

„Результаты надо упрямить,
а не считать их“ (Луций Анней Сенека).

„Если вы читаете это, значить это
предупреждение именно для Вас.
Каждое слово, которое вы прочитаете,
бессмысленно – вы просто тратите
напрасно очередную частичку своей
жизни. <...> Немедленно отправляйтесь
на улицу <...>. Покажите, что вы
живы. Если вы не начнете дейст-
вовать, то так и проживете свою
ничемную жизнь. Я вас предупреждаю...“

Чак Паланик „Бойцовский
клуб“

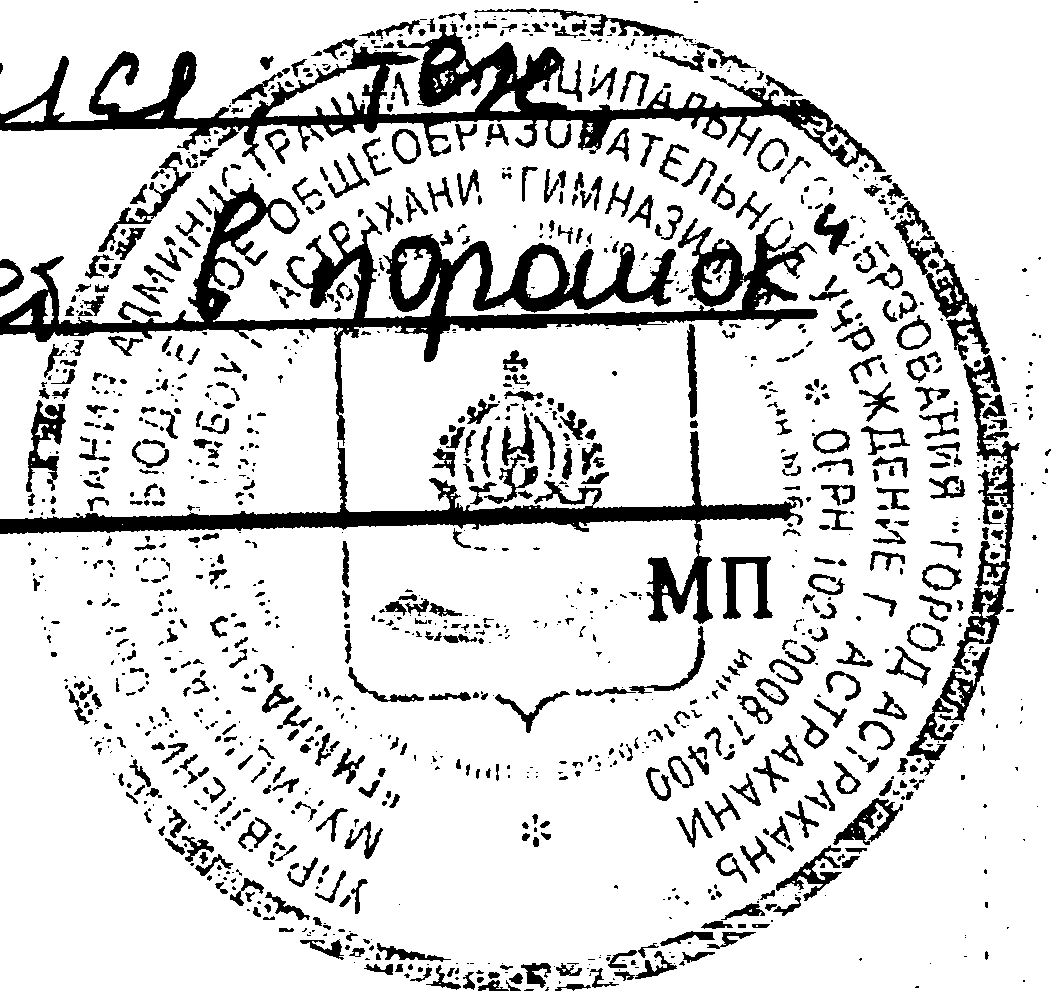
XXI век – век господства капитализма. По своей
сущности, капитализм – это рабская система, в жертву
которой принесено все, в том числе и душа человека.
Её девиз: „делаю деньги любыми способами“. Придти,
стремление к власти, самоутверждение с помощью
денег, и власти которую они дают – цели, навязанные
капиталистическим обществом. Одни беспрерывно
производят, а другие инстинктивно, словно животные,
потребляют и потребляются. „Производи-потребляй-
производи-потребляй“ – рутинная, в которой
человек будет равнодушно выдрочен из общества.
Всю внешнюю ситуацию можно выразить в
следующих пунктах: 1) Мы – продукты общественного
потребления 2) Наша культура заменена на много
миллиардные бренды, шаблоны, а наша личность



