

УДК 316.4+159.9

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v039.2022.12>*О. І. Стебельська*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7208-3197>*кандидат філософських наук,**старший викладач кафедри філософії**Національного університету «Львівська політехніка»*

ДО ПИТАННЯ ПРО СИМУЛЯКРИЗАЦІЮ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ

Актуальність проблематики. Сучасний світ дивує та шокує своєю динамікою. Розвиток науки, культури, мистецтва, соціально-економічні та політичні процеси відзначаються надзвичайною інтенсивністю та змінами. Людина є істотою, яка активно змінює середовище, в якому живе, а також втручається в ті процеси, які відбуваються в її організмі. Біо- та генна інженерія змінили наші уявлення про людину. Людина активно досліджує космос та морські глибини, прагне дослідити інші планети та можливі інші форми життя, її діяльність спрямована на детальніше розуміння того, якою є наша реальність та якими джерела виникнення життя на Землі. Дослідження в сфері штучного інтелекту (ШІ) є не банальною спробою створити штучну істоту, а, насамперед, спробою зрозуміти, ким є самі творці.

Потужний науково-технічний розвиток спричинив певний інформаційний бум. Недарма, Е. Тоффлер, описуючи три хвилі розвитку суспільства, зазначає перехід до постіндустріального та інформаційного суспільства, в якому основним ресурсом є саме інформація. Інформація та вільний доступ до неї стають тими потужними засобами, що спрямовують розвиток нашого світу. Така інформаційність втілилась та проявила себе у цифровому середовищі під назвою Інтернет. Саме Інтернет є сферою, яка містить в собі найбільші дані, відкриває доступ до них, дозволяє кожному з нас бути в центрі подій та спілкуватись, долаючи просторово-часові обмеження. Швидкість, з якою розповсюджується інформація, є настільки шокуючою, що нагадує розповсюдження вірусу. Така доступність інформації має свої як позитивні, так і негативні аспекти: за допомогою Інтернету людина може отримати нові знання, але також долучитись до поверхневих розваг або ж стати жертвою звичайних фейків. В цьому сенсі варто згадати про відмінність між інформацією та знанням. Якщо інформація є безликою, то знання передбачають аналіз та інтерпретацію, пропуск інформації крізь власний суб'єктивний досвід. Інтернет є безликим. І якщо людина не володіє власним внутрішнім стрижнем, ґрунтовною освітою, критичним мисленням, то вона може стати його жертвою. Простір Інтернету стає не просто реальністю для багатьох з нас,

а саме гіперреальністю, яка поглинає людину, підміняючи собою реальність справжню. Саме ця гіперреальність стає чудовим середовищем для виникнення та розповсюдження симулякрів. Симулякр – це знак, який не має ніякого зв'язку з реальністю і ні до чого не відсилає нас. Складається враження, що інформаційний простір веде своє власне життя, а зв'язки з конкретними предметами та об'єктами руйнуються. Зв'язок знака та речі спотворюється. Явище симулякризації практично захопило всі сфери нашого життя: політика, соціум, культура, наука, взаємовідносини між людьми, побут тощо. Тому метою цієї статті є аналіз явища симулякризації та його впливу на всі сфери нашого життя.

Розробка проблематики у філософських джерелах. У «Літературознавчій енциклопедії» вказано, що симулякр походить від латинського слова *simulatio* – удавання. Саме походження слова вже вказує на те, що симулякр позначає дещо ілюзорне та несправжнє. Вперше він був вжитий Платоном і позначав собою подвійне спотворення справжньої ідеї. Якщо кожна конкретна річ постає вже копією ідеї, її тінню, то симулякр позначає вже спотворення самої копії. Зокрема, це яскраво можна помітити у роботах художників, які надихаються зовнішньою красою і намагаються її відтворити. Тому симулякр позначає собою копію копії або тінь тіні. В епоху Нового Часу симулякр набуває деталізованішого значення та позначає собою ілюзію, обманку, видимість. Сам термін ведений у наковий обіг П. Клоссовським у 40–60-х рр. 20 ст. Починаючи з другої половини 20 ст. термін «симулякр» стає в центрі уваги філософів-постмодерністів (Ж. Батай, Ж. Бодрійяр, Ж. Дельоз, Ж. Дерріда) і набуває дещо іншого значення. Якщо в класичній теорії репрезентації будь-який знак має необхідні елементи: позначаюче, означуване та референт, то в постмодерністській теорії зв'язок з референтом розривається. Розривається і прямий зв'язок між позначаючим та означуваним. Позначаюче починає володарювати над означуваним. Тож симулякром постає усе те, що не має безпосереднього зв'язку з референтом, це є знак, який абсолютно відірваний від реальності і не позначає того, що він мав би позначати.

