

УДК 821.111.1-1.09

І. В. Богданова,*к. філол. н., доцент Черкаського
національного університету імені Б. Хмельницького***ОБРАЗ СУСПІЛЬСТВА СПОЖИВАЦТВА
В РОМАНІ Ч. ПАЛАНІКА «БІЙЦІВСЬКИЙ КЛУБ»**

Статтю присвячено дослідженню образу суспільства споживацтва в романі Ч. Паланіка «Бійцівський клуб». На матеріалі роману проаналізовано спосіб життя та мораль суспільства, основні цінності якого визначаються гонитвою за матеріальним комфортом та статусом.

Ключові слова: *Ж. Бодріяр, суспільство споживацтва, консюмеризм, симулякр, знеособлення особистості.*

Актуальність дослідження. Роман Ч. Паланіка «Бійцівський клуб» вважається одним із культових у сучасній читацької аудиторії молодого та середнього віку. Причина такої популярності криється в актуальних проблемах, що порушуються письменником. Світоглядна та духовна криза, яку переживає сучасне суспільство, заперечення соціальних моделей, вартих наслідування, знецінення традиційних морально-етичних норм зумовлюють інтерес до роману упродовж останніх десятиліть. Формування споживацького суспільства, суспільства консюмеризму, з притаманною йому особливою філософією та етикою знаходить відгук в сучасній культурі та літературі, де звучить протест проти нової системи суспільних цінностей. Такі талановиті письменники, як У. Берроуз, Д. Коупленд, Ч. Паланік репрезентують так звану трансгресивну, чи контркультурну літературу, що стає об'єктом активного вивчення в останні десятиліття.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню різних аспектів творчості Ч. Паланіка у вітчизняному та зарубіжному літературознавстві присвячено роботи Л. О. Гречухи, К. Ю. Ігнатова, А. І. Жолудь, Є. Г. Сергієвич, В. Б. Шаміної, К. Е. Шарофутдінової, Є. Р. Чемезової та ін.

Мета статті – аналіз образу суспільства споживацтва в романі Ч. Паланіка «Бійцівський клуб».

Виклад основного матеріалу. Післявоєнне західне суспільство у другій половині ХХ ст. формувалося як суспільство загального процвітання та достатку. Однак поступово споживання як невід'ємна складова життєдіяльності людини стало набирати форм, загрозливих для людини, її духовних цінностей, а також усього суспільства. Поняття *споживацтва* (відмінне від *споживання* як нейтрального терміну), синонімом якого виступає запозичене слово *консюмеризм*, позначає особливу «ідеологію, яка ставить рівень особистого щастя у пряму залежність від рівня споживання» [6].

За словами Ж. Бодріяра, «люди у суспільстві достатку оточені не стільки людьми, як це було у попередні часи, скільки об'єктами споживання» [1, с. 5]. У сучасному суспільстві, як підкреслює філософ, споживаються не речі, а знаки

цих речей, за допомоги яких людина вбудовується в суспільну ієрархію; цінність самих знаків визначається ЗМІ, рекламою, певними суспільними інститутами. Знаки, які позначають речі, втрачають зв'язок із самою річчю і перетворюються на симулякр – копію того, що не існує. Сучасна людина живе «в полоні симуляцій», а «...дубляж реальності та імітація займають пануюче становище у сучасних суспільствах» [2, с. 22]. Як результат формується, за визначенням Г. Маркузе, «одномірна людина», для якої товар як знак, як ідея витісняє всі інші, у тому числі духовні цінності.

Знаки визначають престиж товарів та відношень, у які вступають споживачі. Товари тиражуються через серійне виробництво, знаходять своє місце у житті кожного, хто бере участь у гонитві за престижем, і нівелюють особистість своєю обов'язковістю.

Тематика та проблематика роману Ч. Паланіка «Бійцівський клуб» визначаються тривогою митця за долю сучасного суспільства, в якому відбувається девальвація гуманістичних цінностей. Протест проти гонитви за матеріальними здобутками і статусом та – як наслідок – неособлення особистості, втрата нею духовності визначає ідейний зміст твору. Одним із головних образів роману є образ самого споживацького суспільства.

Як справедливо зазначає Є. Г. Сергієвич, роман відтворює «тип сучасного соціального облаштування, де людям промивають мозок ідеєю, що головне у їхньому житті – це не моральні та етичні постулати, а різного роду товари, матеріальні речі, яких вони насправді не потребують» [5, с. 78].

