

freedom of the human being and examined the relationship of freedom and personality. Analyzed the essence of self-responsibility as the foundation of freedom, which is attribute of human existence. Accordingly, we conclude about the extraordinary importance of freedom in the twenty – first century despite the various dangers that may await humanity.

**Keywords:** freedom, self-responsibility, freedom, independence.

Стаття надійшла до редколегії  
15.05.2014 р.

УДК

**Оксана Коханевич**

### **Симулятивна природа телевізійного простору**

Розглянуто симулятивну природу сучасного телевізійного простору. Проаналізовано онтологічний статус телевізійного зображення, його симулятивне походження. Досліджено технічні вдосконалення, які перетворюють телебачення у штучну дійсність (монтаж, імітація умовної зйомки, надання особистим подіям статусу універсальних тощо). Проаналізовано «симулятивну гіперреальність» телевізійного екрану та маніпуляційну дію його «симулякрів». Досліджено імплізію смислу та її вплив на структуру ідентичності особистості в контексті симулятивної природи телебачення.

**Ключові слова:** телебачення, телезображення, образ, ілюзія, імплізія смислу, симуляція, симулякр, гіперреальність, ідентичність.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Сьогодні телебачення – це простір, в якому панує логіка ілюзії, мрії, легенди тощо. У цьому просторі людину постійно оточують образи, які «шантажують» її своєю успішністю, привабливістю, видовищністю та відсилають до ілюзії, а не до самої дійсності. Нині телевізійне зображення не стільки відображає подію, скільки відсилає до того, що не існує. Така «подвійність» у відтворенні реальності телевізійними засобами – орієнтація на природну документальність і водночас на підкреслену штучність – зумовлюють основний характер розвитку сучасного телевізійного простору. Телебачення, яке за своєю природою має бути об'єктивним засобом відображення дійсності, перетворюється на інструмент створення штучної реальності, в якій знаки втрачають референтний зв'язок із дійсністю.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** У філософсько-культурологічному дослідженні питання символічної реальності, яка створюється телебаченням, порушують у своїх роботах Ж. Бодрійяр, П. Бурдьє, М. Маклюєн, А. Крокер, Д. Кук та ін. Французький філософ Ж. Бодрійяр переважно аналізує «симулятивну гіперреальність» телевізійного простору та світ його «симулякрів» – «образів без подоби». У своїх дослідженнях П. Бурдьє розглядає телебачення як інструмент створення штучної дійсності та як певну оптичну призму, володіючи якою, журналісти, на основі відібраних фактів, здійснюють конструювання реальності. Канадські політологи Артур Крокер та Девід Кук трактують телебачення як «соціальний апарат» та символічну культурну форму відносної влади, яка діє як симулякр електронних образів, перетворюючи все у семіургічний світ реклами та влади.

Нині цілком очевидним, що екранна реальність телебачення не існує в об'єктивності емпіризму, а є продуктом телевізійного дискурсу.

**Мета статті** здійснити філософсько-культурологічний аналіз симулятивної природи телевізійного простору.

Поставлена мета передбачає виконання таких **завдань**: 1) проаналізувати онтологічний статус телевізійного зображення, його симулятивне походження; 2) дослідити технічні вдосконалення, які перетворюють телебачення у штучну дійсність (монтаж, імітація умовної зйомки, надання особистим подіям статусу універсальних); 3) проаналізувати «симулятивну гіперреальність» телевізійного

простору та манапуляційну дію його «симулякрів»; 4) дослідити імплізію смислу та її вплив на структуру ідентичності особистості в контексті симулятивної природи телебачення.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Ідея Платона про те, що знання людини про світ ґрунтуються на своєрідності умов сприйняття, які він зобразив в образі печери, де її ув'язненим доступні лише тіні дійсності, сьогодні найкраще слугує поясненням як сутності самого телебачення, так і пануючих у ньому тотальних симулятивних процесів. Адже переважна більшість телеглядачів, подібно ув'язненим Платона, приречена бачити та розуміти реальність на підставі калейдоскопа мерехтливих відблисків на стіні печери, де бліда, випадкова тінь, тотожна відображенню подій, які відбуваються поза нею. Водночас, якщо платонівський ув'язнений, обмежений тільки можливостями спостереження тіней, то телевізійний образ пропонує глядачеві повну ілюзію реальності, створену за допомогою високочіткого та тривимірного зображення. Яскравість, крайня правдоподібність надають йому онтологічний статус *оче-видного*. Успадкувавши від фотографії свою онтологічну *оче-видність*, телебачення підсилює її переходом від статичного зображення до подій, що змінюються. Будучи свідомо створеним для формування «повноцінної картини» світу, телезображення скасовує граматику наративу, формуючи своєрідний «доказ, який не вимагає підтвердження». Водночас залишає поза увагою те, що це зображення є нічим іншим, ніж симулякром – «образом без подоби», свідомо створеним, вибраним та скомпонованим таким чином, щоб викликати відчуття впевненості в його реальності як «ноумена», яке, за своєю суттю, є лише «феноменом» [7, 29].