Виклад основного матеріалу. Сучасний світ – це світ інформації. Наша мова – це потужна знакова система, завдяки якій ця інформація передається та розповсюджується. Недивно, що процеси симулякризації «захоплюють» насамперед наше мовлення. Ми можемо постерігати громіздку релятивізацію самих термінів, які втрачають свої конкретні значення. Поза контекстом можуть бути складнощі із трактуванням значення певного слова. Але це найменша проблема. Адже терміни завжди були багатозначні, в цьому і проявлялась краса людського мовлення. Ми також можемо спостерігати явище, коли самих термінів нам недостатньо для висловлення власної думки. Поняття, які ми використовуємо для позначення певних об'єктів, явищ та процесів, не здатні схопити та описати їх максимально повно. Складається враження, що кожного разу, коли ми хочемо максимально повно висловити власні думки та спостереження, нам бракує слів. І скільки би ми не пояснювали, що таке кохання, жах, доля, надія...війна...нам ніколи не висловити їх повною мірою та передати все, що ми маємо на увазі. Поняття ніби обривають частину реальності, подають її в розірваному та неповному вигляді. Це ніби уламки реальності, яку ми схоплюємо та переживаємо. Ось що писав Ж. Батай у своїй праці «Внутрішній досвід»: «І ці труднощі виражаються так: навіть слово "тиша" продукує шум, говорити – означає уявляти собі, що знаєш; щоб не знати, варто було б більше не говорити. Очі нібито вивільнилися з піску, розкрилися, і я заговорив: слова, які служать лише втіканню, знову ведуть мене до уявностей, на шляху втечі. Так, очі відкрилися, що правда, те правда, але не треба було про це говорити, треба було завмерти на зразок настороженого звіра. Мені захотілося говорити, і очі тихо закрилися самі собою, нібито під вагою тисячі снів, принесених словами. Дух оголюється «після припинення всілякої розумової діяльності» [1]. Наш внутрішній досвід переживання реальності та й сама реальність є настільки пліннимим, схильними до різноманітних інтерпретацій, що жодна конкретна людина, прагнучи оформити цей досвід переживання в поняття, не здатна цього зробити адекватно. А кожні такі спроби відзначаються штучністю, обмеженістю та поверхневністю. В цьому контексті слова постають тими симулякрами, які спотворюють справжню реальність, є певною ілюзією, маревом, прекрасною формою для продукування міфів. Саме з цим і пов'язаний досвід непорозуміння між людьми. Прагнучи схопити природу явищ та процесів у формі слів та понять, людина завжди схильна: «Але те, що за природою є психологічним, не може ні прикластися точно до простору, ні повністю вписатися в межі розуму. Єдина чи множина моя особистість зараз? Якщо я назву її

єдиною, запротестують внутрішні голоси відчуттів, почуттів, уявлень, між якими ділиться моя індивідуальність. Але якщо я роблю з неї окрему множинність, проти цього з тією ж силою повстає моя свідомість; вона стверджує, що мої відчуття, почуття, думки – лише абстракції, які я здійснюю над самим собою, і що кожен з моїх станів включає всі інші. Таким чином, я є і множинною єдністю, і єдиною множинністю, висловлюючись мовою інтелекту, бо тільки інтелект має мову; але єдність і множинність – це лише знімки моєї особистості, зроблені розумом, який націлює на мене свої категорії: я не входжу ні в ту, ні в іншу, ні в обидві разом, хоча вони, поєднавшись, можуть частково зімітувати те взаємопроникнення і ту безперервність, які я знаходжу в глибині самого себе. Таке моє внутрішнє життя, таке і життя загалом» [2, с. 252]. Слова постають імітаціями смислів.

Сфера мас-медіа. Вплив симулякрів активно використовується у сфері ЗМІ. Тут йде мова не так про суто фейкову інформацію, а про те, що ті новини, які нині транслюються в різних країнах світу, дуже часто спотворюють те, що насправді відбувається. Подається або ж часткова інформація, або ж дуже поверхнева, або ж досить односторонньо інтерпретована. «Усі засоби інформації разом із офіційним сценарієм задіяно лише для того, щоб підтримати ілюзію подійності, реальності цілей, об'єктивності фактів» [3, с. 61]. У випадку зі ЗМІ Російської Федерації, то вони взагалі перекручують факти та подають неправдиві новини. Відповідно, людині, яка володіє досить низьким рівнем критичного мислення та не володіє достатнім рівнем пошукових навиків, надзвичайно складно розібратись в хаосі інформаційних новин та вибудувати адекватне бачення ситуації. Так само як слова/поняття втратили безпосередній зв'язок з референтами, так само і новини втратили зв'язок з реальністю. ЗМІ формує подкуди надзвичайно ілюзорний світ для глядачів/слухачів, які не маючи змоги проаналізувати дані, залишаються в його полоні. Українські ЗМІ так само виконують подібну роботу, просто в іншому напрямку. В умовах військової агресії з боку Російської Федерації вони подають більш-менш адекватну інформацію, але багато жахів війни так само залишаються за кадром. На це є причини. По-перше, в умовах війни озвучення всієї правди може спричинити падіння духу населення. По-друге, доступ до новин мають і діти, а значить подана інформація не повинна травмувати їх психіку. І хоча такі міри державних ЗМІ є виправданими, тим не менше, багато людей просто не усвідомлюють, що насправді відбувається. Частина населення, сприймаючи картинку, яку подають ЗМІ, навіть близько не усвідомлює драматизму та жахів війни. Такі люди далі продовжують жити своїм

життям, спокійно святкувати дні народження та весілля, запускати салюти та ходити в кафе. Вони не проживають та не переживають війну. Лише коли в країні почалися екстренні відключення світла і складна ситуація з електропостачаннями зачепила їх, вони стали уважнішими до того, що відбувається навколо. Звісно, що та категорія населення, про яку йдеться, – це та категорія, яка не здатна мислити та емоційно співпереживати. Аристотель відмовив би таким людям у праві взагалі називатись громадянами, оскільки завданням справжніх громадян «є збереження утвореного ними об'єднання, яке і є державним устроєм» [4, с. 70.] Проте не можна знімати відповідальність зі ЗМІ, які створюють певний образ подій і, бажаючи «захистити» населення від болючої правди, долучаються до його омасовленості та безвідповідальності. Таку симулякризацію ЗМІ свого часу відзначив і Ж. Бодрійяр, говорячи про війну в Перській затоці [5]. Відповідно, годі в сучасному світі чекати від ЗМІ справжньої інформації, комунікації та діалогу. Вони формують суцільний симулятивний простір.