«Ми переживаємо час речей», наголошує Ж. Бодріяр у своїй відомій праці [1, с. 5], підкреслюючи при цьому, що річ набуває універсальної цінності, а особистість її втрачає. Символи і знаки масової культури, зокрема назви відомих брендових товарів, імена дизайнерів тощо в романі «Бійцівський клуб» є результатом відтворення автором знакового коду споживацького суспільства, що відображений у масовій свідомості. Довгий час, до власного «прозріння»-божевілля герой почувався частиною споживацького суспільства, мав «квартиру на п'ятнадцятому поверсі висотки, схожої на картотечну шафу» [4, с. 14], що її обставляв відповідно до нав'язаних «рекламними брошурами» речами: меблями відомих виробників (кавові столики «Njugunda», що «мають форму інь та янь і складаються в коло», м'який куточок «Naraganda» «із помаранчевими покривалами – дизайн Еріки Пеккарі»), посудом («набір тарілок зеленого скла ручної роботи») – символ сучасності та достатку), постільною білизною і т. д. і т. п. Як слушно зауважує Н. М. Зленко, у сучасному суспільстві «не існує «самостійного» споживача, його вибір того або іншого продукту диктується самою структурою «суспільства споживання»» [3, с. 78].

У зображенні атрибутів статку та затишку сумлінного споживача автор використовує прийом перерахування речей домашнього вжитку, що супроводжуються назвами відомих брендів: «набір ножиб «Alle», настінний годинник «Vild» «із гальванізованої сталі, як же без нього», «полиці «Klipsk», звісно» [4, с. 16]. Герой перелічує речі, на придбання яких він «все життя поклав», і цей перелік наслідує стиль рекламних буклетів та брошур: «Клантикові ковдри... дизайну Томаса Гарілли, в наявності такі кольори: «Орхідея».

«Фуксія». «Кобальт». «Ебоніт». «Гагат» тощо. Або: «столики «Kalix» із текстурованою лакованою поверхнею, за якою легко доглядати» [4, с. 16].

Меблеві каталоги ІКЕА, «крісла «Johanneshov» у зелену смужку», «однакові лампи «Rislampa-Nag» з абажурами з дроту та екологічно чистого невідбіленого паперу» наповнюють житла пересічних споживачів, що женуться за брендовими та трендовими символами успішного й комфортного існування, уніфікуючи та знеособлюючи їх.

Одним із символів сучасного суспільства, що переживає кризу перевиробництва, у романі стають звалища автомобілів, медичних відходів тощо, результат переробки матеріалів та тіл (мило). «Планета залізяк» пропонує автомобілі по 98 доларів: «*Ось вам і США*» [4, с. 36] – країна використаних речей і спустошених нещасливих людей. Автор розвінчує міф про «американську мрію», змальовуючи образи приречених на самотність людей, що прагнуть у розвагах шукати щастя, а проте вже за життя перестають жити, оскільки їх існування втрачає сенс. Як наголошує герой, кожен може отримати ілюзію щастя у клубах «*після пари келишків*», відчути себе «пупом землі», «але насправді він повністю відрізаний від світу. Ти труп у класичному англійському детективі» [4, с. 37].

Технології суспільства споживання розраховані на формування особливої психології споживача, що має слідувати за новинками, модою (на стилі, бренди, кольори, фактуру речей тощо), і все починати знову... Окремо слід звертати увагу на колекції речей, які має збирати сумлінний споживач, аби у нього з'явився сенс у житті і аби він не випав із числа витрачальників коштів. Герой «*зібрав цілі полиці сортів гірчиці, від камінно-твердої до традиційної англійської*», у нього було «*чотирнадцять видів*» *знежирених салатних заправок і сім сортів каперсів*» [4, с. 17].

Бездумне виробництво товарів для вжитку запускає «конвеєри в Тайвані», що штампують «низки Барбі та вібраторів», мільйони ляльок та сексуальних іграшок, зроблених з однакового «м'якого рожевого пластику» [4, с. 24].

Проблема нівелювання духовних цінностей, знеособлення людини означається в романі в різних аспектах. У суспільстві споживачтва тиражуються не лише речі для споживання, а й самі споживачі: «я не був єдиним рабом інстинкту гніздування», зазначає герой, який уособлює покоління сучасних молодих людей, що ведуть позбавлений сенсу спосіб життя: «*Реклама змусила цих людей гнатися за автівками й одягом, яких вони не потребують. Покоління працюють на ненависних їм роботах, щоби придбати те, що насправді їм не потрібно*» [4, с. 65].