Наголошуючи на симулятивності телезображення, Ж. Бодрійяр пише: «За допомогою зображення світ нав'язує свою фрагментарність, роздробленість, гіпертрофованість та штучно створену миттєвість. У цьому сенсі фотографічне зображення є найбільш бездоганним, оскільки не імітує ні час, ні рух... Усі інші форми зображення (телебачення, кіно), далекі від досягнення, є, можливо лише пом'якшеними формами цього розриву чистого зображення з реальністю» [3, 63–64].

Телебачення несе власну ідею (швидше, ідеологію) сьогодення, відтворену на екрані та представлену в образах, які нині прагнуть бути метамовою світу, якого немає. Образи, які нав'язують реальності свою іманентну ефемерну логіку, аморальну логіку, перебувають по той бік добра та зла, істини та брехні; це – логіка знищення власного референта, логіка поглинання значення [5, 42]. Володіючи «платонічною силою», образи, як зазначив У. Еко, перетворюють окремі ідеї у всезагальні, а тому дають змогу легше здійснювати стратегію переконання в ілюзії. Отримуючи готовий образ у певному смислово контексті, ми починаємо вірити у реальність зображувальних подій. Ці образи вже не дають ні бачення, ні розуміння подій у їх специфічності (історичній, соціальній, культурній), а лише орієнтують на споживання відповідно до певного коду, який являє собою одночасно ідеологічну та технічну структури, що глядачем несвідомо декодує. У випадку телебачення – це ідеологічний код масової культури (система моральних, соціальних і політичних цінностей).

На думку канадських політологів Артура Крокера та Девіда Кука, телебачення – це не тільки технічний об'єкт, а й «соціальний апарат, який увірвався у суспільство як символічна культурна форма відносної влади, яка діє як симулякр електронних образів, перетворюючи все на семіургічний світ реклами та влади». Вони вважають, що телебачення не підлягає класичній теорії репрезентації. Адже все, що не відображено у реальному світі телебачення, є периферійним щодо головних тенденцій сучасної епохи. Дослідники пишуть: «У постмодерній культурі не телебачення виступає дзеркалом суспільства, а, навпаки, суспільство є дзеркалом телебачення, споживацька форма у своєму найвищому вираженні, яка виступає як чиста система образу, як спектральний телевізійний образ» [11, 114].

Запис та монтаж – це два найважливіші технологічні досягнення телебачення, які замінили відкритий у платонівській печері отвір на встановлений рідкокристалічний монітор, на який, за допомогою «мокументорів» (спеціальний термін, який вживається для позначення імітованих реальних подій), можна проектувати дійсність. До того ж дійсність абсолютно штучну, повністю залежну від етичних, естетичних, комерційних політичних уявлень редактора чи замовника.

Використовуючи «ефект Кулешова» (тобто пов'язуючи події через їх одночасну чи послідовну появу на екрані), телебачення моделює неіснуючу реальність, симулює події. Модель існування абсолютно віртуальної телевізійної реальності, яка жодним чином не стосується дійсності, переконливо зобразив Віктор Пелевін. Результат монтажного телебачення – створення абсолютно фантазма-

горичної продукції, єдині обмеження до якої висуваються лише конкурентоспроможними ЗМІ чи фантазією креативних менеджерів [7, 32].