Ще однією сферою, яка захопила все наше життя, є *реклама*. Вона постала не лише потужним інструментом розповсюдження інформації, але й ще одним проявом мистецтва, оскільки несе естетичне навантаження. Пересічна особа завжди звертає увагу на те, як фірма чи компанія репрезентує свій товар, наскільки реклама є доречною та приємною для перегляду. Реклама не просто представляє певний товар, але й є обличчям фірми. В рекламах активно беруть участь відомі люди: актори, спортсмени, політики, митці та письменники. Якщо вони рекламують поганий товар, це може вплинути на їх репутацію.

Проте реклама є ідеальним полем для симулякрів, оскільки створює ідеальні образи того, що насправді не існує. Візьмемо до прикладу, рекламу зубної щітки чи пасти. Виробники обіцяють нам ідеальний результат, проте всі ми знаємо, що це ілюзія та міф. «Реклама – один із стратегічних пунктів описаного процесу. Це переважно царство псевдоподії. Вона робить з об'єкта подію. Фактично вона конструює його як таку шляхом виключення його об'єктивних характеристик. Вона його конструює як модель, як видовищну подію... Журналісти та фахівці рекламної справи – це міфічні оператори: вони ставлять на сцені, вигадують об'єкт чи подію. Вони його «переінтерпретують» – у крайньому разі вони його обдуманно конструюють. Отже, потрібно вжити щодо результатів їхньої діяльності, якщо хочуть судити про це об'єктивно, категорії міфу: останній не є ні істинним, ні хибним, і не стоїть питання про те, щоб у нього вірити чи не вірити» [6, с. 165]. Реклама представляє собою знакову реальність, яка розірвана зі своїх референтом,

вона створює гіперреальність, яка не має повноцінного зв'язку безпосередньо з предметами та товарами.

Купуючи певні товари, люди ніби залучаються до певної спільноти чи статусної групи. Реклама товару «обіцяє» нам певний ідеальний образ, статус та престиж. Купляючи якусь дорогу річ відомого бренду, людина хоче вірити, що залучається до спільноти людей з високим статусом. Відповідно, люди спокушаються на ці знаки, які підміняють собою справжню реальність. Чітко цей ефект можна простежити на підлітках, які реагуючи на рекламу, хочуть Apple-девайси, а не товари іншого виробника, або ж прагнуть придбати одяг Zara, H&M, Bershka тощо. Їх не цікавить насправді, чи товар є таким, як подали його в рекламі. Їх цікавить те, що «обіцяє» реклама. «Реклама ніколи не звертається до самотньої людини, вона розглядає її у різноманітних відносинах, і навіть тоді, коли вона ніби стосується її «глибинних» мотивацій, вона завжди робить це видовищно, тобто вона завжди запрошує близьких, групу, все ієрархізоване суспільство в процес сприйняття та інтерпретації, у розпочатий нею процес виробництва бажання» [6, с. 91–92].

Одночасно реклама створює ефект індивідуального, особистісного підходу, захоплює своєю теплою турботою та піклуванням про нас. Ми відчуваємо, що річ, яку рекламують, створена спеціально для нас. Візьмемо до прикладу відомі лозунги:

- «Because you worth it» («Адже ти цього варта») – лозунг відомого бренду L'Oreal.
- «Every Little Helps» («Кожна дрібниця важлива») – лозунг відомої європейської мережі Tesco.
- «All the News That's Fit to Print» («Новини, які заслуговують бути надрукованими») – The New York Times.
- «Think different» – слоган Apple.

Навіть поверхнево глянувши на ці слогани, можна відмітити, наскільки вони орієнтуються на кожного з нас та зачіпають особистісні потреби та бажання. Це відчуття близькості є надзвичайно важливим та привертає клієнта до вибору конкретного продукту. Людина відчуває, що обравши певну косметику чи девайс, вона стане особливою. Насправді ж відбувається протилежний ефект: вона не просто не стає особливою, вона стає такою, як всі! Окрім того, реклама насправді не задовільняє, а дуже часто, навпаки, спотворює наші потреби та бажання. Споживацтво – симптом сучасної епохи. Люди купляють товари не тому, що вони насправді їм потрібні. Вони піддаються статусності, задоволенню амбіцій, потребі долучитись до спільноти або ж стають жертвами певних психологічних проблем. Саме тому сучасна людина тішиться покупці надзвичайно короткий час, а далі виникає потреба знову щось придбати.

Шопоголіки штурмують магазини відомих брендів не тому, що їм насправді потрібна чергова сумка чи плаття. Це форма втечі, справляння з внутрішніми негараздами, спроба схопити хоч трошки позитиву. Після покупки товару все повторюється знову. В інтернеті з'являють різноманітні статті-поради, як зайшовши в магазин, не піддатись рекламі і не придбати непотрібних речей. Наші справжні потреби та бажання спотворюються, і ми залучаємось в замкнене коло споживацтва. «Суспільство споживання культивує в людей особливу ментальність з опорою на знаки, з вірою, що знаки (речі-знаки, відносини-знаки, цінності-знаки) допомагають здобути щастя, опанувати навколишній світ, тоді як насправді відбувається занурення людини в ірреальний світ знаків» [7, с. 263].