Гонитва за новими товарами та послугами, що перетворюється на гонитву за іміджем, неможливо зупинити, людина перетворюється на раба речей: спочатку купуєш меблі, побутову техніку, «правильний набір тарілок», «ідеальне ліжко», гардини, килим» тощо. І нарешті, підсумовує герой, «*речі, якими ти володієш, тепер володіють тобою*» [4, с. 16].

Готель «Regent», де проживає Марла, слугує притулком для приречених на смерть самотніх і знедолених пожилців. Промовиста деталь – запакований у поліетилен матрац («*щоб не зіснули ті мешканці, які приходять померти*») – постає символом суспільства, в якому товар (матрац) має слугувати

багаторазовому використанню і приносити користь, люди ж виступають в ролі взаємозамінної одноразової речі. А померти, як іронізує Марла, «можна і в компанії телевізора» [4, с. 23]. Телевізор і нові технології комунікації витісняють живе людське спілкування: кімната Марли знаходиться у глибині «гамірного коридору», але гамір створюється не за рахунок голосів живих людей чи дітей (Марла взагалі хоче «завагітніти, щоб зробити аборт від Тайлера!»), а «сповнений типовим телевізійним сміхом, що пробивається крізь двері». «Кожні кілька секунд чи то акторка кричить, чи то актори вмирають, захлинаючись криком у гуркоті куль» [4, с. 24]. Ілюзорний симулятивний світ, створений телебаченням, постає заміною звукам реального життя: щастя та радість, увесь спектр переживань сповнюють не реальний світ, де доживають свій вік люди, що опинились на узбіччі життя, а екранну дійсність. Паралельно до образу знедолених самотніх людей виникає образ центру полишених тварин, про який згадає Марла, де живуть такі самі одноразові знедолені створіння – «тесики й кішечки, котрих люди так обоженювали, а потім викинули на вулицю» [4, с. 27]. Гуманізм чи то у ставленні до людини, чи до тварин, не сумісний з етикою суспільства консюмеризму.

Цивілізація, яку змальовує автор, – постхристиянська, зі зруйнованими моральними і сімейними цінностями, позбавлена Бога та батька. З гіркотою герой констатує: «Якщо ти чоловічої статі, християнин і живеш в Америці, твій батько – твоя модель Бога. А якщо ти ніколи не знав свого батька... то що ти маєш думати про Бога» [4, с. 61]. Образ батька головного героя ілюструє ідею серійної сім'ї, що набуває популярності у сучасному суспільстві. За свідченням героя, його батько кожні шість років заводив нову родину в новому місті і щоразу це «не дуже скидалося на повноцінну сім'ю, радше – на створення філії». Офісний образ філії, штучного об'єднання людей за потребами та необхідністю – еквівалент сучасної родини. У романі знаходить відображення ідея знецінення батьківського авторитету в очах молоді, уподобання якої, смаки та життєві орієнтири формуються не старшим поколінням, чие життя вартувало б наслідування, а суспільними чинниками та чужим прикладом. Для головного героя батькові поради здобути освіту, одружитись тощо нічого не важать.

У художньому світі Ч. Паланіка людина – самотня й кинута напризволяще. Образ Великого Боба втілює думку про атомізацію суспільства, розрив родинних зв'язків: чоловік, що страждає на смертельну хворобу, має двох дорослих дітей, які йому навіть на телефонують [4, с. 6].

Ідея формування феномену «натовпу самотніх» втілюється в образі головного героя. Втрата ним ідентичності засвідчується відсутністю імені. Він – уособлення цілого покоління молодих людей, обдурених суспільством та історією. Герой втрачає своє власне Я, ведучи спосіб життя типового споживача. Підсвідомість героя прагне звільнитися від гніту ненависного життя і продукує Тайлера Дердена.

Провідну роль у структурі суспільства споживання, за Ж. Бодріаром, відіграє тіло, яке нещадно експлуатується рекламою, що перетворює його на Капітал та на Фегиш. «Оскільки застаріла ідеологія душі вже не відповідає розвинутій системі споживання, то саме тіло стає головним міфом етики

споживання», слушно зазначає І. Вегеш [2, с. 21]. Тіло витіснило собою душу, стало заміником цієї невизначеної субстанції. Людина перетворилася на рекламний товар у яскравій обгортці з цінником.