лишь навязанные стереотипы общества. 3) Деньги — важнейший атрибут общества, все механизмы которого построены именно на них. 4) Потребности человека, как пузырь, раздуваются, однако рано или поздно прорывается там, что они лежат. 5) Люди, ежедневно ходят на ненужную работу, чтобы обустроить свою квартиру, покупают ненужные вещи и заказывают мебель по каталогу «ИКЕА»: ты покупаешь мебель, ты уверяешь сам себе, что это — первая и последняя софа, которую ты покупаешь в жизни. Купив её, <...> решается посудный вопрос. Постельный вопрос, ты покупаешь шторы, которые тебе устраивают, и подходящий ковер. И вот ты стал маленьким своим уютным мужиком, и вещи, которыми которыми ты некогда был, становишься твоими хозяевами. Я думаю, в данном описании многие увидят знакомый для себя стиль жизни.

Из этого следует, что все мы так или иначе зависим от денег. Ведь именно они являются средством для удовлетворения наших потребностей или, грубо говоря, покупки «истинного счастья», понятие о котором мы формируем из просмотра рекламы.

Вообще понятие рекламы заслуживает отдельного внимания. Всё сущность рекламы можно рассмотреть на примере книги Фредерика Жейдедера «99 Франков». Главная идея произведения — современный рекламный мир, который ополчился и обесчеловечился. Кто делает рекламу, этот бизнес «перетирает»



и лишает человеческие чувства, нравственности и достоинства; тем, для кого делается реклама, бизнес вообще не считает за людей, ведь это лишь "потребительская масса". Сюжет книги прост: герой разочаровывается в своей работе, а именно в рекламной сфере, и хочет порвать с ней, одновременно пытается понять и изменить систему в лучшую сторону, он попадает в круговорот событий, в конце меняет точку зрения, одно из навыков — предложение поста начальника. Однако герой приходит к неутешительному выводу: "И я сказал себе: может, приняв эту должность, ты хоть что-нибудь изменишь в нашем потасованном мире. Но я глубоко задумался: власть никогда не отдаст тем, кто способен ее восстановить".

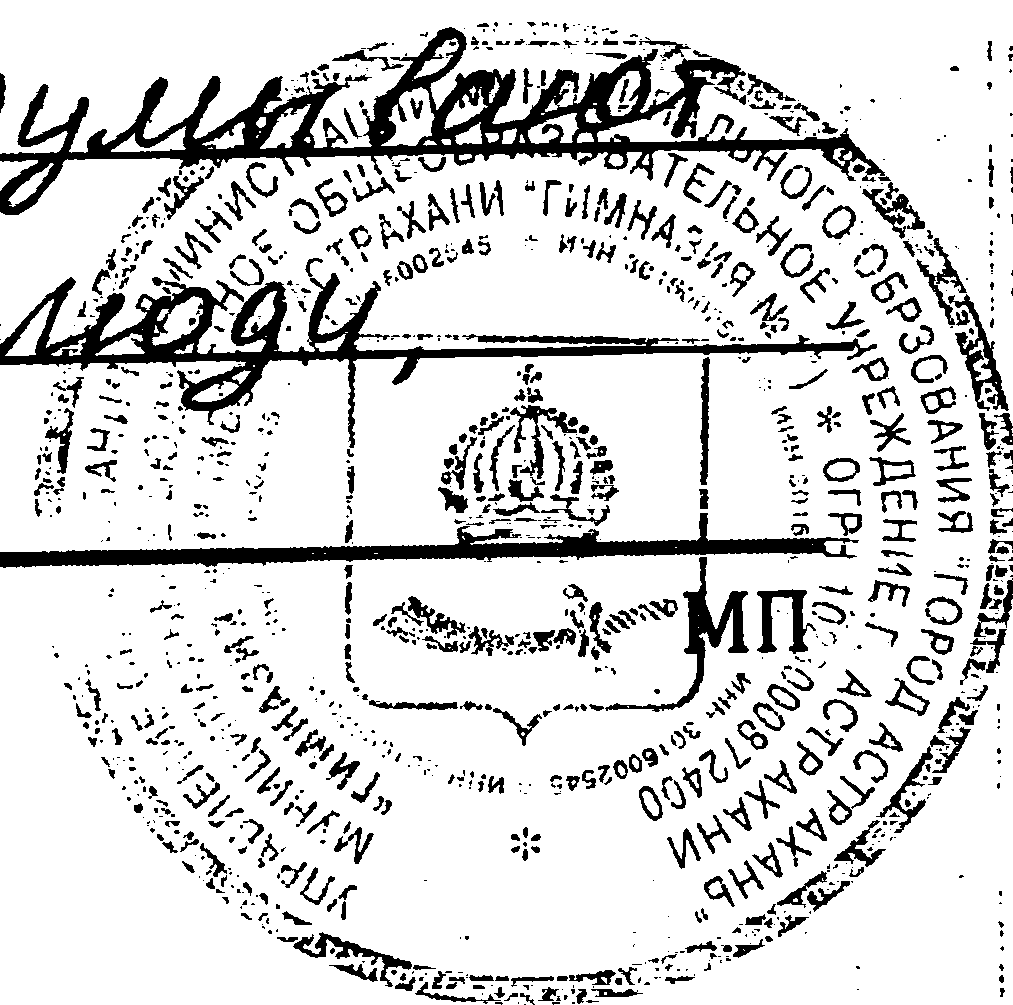
В книге затронут ряд проблем. Во-первых, рекламный бизнес требует полной самоотдачи от человека, который им занимается. Фричел, от такой работы человек не развивается физически, духовно, а наоборот — деградирует, становится бездушным, утилитарным. Чтобы заполнить пустоту, появляющуюся после рабочего трудового дня, люди вынуждены прибегать к разврату, страшным модям, алкоголю, наркотикам. Во-вторых, реклама разрушает нормальный мир человека, превращая его в бездушную машину для потребления товаров. Люди перестают жить и думать свободно, а начинают мыслить брендами, лейблами и шаблонными словами.