Сьогодні центром уваги стає фантом, образ неіснуючого світу – великий симулякр повсякденного людського інформаційного суспільства, який видає неіснуюче за всезагальне. У праці «Прозорість зла» Ж. Бодрійяр пише: «Уся наша реальність, у тому числі і трагічні події минулого, була пропущена через засоби масової інформації» [3, 134], а все інше, що залишилося на стінках масмедійного фільтра, відійшло у забуття. Телебачення – це не більше ніж повідомлення, які не мають референта, повідомлення, котрі створюють власну реальність, яка не пов'язана з дійсністю. Воно непомітно спотворює категоризацію і масштаб зображуваних подій. Абсолютно локальні, особисті події, які стосуються певного кола людей, показані у прайм-тайм, набувають статусу у всезагальних. У праці «До критики політичної економії знака» дослідник пише: «Цунамі у Пакистані, боротьба чорношкірих боксерів у США, вистріл власника “Бистро” у молодого чоловіка тощо, – усі ці події, які раніше вважалися мізерними і аполітичними, сьогодні поширюються з такою силою, яка надає їм особливого соціального та “історичного” значення» [4, 246].

Усе це, на думку Ж. Бодрійяра, спричиняє зникнення реальності та підміну її симуляцією. Так, війна, пропущена крізь фільтри телебачення, перетворюється у тотальну симуляцію, щось подібне софістичній суперечці, в якій учасники не прагнуть досягти істини та переконати один одного. Їхня мета полягає у тому, щоб будь-якими шляхами створити видимість досягнення поставлених цілей, точніше, проголошених цілей, а згодом за допомогою медійних технік створити ілюзію для переконання інших. Створення такої видимості відбувається не стільки за участю дій ракет та літаків, скільки за допомогою текстів, проголошених з екранів телевізора. Перемоги та втрати набувають онтологічного статусу лише після того, як вони відображені у засобах масової інформації, а факт повідомлення подій тотожний їх здійсненню. Масштаб подій визначається не їхнім реальним значенням, а частотою відображення в новинах. П. Бурдьє пише: «Телебачення, яке за своєю суттю має бути засобом відображення дійсності, перетворюється на інструмент створення реальності. Ми все більше й більше наближаємося до простору, в якому соціальний світ описується та визначається телебаченням» [6, 46].

Головним принципом сучасного телебачення, як зазначає П. Бурдьє, є принцип «приховувати, показуючи». Як приклад він наводить феномен так званих «міських околиць», в яких журналісти, відповідно до специфіки власної професії та логіки їхнього ремесла, виділяють з певної частини реальності цілком особливий аспект. Дослідник пише: «Журналісти носять особливі “окуляри”, через які вони бачать одне і зовсім не помічають інше й завдяки яким вони бачать речі по-особливому чином, роблять вибір та конструюють реальність на основі відібраних фактів. В основі їх вибору лежить пошук сенсаційного та видовищного» [6, 54]. Акцент на самому конфлікті пояснює перманентне тяжіння телебачення до сенсацій, екстраординарних подій. Оскільки останнє схильне до драматизації у подвійному значенні цього слова: воно виводить на сцену, зображує ту чи іншу подію, водночас прагне до перебільшення значення її серйозності, драматичності та трагічності.

У світі сучасного симулятивного телепростору одне лише зображення ніщо, якщо немає супровідної легенди, що вказує на його правильне прочитання: *legendum*, яке дуже часто позначає певні легенди або неіснуючі речі, створює реальність, викликає страхи, фобії або просто хибні уявлення. П. Бурдьє пише: «У світі зображення панує слово. Назвати – означає змусити побачити, створити, викликати до життя» [6, 65].

«Симультаність», «одночасність показу», «ефект присутності», створені за допомогою запису та монтажу, включають глядача в той потік історії, який відбувається, створюють у реципієнтів «ілюзію участі» у подіях, що розгортаються на екрані. Звідси загострене відчуття достовірності події, почуття власної причетності до неї, підвищеної емоційної реакції.

На думку Ж. Бодрійяра, гіперреальна естетика телебачення разом із її запаморочливою та підлаштованою точністю, надмірною прозорістю для більшості з нас є істиною. Він пише: «Істиною, що більше не є ні істиною відображення у дзеркалі, ні перспективною істиною паноптичної системи та погляду, але маніпуляційною істиною тесту, що зондує й ставить запитання, лазера, що керує нашими сполученнями, клітинами, що постачають інформацію нашому чуттєвому світові <...>. Ми бачимо в телебаченні реальне, яким воно ніколи не було, – позбавленим відстані, яка надає просторові перспективності, а нашому погляду – глибини (але “більш справжнім, ніж природа”»» [5, 45].