Сфера політики. Звісно, така масова симуляція інформаційного простору зачіпає і сферу політики. Вибори давно перетворились на фарс. Чи справді народ вибирає своїх представників у сфері владних структур? Реклама, лозунги, обіцянки, агресивно-емоційно написані тексти виступів, програми партій, які давно ніхто не читає, дебати, які є не конструктивним діалогом, а конфліктною суперечкою, яка не спрямована на досягнення консенсусу, – все це перетворило вибори не на усвідомлений процес вибору кандидатів, а у театральне дійство. Окрім того, коли політик приходить до влади і об'єднує навколо себе однодумців, він автоматично починає говорити від імені цих людей, партії, народу та влади. А хто сказав, що він має таку реальну підтримку і має на це право?! Представники влади досить часто для передачі певної інформації використовують ЗМІ, які діють симулятивно. Ця глобальна симуляція спрямована на мовчазну більшість, яка просто поглинає лозунги, заклики та програми, як губка. Ніхто насправді не розбирається, що насправді за ними стоїть. А стоять лише знаки, які манять та спокушають добробутом, розв'язанням всіх проблем та щасливим майбутнім. Саме явище політичного розмивається і саме стає симуляцією. Ми спостерігаємо ігри дорослих людей, спрямованих на здобуття влади, але без виконання певних програм та обіцянок. Останні вже не мають ніякого значення, вони просто черговий інструмент задля досягнення цілі.

Ідеологія та пропаганда так само є яскравим символом симулякрів. Питання назвичайно складне і не має однозначного вирішення. Справа в тому, що кожна держава повинна володіти певною ідеологією, яка спрямовуватиме розвиток держави в певному напрямку. Звісно, пропаганда буде інструментом розповсюдження заданої ідеології. Питання полягає, по-перше, в тому, **ЯКА** ідеологія (цінності, сенси та ідеали) пропагуються та нав'язуються людям? По-друге, **ЯКІ** інструменти

використовує пропаганда для досягнення власних цілей? Історія доводить, що надзвичайно часто пропаганда займається омасовленням населення держави, нав'язує йому ті принципи, які відірвані від реальності, задовільняє амбіції тих, хто при владі, та підтримує власне злочинні режими. Саме з цим і пов'язане дещо негативне ставлення до будь-якої ідеології/пропаганди і негативне сприйняття цих слів. Владні структури створюють для населення певний ідеальний образ, який велика частина населення не здатна відрефлексувати та осмислити. Пропаганда більше орієнтована на нашу емоційно-чуттєву сферу, а не на раціональність; вона зачіпає наші глибинні страхи, надії та бажання і маніпулює саме ними. «Пропаганда перетворилася на маркетинг та мерчан-дайзинг стрижневих ідей, політичних діячів та партій з їхніми "марками-репутаціями". Вона наближається до реклами як моделі, що є носієм єдиної, великої і справжньої, стрижневої ідеї цього суспільства конкуренції: товар і марка. Це зближення визначає природу суспільства (нашого суспільства), в якому більше не існує різниці між економічним і політичним, адже в ньому від краю до краю панує одна й та сама мова, відтак суспільства, в якому політична економія, у буквальному значенні, зреалізувалася нарешті повною мірою» [3, с. 130].

Етика симулякрів. 24 лютого 2022 року Україна стикнулася з повномасштабним вторгненням Російської Федерації, і це не могло не вплинути на наше світобачення. Ми виростили в християнській традиції, яка проголошує чіткі принципи та ідеали. Проте жахіття війни змусили нас вкотре поставити ті питання, на які, як нам здавалось, ми знаємо відповіді. Чи можемо ми повною мірою виправдати вбивство, навіть якщо ми захищаємо свою країну? Звісно, військові, які кожного дня боронять наші кордони та стоять на самому «нулі», дадуть однозначну відповідь: так, можна. Проте, чому тоді вони повертаються в настільки важкому психологічному стані, розбиті, розчаровані, зламані? З чим пов'язаний такий психологічний стан як ПТРС? Адже одними з основних проявів ПТРС є відчуття провини, сором та докори сумління, жахливі сновидіння тощо [8]. Чи не пов'язане це з тим, що самі захисники, навіть усвідомлюючи необхідність вбивства ворога та моральне виправдання власних дій, насправді, по-людськи, не можуть собі вибачити гріха вбивства? Але тоді наступне питання: в чому корені такого табу на вбивство? На думку автора, одна з причин коріниться в самій природі людини, її соціальності. Поцінування чужого життя, повага до Іншого є основою нормальної та здорової комунікації між людьми, що буде безпосередньо впливати на наш взаємний розвиток. За відсутності цих базових принципів будь-яка взаємодія буде носити