В попытке ухватиться за постоянно ускользающий идеал «счастья», человек чувствует себя еще более напуганным. В-третьих, рекламный бизнес разрушает отношения между людьми. Они превращаются в карьеристов, для которых моды легко переходят из разряда друзей во врагов и обратно, поэтому они не способны на искреннюю дружбу и сочувствие. Другими словами, маркетологи — это люди, управляющие обществом и навязывающие стандарты потребителям, ради единственной цели — получить прибыль.

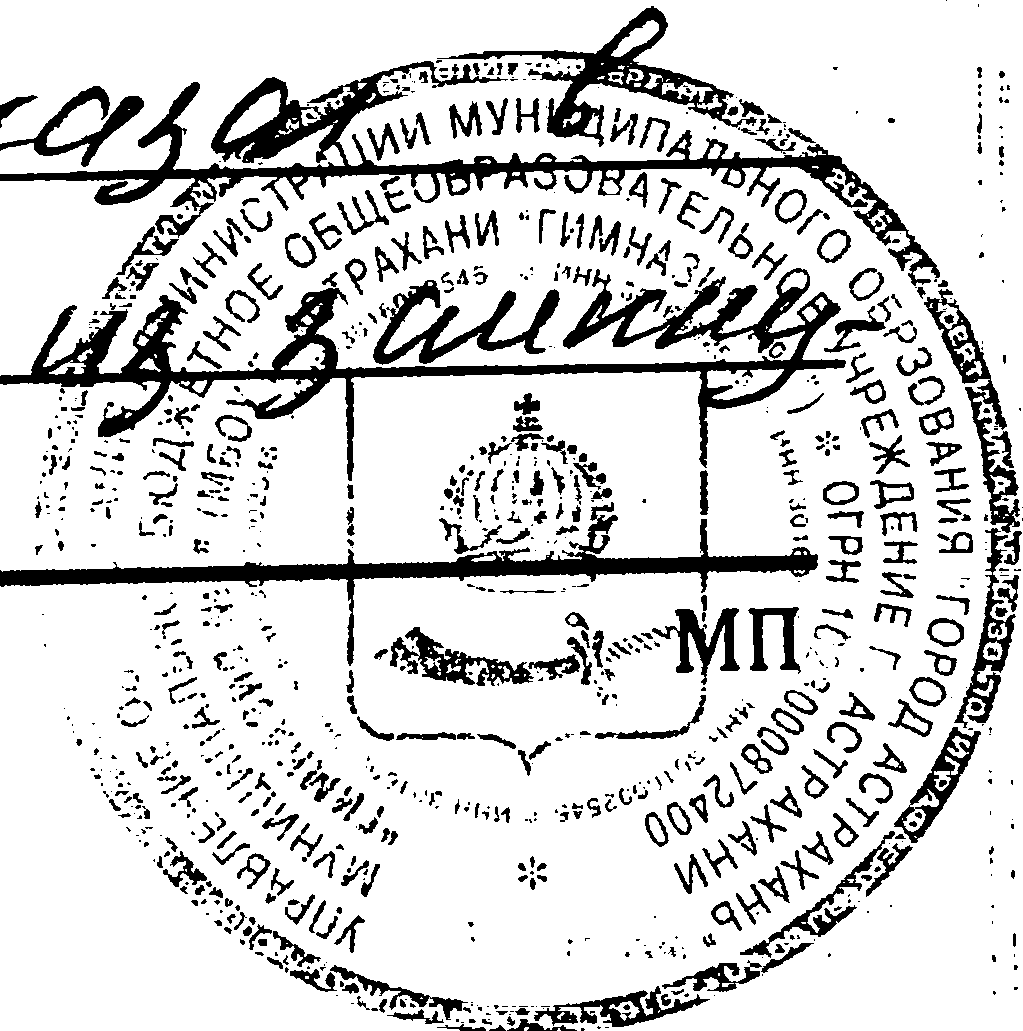
Теперь рассмотрим ситуацию с другой стороны, а именно потребительской. В данном анализе мне поможет книга Чака Талаша, «Бойцовский клуб». Ее сюжет основан на сопротивлении героя (его имя на протяжении всего романа остается неизвестным) растущему дискомфорту от общества потребления и изменению идеала мужественности в американской культуре. В попытке подорвать это он создает подпольный клуб как радикальную форму психотерапии. Рассказчик является настолько потерпевшим в современной жизни, что он создает непостижимое — это, чье имя Тайлер Дерден, имеющий мужество действовать вне его бессознательные желаний и обещаяющий избавление от его состояния анонимности.