Телебачення породжує насолоду від надмірного смислу, в якій планка знаку опускається все нижче від лінії його звичайного занурення. Адже, – як він пише, – «при фіксації на плівку незначне стає предметом захоплення» [5, 46].

Порівнюючи телебачення з круговою орбітою, Ж. Бодрійяр підкреслює його тотальну всюди-присутність. Адже воно завжди опиняється там, де відбуваються події; є антиципацією та моделлю дійсності в щоденному світі: розглядає та розщеплює реальне, щоб перетворити його на нерухоме, на копії дійсності.

Водночас «телевізійне око» більше не є джерелом абсолютного погляду. Це система поділу на ділянки для спостереження, більш витончена, побудована на протиставленні між «розглядати» і «розглядатися», навіть якщо точка фокусування системи одночасного спостереження є сліпою. Ж. Бодрійяр пише: «Ви більше не дивитесь телебачення, це телебачення дивиться на вас (на те, як ви живете). Більше немає відмінності між пасивом і активом, категоричного імперативу підпорядкування моделі або ж поглядів: “Ви – модель!”, “Більшість – це ви!”. Скрізь існує лише одна “інформація”, повільна імплзія та просторові симулякри, в яких ще наявний ефект реального» [5, 47].

Телебачення перетворює реальне в гіперреальне, здійснює перехід від сфери смислу («репрезентативної моделі») до сфери програмованого знаку («симулятивної моделі»). Воно творить гіперреалістичну соціальність, в якій реальне змішується з моделлю або із засобом інформації (медіумом) та прагне повністю розчинитися в житті, а життя розчинити у собі. Таким чином ставиться під сумнів весь традиційний метод каузальності: метод перспективи та детермінізму, «активний», критичний та аналітичний методи. Скасовується відмінність між причиною і наслідком, між активним і пасивним, між суб'єктом і об'єктом, між метою та засобами. Ж. Бодрійяр пише: «Телебачення дивиться на нас, телебачення сприяє нашому відчуженню, телебачення маніпулює нами, телебачення інформує нас... Ми залишаємося в усьому цьому заручниками аналітичної концепції засобів інформації, концепції активного й ефективного зовнішнього агента, концепції “перспективної” інформації, в якій точкою витоку є горизонт реального та смислу» [5, 50].

Під час повної невизначеності телеекран скасовує протилежні полюси детермінованості, мінімальну дистанцію між причиною та наслідком, занурює в імплзю смислу та симуляцію. Ж. Бодрійяр пише: «Повсюди, де більше неможливо зберегти відмінність між двома полюсами, ми потрапляємо в симуляцію, а отже в абсолютну маніпуляцію – не в пасивність, а в нерозрізненість активного та пасивного. Цієї межі невизначеності телебачення досягає тоді, коли люди не активні й не пасивні стосовно нього. І тут, і там – та сама туманність, що не піддається розшифруванню ані на рівні своїх простих елементів, ані на рівні своєї істини» [3, 50]. Це «електронний наркоз», який позначений тотальною зміною людської природи – «від Едіпа до Нарциса». Психотичний розлад та кінець людської антропології. Занурившись у патологічний нарцисизм, для людини більше не існує суперечності буття, його трансцендентної мети, є лише отримання знаків.

**Висновки та перспективи подальшого дослідження.** Створені за допомогою монтажу та запису онтологічна *оче-видність* та правдоподібність телебачення перетворюють його в інструмент формування штучної реальності. Дійсність не існує в об'єктивності емпіризму, вона – продукт телевізійного дискурсу, головний принцип якого – «приховувати, показуючи». Гіперреальна естетика телебачення, її підлаштована точність, надмірна прозорість викликають загострене почуття довіри та роблять речі псевдоістинними. Центром людської уваги постає образ неіснуючого світу – великий симулякр, який перетворює реальне в гіперреальне, здійснює перехід від сфери смислу («репрезентативної моделі») до сфери програмованого знаку («симулятивної моделі»). Телеекран скасовує відмінність між причиною і наслідком, між суб'єктом і об'єктом, занурює в повну імплзю смислу. Тому заради адекватного сприйняття телевізійних повідомлень глядацька аудиторія має навчитися декодувати та критично оцінювати продукцію медіа, розуміти систему виражальних засобів сучасного телебачення, у тому числі його маніпуляційні прийоми та коди.