нездоровий характер та негативно впливати як на саму людину, так і на соціальні взаємозв'язки загалом. Результат: розвал основ соціальної системи. Звідси і відчуття сорому, докори сумління не лише за себе, але й за ті наслідки, до яких призведе твоя дія. Відповідно, навіть коли ми захищаємо країну і допускаємо вбивство як метод, ми повинні бути готові до того, що залучаємось в замкнене коло, результатом якого буде неповага, втрата стабільності, внутрішнього гармонії, безпеки, неможливість діалогу загалом, відчуття того, що ми порушуємо такі принципи, які порушувати не можна заради всіх нас! Можливо, саме це і є однією з причин ПТРС у військових. Воїни можуть виправдати свої дії, адже вони захищають власну країну, а не нападають на іншу. Проте залишаючись з собою наодинці їм складно справитись з цим протиріччям, пробачити собі виявляється надзвичайно складною задачею (можливо, вони навіть не усвідомлюють цього до кінця). «...Негативне релігійне подолання та відчуження від Бога були пов'язані з посиленням ПТРС...Оскільки застосування сили передбачає порушення прав особистості, концепція використання насильства як інструменту миру є паралельною до ідеї жертви заради більшого блага. Моральний конфлікт зазвичай виникає під час таких ситуацій, коли вроджене відчуття того, що є правильним і неправильним (деонтологічне мислення), протиставляється більш когнітивному, розрахованому, об'єктивно вигідному результату (утилітаризм)» [9, с. 13]. Такі внутрішні протиріччя і спричиняють розмиття принципів дозволеного: те, що раніше було категорично неприйнятним, виявилось цілком можливим за певних умов. Заповідь «не вбий!» була певним моральним імперативом, вона лежала не лише в основі наших моральних уявлень, але й закріплена юридично. Але тепер ми стикаємось з вбивством кожен день. ЗМІ та різноманітні інтернет-канали безпервно подають інформацію про кількість загиблих ворогів, знищеної техніки, вдало проведені операції по знищенню супротивника тощо. Те, що раніше було неприпустимим, стало цілком релевантним. В наших ворогах ми більше не бачимо людей, ми бачимо тих, кого треба знищити. Наші вороги – це не люди, це фігурки, які ми спостерігаємо в прицілі або ж через окуляр тепловізора. В історичних умовах мораль виявилась дуже хиткою та крихкою. За заповіддю «не вбий» більше нічого не стоїть, оскільки з'явилися конкретні причини, чому ми її можемо більше не дотримуватись, з'явилися різноманітні форми її тлумачення та сприйняття. Фраза «не вбий» стала пустою, відкритою для її різноманітних інтерпретацій.

На політичному рівні етичні принципи теж розмились. Наш світ поділився на тих, хто на боці Добра, і тих, хто на боці Зла. Парадоксально, що

цей поділ виявився досить відносним. Адже якщо аналізувати позицію агресорів, то вони щиро переконані, що це вони на боці Добра. Окрім того, свою позицію вони репрезентують, як таку, що прагне привнести мир та злагоду, що вони виступають проти брехливого уряду, проти проявів фашизму на нашій землі. Достатньо послухати виступ президента Росії під час оголошення часткової мобілізації. Перша думка, яка відвідала автора, що Зло ніколи не являє себе безпосередньо, воно прикривається лозунгами про мир, гуманність, наявну несправедливість, турботу про інших, необхідність надання захисту тощо. Зло виступає під личиною Добра.

Мистецький вимір. Мистецтво є однією з найважливіших форм самовираження людини, її внутрішнього потенціалу/таланту. Насамперед, це пов'язано з тим, що саме через призму мистецьких образів людина репрезентує своє ставлення до дійсності, до Інших та самої себе. Тому мистецькі твори є унікальним поєднанням естетичного схоплення дійсності та рефлексії над нею. Митці ніколи не дублюють реальність, а скоріш її конструюють, додаючи до власних шедеврів своє власне бачення та сприйняття. Відповідно, твори мистецтва є своєрідними проявами «внутрішнього» світу людини, а в самому мистецтві проявляє себе щось суто «людське»! Прагнення редукувати мистецьку діяльність до біологічних та еволюційних проявів не видається прийнятним, оскільки незрозумілою є та біологічна функція, яку могли би виконувати твори мистецтва. Мистецтво – це не відзеркалення, не дублювання, не копіювання, це не спосіб адаптації та виживання! Його існування, скоріш, здається чимось надлишковим та позаприродним.

Але разом з тим саме мистецтво є чудовою основою для розповсюдження симулякрів. Безглуздо заперечувати те, що в мистецьких творах присутній момент певного копіювання/дублювання чи відтворення. Саме тому самі твори мистецтва до певної міри можна назвати копіями, симулякрами реальності. Саме цей аспект мистецтва зауважив Платон: оскільки речі є вже копіями/тінями ідей, то твори мистецтва є копіями копій [10]. Згодом у Ж. Батая саме поняття «симулякр» дещо трансформується та набуває сучасного посмодерністського значення в якості копії того, що насправді не існує, що насправді взагалі втратило зв'язок з реальністю. Мистецькі образи в постмодерністській традиції перетворюються на чисті умовності, «муляжі», «порожні форми», які можна наділити будь-яким змістом. Вони мають іронічно-ігровий характер, відрізняються змішанням різноманітних культурних кодів, шаленим переомисленням попередніх традицій, руйнуванням усіх можливих меж, зокрема між витонченим мистецтвом та поп-культурою, високим та низьким, матеріаль-

ним та духовним, певним спрощенням та синкретизмом. Деконструкція також постає важливою рисою сучасних посмодерністських тенденцій. Вона не редукується до суто негативних проявів та форм. Деконструкція може проявлятися надзвичайно творчо та продуктивно, позначається рухом вперед, змінами та трансформаціями. Її процедури надзвичайно результативні та призводять до виникнення нових правил, форм та конструкцій, що сприятиме наступним досягненням та творчим проривам. Нове та прогресивне лише так і виникає: шляхом руйнування попередніх закостенілих форм.