Идея саморазрушения пронизывает весь роман. Воплощая ее, Тайлер и Рассказчик придумывают бойцовский клуб — место, где одиозные люди,



ежедневно трудящиеся на нелюбимой работе, могут показать всем, на что они способны, где они могут быть чем-то больше, чем просто маленьким винтиком в огромном механизме. Постепенно у героев появляется идея создания манга "Проекта Разгром", который мог бы объединить людей, работающих в сфере услуг. Они хотят разрушить этот мир, потому что люди в нем не живут в подлинном смысле слова, а существуют просто по инерции. Тэйлер так описывал современное общество и его потребности: "На фоне нашего поколения не осталось великой войны или великой депрессии, поэтому мы должны сами объявить войну, и война эта будет духовной. Мы нападём революцией, направленной против культуры. Наша великая депрессия - это наше существование. Это депрессия духа. Мы должны научить людей свободе, поработив их, и показать им, что такое мужество, испугав их."

Развязка романа неординарна: манга уничтожена, а герой понимает, что камера никогда не существовала, а он лишь часть его сознания, которая начала жить самостоятельной жизнью. Пытается издать себя, Рассказчик решает покончить жизнь самоубийством, однако это не удаётся, потому что он попадает в руки властей и оказывается в психиатрической клинике. Автор показывает в своём романе попытку героя выйти из замкнутого



того мира — системы вещей, в которой он существует.
 В то же время: издалека от одной системы,
 другой создаёт новую.

Иногда из приведённых мной двух примеров
 следует, что как бы производители товаров и их по-
 требители не могли бегать от капитализма, где все
 механизмы основаны на деньгах и товаре, они
 приходят к выводу, что капитализм создаёт свои

А кажется, что на данном этапе разви-
 тия, люди не справятся с массовым и инди-
 видуальным производством, потому что, прежде
 всего, это порождает ответственность, с которой че-
 ловек не справится не сможет. Безусловно, соци-
 алистическое общество, где царствует равенство, люди
 добровольно работают, а следовательно отсутствуют
 сами деньги, подлость ради каприза — невозможно,
 люди приближены к пустой трате своего времени на
 бесполезное потребление и поиски счастья в мате-
 риальных делах и развлечениях, в итоге, кто мы та-
 кие? Мы просто потребители, одержимые внеш-
 ней стимуляцией, присутствием. Восток, восток на-
 шине — все это нас не волнует. А восток нас: знаме-
 нитости и скандалы, телеуор, где 500 каналов и
 чье имя на дурке трусов? Возможно, я слишком
 интуитивна в своем выводе и капиталистичес-
 кая система не так уж обратившая, просто необхо-
 димо дать время обществу на осознание, ^{что} люди
 не должны править деньгами, а люди, которые про-
 возглашают господство духовных ценностей
 материальными.