Культ тіла, у свою чергу, пов'язаний з індустрією засобів догляду за тілом та «культурою тіла». Мода на тіло вимагає ходити до тренажерних залів та спортзалів, щоб виглядати як «справжні чоловіки, ніби бути чоловіком означає відповідати уявленням скульптора чи дизайнера» [4, с. 19]. Герой переосмислює звичні критерії мужності та справжності, наголошуючи на тому, що критеріями мають стати не зовнішні атрибути, а внутрішній стрижень (правила Бійцівського клубу).

Посилаючись на «старі журнали», де «органи людини розповідають про себе», Розповідач переймає цю манеру, час від часу говорячи від імені того чи іншого органа («Я – Жовчний Міхур Джо», «Я – Рипіння Зубів Джо», «Я – роздуті ніздрі Джо» тощо). Такий прийом дозволяє, з одного боку, передавати емоції та почуття, якими живе герой, з іншого – досягається ефект відчуження: герой уособлений фізіологічним органом і відтак живе не його Я, його душа, а його тіло.

Герой «Бійцівського клубу» описує суспільство як «*світ копії копій*», що нескінченно копіює самого себе («*Ти не можеш ні до чого доторкнутися, і ніщо не торкає тебе*») [4, с. 41]. Симулякр стає уособленням сучасного світу. Символом його є ксерокс, з яким герой працює в офісі. Симулякрами виступають друг і наставник оповідача Тайлер Дерден та подруга Марла. В образі дівчини підкреслюються її повні губи, відсутність у неї зморшок (результат ін'єкцій жиру). Марла – ілюзія привабливості, повних форм, яких у неї насправді немає. Марла може існувати в реальності, а може бути породженням хворої уяви героя, вона – симулякр, ілюзія дівчини, що кохає і яку кохають.

Моральні цінності людини суспільства споживацтва знецінені: герой-споживач не переймається «війною, голодом, насильством», його цікавить телевізор на 500 каналів, життя селебриті та скандали навколо них. Духовність викривлена у суспільстві споживання: розповідаючи про стосунки з Марлою, герой уточнює: «*річ тут не у любові й піклуванні. Річ у належності й власності*» [4, с.2]. Хлоя, яка помирає від мозкових паразитів, скаржиться на те, що ніхто не хоче займатися з нею сексом, вона мріє «*трахнутися наостанок. Ніякої романтики, тільки секс*» [4, с.4].

Людина у суспільстві виконує ті функції, які вимагає від неї система, що формує в споживачеві потреби, мету та цілі життєдіяльності. За визначенням Ж. Бодріяра, сучасне суспільство – це «суспільство навчання споживанню, соціальної дресури у споживанні» [1, с. 111]. Ч. Паланік в романі уподібнює людину космічній мавпочці, що «виконує нескладні завдання, на які тебе тренували» [4, с. 1]; герой почуває себе «*однією з тих космічних тваринок. Песики. Мавпочки. Люди. Виконуєш нескладні завдання. Перемикаєш важіль. Натискаєш кнопку. Ти в цьому нічого не тямши*» [4, с.84]. Нова світоглядна та культурна парадигма кінця століття колишній «вінець творіння», що мав «панувати над морською рибою, і надптаством небесним, і над худобою, і над усею землею» (Книга буття, 26) поміщає в один ряд з «нерозумними» тваринами.

Для характеристики власного життя герой не раз використовує епітет «дрібненький», підкреслюючи нікчемність і абсурдність такого існування: «Я виконую свою маленьку роботу... Дрібненьке життя. Дрібненькі мильця. Дрібненькі сидіння літаків» [4, с. 68]. Автор підкреслює типовість образу головного героя, наполягаючи на тому, що таке життя – звична й буденна річ: «куди б не приїхав, повсюдно дрібненьке життя» [4, с. 10]. Герой-розповідач, що спочатку є сповна успішним, насправді страждає від способу життя, яким живе: «Я ненавидів своє життя. Я втомився і змудився зі своєю роботою і меблями, і я не бачив, як ці речі можна змінити... Я почувався в пастці... Я багнув виходу зі свого дрібненького життя» [4, с.76].

Життя сучасної людини потрапляє в пастку споживацтва і підпорядковується вимогам усталених норм і стереотипів. «Маленька людина» мріє про світ речей і комфорту, живе дріб'язковим цілями і нікчемними планами, і тільки близькість смерті відкриває героєві очі на його життя: «Я дурний, і все, що я хочу і роблю, – речі. Моє дрібне життя. Моя маленька лайнова робота. Мої шведські меблі...» [4, с. 64]. Лише перед смертю людина здатна згадати про своє внутрішнє Я і приготуватись «до звільнення душі» [Там само].