Посмодерністські мистецькі образи наскрізно симулятивні, вони є порожніми оболонками, копіями, які ніколи і не мали оригіналу. «Симулякр – знак відсутньої дійсності, правдоподібна подоба, що позбавлена оригіналу, поверхневий, гіперреалістичний об'єкт, за яким не стоїть жодна реальність. Це пуста, оманлива форма, порожня оболонка, спорожняла шкаралупа, артефакт, заснований лише на власній реальності» [11, с. 200].

Виникнення постмодернізму в мистецтві пов'язане із потужним розвитком та розповсюдженням різноманітних технічних засобів масової комунікації: телебачення, відеотехніка, інформатика, комп'ютерна техніка. В якості візуальної культури, постмодернізм сприяв не так відображенню реальності, як її моделюванню...або симуляції. Це яскраво проявилось у відеокліпах, кіномистецтві, комп'ютерних іграх та атракціонах. Використовуючи можливості штучної реальності, представники постмодернізму створюють нові виміри реальності.

Проте симулякризація стосується не лише природи самого мистецтва, але й методів його застосування. Існує небезпека: твори мистецтва стають об'єктом маніпуляції з боку владних структур. Намагаючи поставити мистецтво на службу політичним ідеям, сильні світу сього симулякризують мистецтво, позбавляють його цього трансцендентного досвіду, редукують його до переможних лозунгів та одновимірності бачення. Автор в жодному разі не виступає проти політичності мистецтва в найширшому розумінні цього слова. Людина дійсно є істотою політичною, вона є громадянином держави та повноцінним членом суспільства, тому її зв'язок із суспільно-політичною сферою життя неможливо недооцінювати. І саме мистецтво є реакцією на ті події, в які залучена сама людина. Негативну реакцію викликає лише штучна спроба обмежити мистецтво, 'обрізати крила' як митцю, так і його творінню, одновимірно трактувати те, що висловив творець. Така симулякризація мистецтва призводить до примітивного та поверхневого розуміння змісту, перешкоджає процесам пізнання та самопізнання,

викривленому баченню того, що відбувається. Зокрема, у січні 2016 року, ще до початку повномасштабного вторгнення військ Російської Федерації на територію України, в Берліні стартувала інформаційна виставка «Культура і конфлікт: ІЗОЛЯЦІЯ у вигнанні». Досить влучно про цю подію висловився у інтерв'ю BBC PR-менеджер фонду ІЗОЛЯЦІЯ Олександр Виноградов. «Нам не хотілося, щоб це була заідеологізована виставка, яка показує тільки проукраїнську сторону. Ми дійсно показали два боки і дали людям змогу вирішувати, на чьому вони боці. Нам важливо було показати світу, що у XXI столітті в Європі можливе подібне варварство» [12]. Таким чином, мистецтво спонукає нас не лише до емоційного переживання реальності, але й до цілком свідомого внутрішнього занурення, пошуків власних відповідей на гострі питання, закликає до віднайдення власних основ та принципів та, врешті, є відзеркаленням того, ким ми є.

Освіта. Процеси сумулякризації та симуляції зачепили і освітянську сферу. На думку автора, ці процеси значно впливають на те, як ми здобуваємо освіту та що отримуємо в *результаті*. Значення якості освіти неможливо переоцінити, оскільки розвиток суспільства та наш власний розвиток залежать від неї. Жодне суспільство не може бути життєздатним, якщо його члени є неосвіченими. В результаті ми матимемо «темну» масу, яка повністю підкорятиметься владним структурам, оскільки не зможе нічого їм протиставити. Масу легко буде зазомбувати і спрямовувати саме в тому руслі, яке є вигідним владі. В такому суспільстві неможливі повноцінні реформи, а значить це суспільство буде завжди знаходитись в стані стагнації, а його члени будуть просто маріонетками.

Нині людство переживає складні часи. Початку світ накрила хвиля COVID-19. Тепер світ знаходиться на межі третьої світової війни. Ці події не могли не вплинути на процес здобуття освіти. Багато закладів ще з початку пандемії перейшли на дистанційну форму навчання. Звісно, це певний вихід зі складної ситуації. Проте навчальний процес значно від цього страждає, та сама освіта втрачає свою цінність та значущість! Дистанційна освіта ніколи не замінить безпосереднього спілкування вчителя/викладача та учня/студента. Автор вже мовчить про те, що далеко не завжди ми можемо зафіксувати присутність учня/студента на уроці/парі, оскільки через проблеми з інтернетом відеозображення може бути відключеним. Відмінним є сам підхід – об'єкт-об'єктний, який передбачає лише просту передачу інформації та неможливість всупити в безпосередній контакт з тим, хто навчається. Як би банально це не звучало, але в процесі навчання важливою є фізична присутність, здатність помічати жести, міміку та погляд. Багато викладачів скаржаться

саме на те, що під час ведення занять, вони не відчують емоційного контакту з аудиторією/класом. В дистанційному процесі навчання передбачена лише передача інформації і нема можливості для глибокого занурення у навчальний процес. Така система орієнтована на те, що той, хто навчається, буде настільки мотивованим, що знайде всі відповіді самостійно. В результаті, учень/студент залишається практично наодинці з проблемами, оскільки нема можливості повноцінного діалогу та обговорення проблеми, він «вариться» в своєму соку. Але такий діалог потрібен і вчителю/викладачу: для осмислення тих нюансів, які він раніше не помічав, для корегування навчального матеріалу, для розуміння того, як краще пояснювати та викладати певні теми. В навчальному діалозі розвивається не лише учень/студент, але й сам вчитель/викладач. Саме в такому діалозі гола інформація стає знанням та спонукає до взаємних подальших пошуків.