#### *Джерела і література*

1. Бодрійяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрійяр ; [пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской]. – М. : Республика ; Культурная революция, 2006. – 269 с.
2. Бодрійяр Ж. Реквием по масс-медиа [Текст] / Ж. Бодрійяр // Поетика и политика : альманах Рос.-франц. центра социологии и философии Ин-та социологии Рос. акад. наук. – М. : Ин-т эксперимент. Социологии ; СПб. : Алетейя, 1999. – С. 193–226.

3. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр ; [пер. с фр. Л. Любарской, Е. Марковской]. – М. : Добросвет, 2000. – 258 с.
4. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака [Текст] / Ж. Бодрийяр. – М. : Академический проект, 2007. – 335 с. – (Философские технологии).
5. Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція / Ж. Бодрийяр ; [пер. з фр. В. Ховхун]. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 230 с.
6. Бурдьє П. О телевидении и журналистике [Текст] / П. Бурдьє. – М. : Фонд науч. исслед., 2002. – 160 с.
7. Емелин В. А. «Кванторная механика» телевидения [Текст] / В. А. Емелин, А. Ш. Тхостов // Вопросы философии. – 2011. – № 11. – С. 27–37.
8. Маклюэн М. Г. Понимание медиа: внешнее расширения человека [Текст] / М. Г. Маклюэн. – М. : Гиперборея ; Кучково поле, 2007. – 464 с.
9. Маклюэн М. Г. Телевидение: Робкий гигант [Текст] / М. Г. Маклюэн // Телевидение, вчера, сегодня, завтра. – М., Радио, 1987. – Вып. 7. – С. 169–170.
10. Крилова В. О. Кіно і телебачення як проблема філософської думки ХХ– ХХІ століття [Електронний ресурс] / В. О. Крилова. – Режим доступу : <http://irbis-nbuv.gov.ua>.
11. Kroker A. The Postmodern Scene. Excremental Culture and Hyper–Aesthetics / A. Kroker, D. Cook. – London : Macmillan, 1988. – 320 p.

**Коханевич Оксана. Симулятивная природа телевизионного пространства.** В статье рассмотрена симулятивная природа современного телевизионного пространства. Проанализированы онтологический статус телевизионного изображения, его симулятивное происхождение. Исследованы технические усовершенствования, которые превращают телевидение в искусственную действительность (монтаж, имитация условной съемки, наделение частных событий статусом универсальных и т.д.). Проанализированы «симулятивная гиперреальность» телевизионного экрана и манипуляционное воздействие его «симулякров». Исследованы импlosion смысла и ее влияние на структуру идентичности личности в контексте симулятивной природы телевидения.

**Ключевые слова:** телевидение, телеизображение, образ, иллюзия, импlosion смысла, симуляция, симулякр, гиперреальность, идентичность.

**Kokhanovich Oksana. Simulative nature of television space.** The article deals with the simulative nature of modern television space. The ontological status of a television image and its simulation origins have been analyzed. The technical improvements that transform a television into an artificial reality (a cut, an imitation of shooting conditions, an enabling the private status of universal events etc.) have been investigated. The «simulative hyper reality» of TV screen and convincing effects of its «simulacrum» have been analyzed. The implosion of meaning and its impact on the structure of individual identity in the context of the television's simulative nature have been investigated.

**Key words:** television, TV image, illusion, implosion of meaning, simulation, simulacrum, hyper reality, identity.

Стаття надійшла до редколегії  
17.04.2014 р.

УДК 130. 123; 130, 31

**Віра Мовчан**

### **Діалектика добра й зла в контексті творчих засад життя**

У статті розкрито змістовий обсяг понять «добро» – «зло», їх діалектичні зв'язки та роль у процесах духовного становлення людства й особистості. Простежено закономірності осмислення проблеми в історії етичної думки.

**Ключові слова:** злагода, агресивність, поміркованість, доброзичливість, самоконтроль.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** В нинішньому суспільному просторі добро й зло втрачають свою сутнісну визначеність, що зумовлює потребу віднайти критерії їх оцінки, а відтак визначити ціннісний зміст кожного з понять, оскільки за ним стоїть ставлення людини до