Зрештою розгубленість людини у світі, позбавленому Бога, моралі, сенсу, породжує думку про людину як про «токсичне сміття, побічний продукт Божого творіння» [4, с. 74]. Будь-який член клубу, пересічна «космічна мавпочка», як мантру повторює правило, що кожен – «лайно, заразне людське сміття творіння» [4, с.74].

Вирватися з лещат споживацтва можливо лише за умови переосмислення власного світогляду, переоцінки особистих цінностей та власного способу життя. Герой як до Господа Бога звертається до Тайлера, повторюючи наче молитву слова «Позбав мене шведських меблів. Позбав мене прикладного мистецтва», «Хай не стану я цілісним. Хай не стану я сповненим», вкладаючи в поняття цілісності і сповненості особливий зміст: успішним споживачем, таким, як усі.

У прагненні не піддаватись згубі й руйнації споживацького суспільства, герой протестує, намагаючись знищити звичний спосіб життя, залежність від світу зовнішніх речей та власного тіла. Еволюція героя відбувається за наступною схемою: відвідування груп підтримки важкохворих, наближення до смерті і переоцінка цінностей, за якими живе загал, знищення того, що було комфортним і зручним у власному житті (квартира), звільнення від влади речей, створення бійцівського клубу, саморуйнація і, нарешті, руйнація навколишнього споживацького соціуму (починаючи від дрібної шкоди під час роботи в ресторані до підривної діяльності).

Висновки. У художній формі автор роману діагностує ті духовні та соціально-психологічні хвороби, на які страждає людина у сучасному світі: відчуження особистості, втрата ідентичності, знецінення ідеалів, що породжують відсутність сенсу життя. Провідною темою роману є зображення суспільства споживання. Основна ідея – протест проти нівелювання особистості, знеособлення людини, підміна її морально-етичних цінностей матеріальними заміниками, знищення свободи життєвого вибору нав'язаними стандартами щасливого животіння в оречевленому соціумі. Сучасна цивілізація виплекала появу

покоління молодих людей, здатних кинути виклик абсурдному інстинкту накопичення, й автор досліджує шлях, за яким цей протест може розвиватися.

У простій та доступній формі масової літератури автор порушує глибокі соціальні та внутрішньособистісні проблеми, актуальні для сучасного життя й зрозумілі для молодого покоління читачів.

Література

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр [пер. с фр.; прим. Е. А. Самарской]. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
2. Вегеш І. Місце та роль людини у структурі «суспільства споживання» Жана Бодрийяра [Електронний ресурс] / І. Вегеш. Режим доступу: // <http://dspace.uzhnu.edu.ua:8080/jspui/handle/lib/620>.
3. Зленко Н. М. Соціально-філософський аналіз теорії суспільства споживання / Н. М. Зленко // Філософія науки: традиції та інновації. – 2014. – № 1 (9). – С. 76-83.
4. Паланік Ч. Бійцівський клуб [Електронний ресурс]. Режим доступу: // http://read-online.in.ua/read/bijtsivskij_klub.
5. Сергиевич Е. Г. Специфика концепта «общество потребления» в романе Чака Паланника «Бойцовский клуб» / Е. Г. Сергиевич // [Електронний ресурс]. Режим доступу: // <http://elib.bs.u.by/handle/123456789/125372>
6. Сінькевич О. Б. Ідеологія суспільства споживання та масова культура: філософсько-культурологічний аналіз / О. Б. Сінькевич // <http://www.sworld.com.ua/konfer29/1223.pdf>

Богданова І. В. ОБРАЗ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ В РОМАНЕ Ч. ПАЛАНИКА «БОЙЦОВСКИЙ КЛУБ»

Статья посвящена исследованию образа общества потребления в романе Ч. Паланника «Бойцовский клуб». На материале романа анализируются образ жизни и мораль общества, основные ценности которого определяются погоней за материальным комфортом и статусом.

Ключевые слова: Ж. Бодрийяр, общество потребления, консюмеризм, симулякр, обезличивание человека.

Bohdanova I. IMAGE OF SOCIETY OF CONSUMERISM IN THE NOVEL «FIGHT CLUB» BY CHUCK PALAHNIUK

The article is dedicated to the study of the image of society of consumerism in the novel Fight Club by Chuck Palahniuk. On the example of this novel the way of life and the morality of society are analyzed. The society's basic values are determined by the persecution of material comfort and status.

Keywords: Jan Bodriar, society of consumerism, simulacrum, depersonalization of personality.