Дистанційна освіта чітко орієнтована на тестову форму перевірки знань і не передбачає (за рідкими виключеннями) аудиторної форми перевірки знань. Це спрощує сам процес перевірки і не відображає справжніх досягнень чи пробілів у навчанні. Інакше кажучи, виконуючи тестові завдання учень/студент цілком може здогадатись правильну відповідь, але не мати змоги її пояснити. При усному опитуванні такі пробіли у навчанні були б помітнішими і дали б змогу об'єктивніше оцінити знання учня/студента.

Дистанційна форма навчання є чудовим ґрунтом для посилення кліпового мислення. Коли ми вперше чуємо слово «кліп», у нас одразу виникають асоціації, пов'язані з відеоматеріалом у супроводі аудіодоріжок. Це щось короткочасне та інформативно насичене. Це може бути музика, відео або ж якась коротке повідомлення на задану тему. Дослівно слово «сір» перекладається з англійської як «затискувати», «обрізати», «захоплювати». Кліповий підхід до подачі інформації надзвичайно поширений у сучасній західній культурі. Куди би ми не поглянули, нас захоплює інформаційний потік коротких та змістовних повідомлень (реклама, блоги, ЗМІ, сайти, виступи). Вже немодно подавати інформацію розширено, ґрунтовно пояснюючи та осмислюючи усі нюанси. Причиною цього є інтенсивний розвиток суспільства, в результаті чого виникає потреба в швидкій подачі, швидкому аналізі, швидкому фільтрі всього, про що дізнається людини. Необхідним є лише актуальний, швидкий та стислий посил. Людина звикає до цієї манери сприйняття реальності і виникає такий феномен як «кліпова свідомість», який надзвичайно актуалізується в умовах дистанційного навчання. Молоде покоління неготове опрацьовувати об'ємні дослідження та тексти. Для них непосильною роботою є тривале

зосередження над будь-яким матеріалом, вони одразу втрачають зацікавленість і зосередженість. Будь-яку інформацію вони хочуть отримувати миттєво та «по суті». Тому вчителі/викладачі активно використовують презентації, які є тією самою формою стислої подачі інформації. Цю ситуацію можна оцінювати як позитивно, так і негативно. З одного боку, «кліпова свідомість» («кліпове мислення») розвивають багатозадачність людини, оскільки остання здатна одночасно схоплювати велику кількість інформації, відсіювати непотрібну їй, а значить, певною мірою, здатна знімати інформаційну напругу. З іншого, «кліпове мислення» позбавляє людину вміння думати. Людина сприймає світ фрагментарно, поза контекстом; вона поглинає інформацію, але абсолютно не вміє нею користуватись і вибудувати причинно-наслідкові, логічні та послідовні зв'язки усіх явищ та процесів. Е. Тоффлер, визначаючи риси такої кліпової культури, акцентував увагу на тому, що людство засліплене відмінними та протирічними фрагментами реальності, позбавленими в своїй різномірності будь-якого сенсу. Людина з «кліповим» сприйняттям реальності оцінює світ поверхнево, не заглиблюючись у суть справ. Людина може читати чи дивитись новини хоч кожного дня і бути в курсі усіх культурних подій, але абсолютно не розуміти логіку того, що відбувається навколо неї. Світ перетворюється для неї на хаос. «Кліпове мислення» позбавляє людину цілісного, системного, масштабного мислення, мислення з позиції кінчної мети. Це робить молоде покоління ідеальною мішенню для маніпуляцій та зомбування, оскільки протистояти останнім можливо лише за умови володіння ґрунтовними знаннями та критичним мисленням.

Висновки. Симулякр як явище виявився характерною ознакою сучасної культури. З одного боку, можна було б оцінити симулякр як прояв ідеального виміру, оскільки він відірваний від чуттєвої реальності, від референта. Симулякр не може виникнути поза людською свідомістю та є її конструктом, інструментом оцінки реальності, яку він навіть не представляє. З іншого боку, симулякр викривляє та спотворює реальність. Власне, з останньою рисою і пов'язана негативна оцінка цього феномену. Він є оманною та ілюзією, пасткою, в яку потрапляє людина. Остання починає вірити в нього більше, ніж в саму реальність. Так виникає гіперреальність. З розвитком сучасних технологій, в тому числі з появою Інтернету, розповсюдження симулякрів набуло вірусного характеру. Вони просочились у всі сфери нашого життя. В цій статті автор на прикладі політики, культури, освіти, мас-медіа спробував висвітлити ті аспекти симулякризації, які поглинули наше життя. Чи є можливість супротиву симулякризації нашого соціально-культурного простору?

Мабуть, відповідь буде у душі представників епохи Просвітництва: підвищення рівня освіти та здатності критично мислити. Але відірваний від нашого духовного стрижня розум може бути дуже небезпечним інструментом, він повинен розвиватись у відповідності з певними моральними принципами та ідеалами. Будь-яка потужна релятивізація/симулякризація моральних принципів призведе врешті-решт до знищення людини та руйнування цивілізації.

