудливые, непредсказуемые, но предопределенные формы – суперфракталы. Каждый суперфрактал соответствует своему набору ячеек, своему набору алгоритмов и своим вероятностным правилам. Ясно, что если у нас есть бесконечное число ячеек и алгоритмов, то система ведет себя в полной мере хаотически. Но между строго детерминированным алгоритмом и «диким» хаосом есть обширная область, в которой петли обратного влияния возникают по случаю, но не как попало.

Петли влияния чувствительны в равной мере к физиче-

скому и символическому состоянию реальности. Если физические состояния изменяются от предшествующего к последующему, то символические состояния, как бы наоборот, берут начало из цели так, что предшествующее определяет последующим. Такое представление отсылает к «Физике» Аристотеля (VIII, 7, 261a):

«Возникающее незавершенно и движется к своему началу, так что позднейшее по возникновению первое по природе».

В Средние века этот принцип называли *causa finalis*. В XVII веке Лейбниц вполне сознательно вводил допущение о «предустановленной гармонии». При любых произвольно выбранных начальных условиях существует «предустановленная гармония» между поведением отдельных частей системы и поведением системы в целом.

В русле парадигмы Аристотеля появились понятия «мировая душа», «самодвижущее начало», «внутренняя динамика природы» у неоплатоников; *elan vital* («жизненный порыв») у Спинозы, Шеллинга, Бергсона; «невидимая рука» у Адама Смита; «эквифинальность» у Людвиг фон Бергланфи; «точка Омега» у Пьера Тейяра де Шардена:

«Безмерные поверхности пространства-времени, двигаясь в соответствующем направлении, должны снова сомкнуться где-то впереди в одном пункте, назовем его омегой, который и сольет и полностью их поглотит в себе».

Все это об одном. Наряду с причиной пред-данной, событие имеет причину пост-данную. Крылатую латинскую фразу *post hoc ergo propter hoc* («после этого, значит, по причине этого») можно перефразировать так: *«По причине этого, следовательно, до этого»*.

Эдмунд Гуссерль говорил о «протекциях» – о нитях, тянущихся из будущего, а его ученик Мартин Хайдеггер – о том, что

«собственная временность временит себя из собственного будущего, именно она будит настоящее».

Там же, в работе «Время и бытие», Хайдеггер пишет:

«Изначально раннее показывает себя человеку лишь в последнюю очередь, но самое сущностное по размаху своей власти остается тем, что предшествует всему: самым ранним».

Будущее притягивает, «временит» настоящее. Настоящее чревато будущим – сегодня становится через завтра. То, что будет потом, есть причина случившемуся прежде. Предвестники – будь то голубь или радуга, будь то пророк или провидец, будь то холод или зной – они не предвещают, но являют собой будущее.

Между прошлым и будущим формируется сеть событий. Это гибкая, нелинейная и маневренная сеть приспособления к окружающей среде. Она очень чувствительна и реагирует на самое слабое влияние. Она часто поддается тому или ино-

му влиянию по случаю, но не как попало. В сети все связано.

ПОВЕДЕНИЕ В СЕТИ

**ПРЕДРАСПОЛОЖЕННО,
НЕПРЕДСКАЗУЕМО,
НО ПРЕДНАМЕРЕНО.**

Современная физика вплотную подошла к этой мистической черте. Хайдеггер заметил, что физическая наука не просто описывает, но устанавливает действительное, не столько применяет приборы для установления фактов о природе, сколько

«в качестве чистой теории наука заставляет природу представлять себя как расчетно предсказуемую систему сил».

Это замечание имеет прямое отношение к квантовой механике. Так, электрон в атоме может выбрать то или иное состояние, ту или иную орбиту, когда он «решит» изменить свое текущее положение. Но это решение электрон принимает в зависимости от внешнего окружения. Нильс Бор писал:

«Урок, полученный в результате анализа измерений в квантовой теории, состоит в необходимости принимать во внимание всю экспериментальную установку. Любая интерпретация квантово-механического формализма подразумевает фиксацию внешних условий».

Такая интерпретация означает следующее:

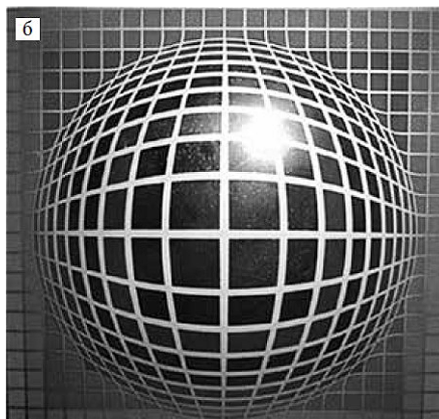
По случаю, в «интервале неопределенности» воз-

никают все возможные варианты взаимодействий, но реализуются только те, которые согласованы со структурой физического эксперимента.

Наконец становится различимым то, что не бросается в глаза, хотя и лежит на виду. Сфера сознания, расширяясь, захватила самого сознающего. Наблюдатель в момент наблюдения изменяет наблюдаемое. Физики ощущают потребность описать влияние структуры эксперимента (пространственная организация и последовательность операций) на структуру объекта исследований. Но все попытки сделать это упираются в «мягкую стену» неопределенности. Эксперимент отражает подстроившуюся под эксперимент реальность. В процессе эксперимента реальность маневрирует. Эффект реактивно изменяющейся, подлаживающей себя под эксперимент реальности выходит из тени. Результат физического эксперимента отражает ожидания экспериментатора, которые встроены в структуру и технику проведения эксперимента. Точно так же результат биржевых операций формируется ожиданиями биржевых игроков. Эффекты обратного влияния и петли обратных связей оказываются в центре внимания. Изменяются представления о символе.

Символ предстает как некое элементарное связующее звено, в котором означаемое (фрагмент физической действительности) и означающее (фрагмент действительности сознания) связаны между собой устойчивой петлей обратного влияния.

Рене Декарт своим знаменитым афоризмом – «*cogito ergo sum*» – выразил самую суть процесса существования: существую, значит, рефлексирую. Рефлексия сознания создает представление о мире, которое порождает осознанное действие, в результате которого изменяются либо представления о мире, либо сам мир.



Вихрь, вложенный в вихрь – продолжение вихря: а) рисунок из трактата Рене Декарта «Начала философии»; б) картина Виктора Вазарели «Вега».

Хайдеггер интерпретирует реальность по Декарту как «представленность представленного внутри представляющего себя представления». Сам Декарт представляет реальность как непрерывное свертывание себя в себе, на себя. Это свертывание Декарт иллюстрирует геометрически. вихрь, вложенный в вихрь – продолжение вихря. В «Началах философии» он пишет:

«Так, можно полагать, что Бог разделил всю материю, заключенную в пространстве, на огромное число мелких частей, движимых им не только каждая вокруг собственного средоточия, но и все вместе вокруг центра... частицы образовали таким путем столько вихрей, сколько ныне существует в мире светил. Впредь я буду употреблять слово „вихрь“ для обозначения всей материи, вращающейся таким образом вокруг каждого из подобных центров».

Если весь мир непрерывно свертывается, то уж, во всяком случае, должны быть и оси, относительно которых все вертится. Нечто неизменное. Это может быть образ, пароль, постоянная величина или закон. Словом, символ. Все течет, все изменяется. Но только не символы. Символы появляются и исчезают. Пока символ есть, он таков, каков он есть. И еще. Символ не существует сам по себе. Символ есть фрагмент в сети символов. Если изменяется один символ, то тут же и сразу изменяется вся сеть.

Символ в сети всегда обособлен и отчетливо различим.

Делёз в «Различии и повторении» заметил:

«Различное, вне зависимости от степени различия, подлежит обмену».

Как только возникает символ, появляется символический обмен. В процессе символического обмена формируется сеть петель влияния, в которой организация вещей и явлений, будучи отражением символической структуры, производит символические явления и символические вещи, которые изменяют символическую структуру.

Так, например, деньги, произведенные из реальной потребности, изменяют реальные потребности. С появлением денежных знаков человек оказался захвачен новой петлей отношений, в которой он существует, пока покупает. Перефразируя Декарта, можно сказать так:

**Я ПОКУПАЮ,
СЛЕДОВАТЕЛЬНО,
Я СУЩЕСТВУЮ.**

Философы ввели представление о «производящих произведениях». Речь идет о предметных образованиях, которые сами являются произведениями, но, в свою очередь, еще и производят произведения своего ряда. «Производящее произведение», едва будучи завершено, создает вокруг себя диффузию восприятий, впечатлений, толкований, которые стимулируют произведение новых произведений.

**# «ПРОИЗВОДЯЩЕЕ ПРОИЗВЕДЕНИЕ» – ЭТО
ОДНОВРЕМЕННО**

**и ПРЕДМЕТ,
и ПРОЦЕСС,
и СИМВОЛ.**

Они связывают то, что было, с тем, что будет, и тем самым формируют тренд. Словами Мамардашвили,

«Без производящих произведений, если бы мы просто естественным образом смотрели на мир даже какими угодно проницательными и умными глазами, был бы хаос».

«Производящие произведения» производятся вслепую. Для реального производителя это означает планирование работы в условиях не просто непредсказуемых, но таких, при которых нет никакого пред-данного верного решения. Есть многократное «запрашивание» решения методом проб и ошибок. Неопределенность – вот то обстоятельство, в про свете которого возникают конструирующие реальность петли обратного влияния.

РЕАЛЬНОСТЬ НЕОТДЕЛИМА ОТ ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА РЕАЛЬНОСТИ, КОТОРЫЙ, В СВОЮ ОЧЕРЕДЬ, ИМЕЕТ ТОЧКУ ОПОРЫ В РЕАЛЬНОСТИ.

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.