Література

1. Батай Ж. Внутренний опыт. Санкт-Петербург: Аxioma/Мифрил, 1997. 52 с. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=239984&r=4> (дата звернення: 05.01.20223).
2. Бергсон А. Творческая эволюция. Москва: Терра-книжный клуб, КАНОН-пресс-Ц, 2001. 384 с.
3. Бодрийяр Ж. Симулякры і симуляція. Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. 230 с.
4. Аристотель. Політика. Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2005. 238 с.
5. Baudrillard J. The Gulf War Did Not Take Place. Sydney: Power Publications, 2012.
6. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. Москва: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
7. Самарская Е.А. Жан Бодрийяр и его вселенная знаков (послесловие). Общество потребления. Его мифы и структуры. Москва: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.
8. Nazarov A, Jetly R, McNeely H, Kiang M, Lanis R, McKinnon MC. Role of morality in the experience of guilt and shame within the armed forces. *Acta Psychiatr Scand.* 2015. № 132. P. 4–19.
9. Nazarov A, Jetly R, McNeely H, Kiang M, Lanis R, McKinnon MC. Role of morality in the experience of guilt and shame within the armed forces. *Acta Psychiatr Scand.* 2015. № 132. P. 4–19.
10. Делёз Ж. Платон и симулякр. *Интенциональность и текстуальность. Философская мысль Франции XX века.* Томск: Водолей, 1998. С. 225–240.
11. Маньковская Н. Постмодернизм в эстетике. *Философская антропология.* 2018. Т. 4. No 1. С. 192–230.
12. Ярослав Назар. Мистецтво про війну: між творчістю та агіткою. BBC NEWS. Україна, 22 лютого 2016. Львів. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/02/160222_war_art_lviv_hk (дата звернення 30.10.2022).

Анотація

Стебельська О. І. До питання про симулякризацію соціально-культурного простору. – Стаття.

Ця стаття присвячена дослідженню процесів симулякризації, що пронизали всі сфери нашого життя. Сам термін «симулякр» має давнє походження і був вжитий ще Платоном, проте впродовж історії змінював своє первинне значення. Якщо на початку симулякром називалась копія копії, тінь тині, а значить те, що було спотворенням реальності, то в сучасному світі симулякр взагалі відірваний від свого оригіналу та не має зв'язку із ним. До того ж зник і сам оригінал. Світ

симулякрів – це ще один вимір – гиперреальність, в яку занурена сучасна людина. Природа симулякра амбівалентна. З одного боку, ми можемо говорити про його ідеальну природу, оскільки симулякр відірваний від безпосередньо матеріальної реальності та є конструктором нашої свідомості. З іншого боку, симулякр є викривленням реальності, її заломленням, певним світом оман та ілюзій. Він міфологізує наш простір, руйнує критичне мислення, розбиває систему принципів та ідеалів. Симулякри спричиняють хаотичність та фрагментарність реальності, розбалансовують її. Завдяки сучасним технологіям насичення симулякрами соціально-культурного простору набуло значної інтенсивності. Політика, спілкування, людські взаємозв'язки, освіта, етика, культура та мас-медіа: все стало ідеальною платформою для симулякризації. Мас-медіа насичують інформаційний простір новинами, які можна по-різному трактувати в залежності від нашої обізнаності; вони подають часткову та неповну інформацію, яка здатна заплутати людину, але не дати їй розібратись у ситуації. Політики використовують ідеологію та пропаганду задля задоволення власних цілей. Реклама маніпулює нашими потребами та бажаннями. Здобуття освіти відбувається дистанційно, що призводить до зниження її якості, процвітає «кліпове мислення». Етичні норми та ідеали настільки розмиті, що вже не зрозуміло, що за ними стоїть. Реальність перетворилась на симуляцію. Протистояти симулятивним тенденціям людство здатне лише за умови підвищення рівня освіти, розвитку критичного мислення та повернення до чітких принципів дозволеного/недозволеного.

Ключові слова: симулякр, політика, мас-медіа, етика, освіта, реклама.

Summary

Stebelska O. On the simulacrisation of socio-cultural space. – Article.

This article is devoted to the study of simulacra processes which have penetrated all spheres of our life. The term “simulacrum” has ancient origins, it was already used by Plato, but throughout history it has changed its original meaning. While in the beginning a simulacrum was a copy of a copy, a shadow of a shadow, and therefore something that distorted reality, in today's world the simulacrum is usually separated from its original and has no connection with it. Moreover, the original itself has disappeared. The world of simulacra is another dimension – a hyper-reality into which modern person is immersed. The nature of the simulacrum is ambivalent. On the one hand, we can speak of its ideal nature because the simulacrum is detached from material reality and is a construct of our consciousness. On the other hand, the simulacrum is a distortion of reality, a refraction of it, a certain world of delusion and illusion. It mythologizes our space, destroys critical thinking, and breaks the system of principles and ideals. Simulacra causes chaos and fragmentation of reality, making it unbalanced. Thanks to modern technology, the saturation of social and cultural space with simulacra has gained a significant intensity. Politics, communication, human relations, education, ethics, culture, media have all become ideal platforms for simulacra. The media saturate

the information space with news that can be interpreted differently depending on our minds; they provide partial and incomplete information that can confuse people but does not allow them to understand the situation. Politicians use ideology and propaganda to achieve their goals. Advertising manipulates our needs and desires. Education is provided remotely, which leads to a decline in quality, and “clip thinking” flourishes. Ethical standards

and ideals are so blurred that it is no longer clear what is behind them. Reality has become a simulation. Humanity can only counteract simulative tendencies by increasing the level of education, developing critical thinking and returning to clear-cut principles of the permissible/intolerable.

Key words: simulacrum, politics, mass media, ethics, education, advertising.