

Людмила Усанова, Ігор Усанов

УСАНОВА Людмила Анатоліївна — кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії Полтавського державного педагогічного університету ім. В.Г.Короленка. Галузь наукових інтересів — соціальна філософія та антропологія.

УСАНОВ ІГОР ВІКТОРОВИЧ — кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії та політології Полтавського університету споживчої кооперації України. Галузь наукових інтересів — антропологія та філософія релігії.

ЛЮДИНА ЯК МЕТАРІЧ В СУСПІЛЬСТВІ СПОЖИВАННЯ

Фундаментальні зміни, які відбуваються в сучасному суспільстві, житті людини, у системі соціального знання осмислюються дослідниками через аналіз досвіду життя в суспільстві «загального добробуту». Його сутнісною рисою є безкінечне множення об'єктів послуг, товарів, результатом чого є створення середовища не людських істот (як це було в минулому), а об'єктів штучної реальності, де речі виступають, насамперед, у знаковій функції. У діяльності людей зростає значення посередників, що носять символічний характер. Ці символічні знакові системи виступають засобом обміну, відносин, які функціонують безвідносно до специфічних характеристик людини. Поглиблення анонімності соціальних зв'язків породжує відчуття незалежності від інших людей, яке може видаватись за свободу. Але іншим боком цього відчуття є нав'язливий мотив самотності у вічно мінливому, мобільному житті. Осмислення закономірностей таких трансформацій є безсумнівно досить актуальним і цікавим, оскільки допоможе виявити можливі тенденції розвитку суспільства та визначити місце особистості в ньому.

Важко не піддатись привабливості тих успіхів, яких досягло виробництво речей, предметів, техніки. Технологічний розум направляє сліпою вірою в те, що мірою успіху служить накопичення багатств (в усіх значеннях), а поняття прогресу інтерпретується лише як зростання матеріального виробництва. Вплив технології настільки широкий, що його наслідки неможливо описати, не те що проаналізувати, тим більше, що багатьох з них ми ще не знаємо: не встигаємо усвідомити якое досягнення, як йому на зміну вже приходять нове, а наслідки ми можемо лише відчувати, але не передбачувати. У цьому прагненні «стати усім» людина втрачає себе, «розпорошується» у світі речей і технологій, забуваючи про своє безпосереднє оточення, про цінність власної особистості. Така можлива перспектива актуалізує дане дослідження, яке сприятиме усвідомленню тих суспільних процесів, у які в суспільстві споживання, включена кожна без винятку людина.

Проблеми сучасних трансформаційних процесів, які охоплюють усі сфери життя (від економіки до приватної сфери) носять комплексний характер і є предметом аналізу експертів різних галузей знання: економіки, соціології, філософії, культурології, психології та інших. Це відомі зарубіжні дослідники Д.Белл, З.Бжезинський, Ж.Бодрійяр, Е.Тоффлер, М.Гайдеггер, Д.Іванов, В.Кутирьов, О.Панарин та цілий ряд інших, які займаються проблемами постсучасного суспільства та його впливами на форми людського життя. Серед вітчизняних дослідників — це роботи В.Андрущенко, М.Михальченка, С.Кримського, В.Пазенюка, М.Поповича та інших, предметом аналізу яких є проблеми самовизначення особистості в контексті сучасних глобальних перетворень, в які включена наша країна.

Метою даного дослідження є аналіз механізмів співіснування людини і штучного світу суспільства споживання. Для її реалізації слід виконати наступні завдання: розглянути специфічні риси суспільства споживання та його вплив на формування людини; проаналізувати теорію симулякрів Ж.Бодрійяра та симуляцію як спосіб існування сучасної культури, а також дослідити їх вплив на зміну принципів людського існування у сучасному світі речей.

Серед всієї сукупності проблем сучасного суспільства займає проблема домінування в житті сучасної людини діяльності по створенню штучного світу, її залежності від світу речей, який поглинає природний. Результатом виключної довіри до машини стає функціоналізований світ, в якому неможливі особистісні стосунки через об'єктивацію і дегуманізацію особистості. Здається, що сьогодні «продукти» рук людини, її винахідливості і особливо її інтелекту постійно погрожують кожному.

Сьогодні очевидно, що зміни, які відбуваються в Україні носять загальний характер і вписані в контекст світових трансформацій. З одного боку, це створює додатковий ризик, а з іншого, — спонукає масштабніше дивитися на безпосередні реалії нашого життя, щоб за своїм і дорогим побачити, можливо, примітивне і чуже, або, навпаки, в простому і очевидному виявити всю глибину змісту. Україна, а разом з нею і ми, стоїмо сьогодні перед множиною складних виборів, результати яких гранично важливі: або ствердження гідного людини життя, або його імітація і символізація. Роботи Ж.Бодрійяра, на базі яких побудоване дане дослідження, хоча й написані кілька десятиліть тому, досить актуальні для осмислення нашої сучасної ситуації. Вони ставлять багато запитань, які актуалізують пошук думки і активну дію, а це головна сьогоднішня практична потреба.

Трансформаційні процеси носять всезагальний, універсальний характер і ці зміни ведуть до формування абсолютно інших механізмів функціонування суспільства, яке дослідники називають по-різному: суспільство технотронної доби (З.Бжезинський), постіндустріальне суспільство (Д.Белл), суспільство Третьої хвилі (Е.Тоффлер). Всі вони підкреслюють визначаючу роль інформаційного простору у даному суспільстві та його вплив на переструктуралізацію соціальних інституцій, форм і ритмів життя, системи цінностей та механізмів особистісного самовизначення. Підвищення ролі посередників та символічно-знаковий характер соціальних зв'язків впливають на віртуалізацію суспільного життя та створення гіперреальності, де матимуть місце не особистісне спілкування і людське порозуміння, а власник електронної картки-коду і системний користувач.

Виробництво будь — якої речі після двох століть технологічної революції не є більше реальною економічною проблемою. Масове виробництво забезпечує заповнення ринку великою кількістю практично однорідних за своїми якостями речами. Проблемою номер один для розвитку економіки є споживання, а точніше — перетворення речей у предмети споживання. Для споживання ця проблема перетворюється в проблему вибору із розмаїття марок — товарних знаків, які повинні засвідчити на речах їх особливість. Ключовою формою діяльності стає споживання. Споживання — це не гра без правил, не «приватна справа» волі й особистої гри. Споживання — спосіб активної поведінки, колективний і добровільно-примусовий.

У пострадянському суспільстві воно виступає як соціальний інститут. Одночасно споживання складає завершену систему цінностей. Це новий і специфічний тип входження людини в суспільство, пов'язаний з виникненням нових продуктивних сил і високопродуктивної економічної системи.

В умовах масового виробництва і масового споживання в якості товару виступає перш за все знак. Соціальний статус товарного знаку вирішує, яких грошей коштує річ, не вказуючи на її реальні властивості і на затрати раці на виробництво. Механізм ціноутворення, що диференціює речі «від Кутюр» і продукцію не менш відомих фірм, адекватно описуються не А.Смітом, К.Марксом чи Дж.Кейнсом, а скоріше Ф.Аквінським. «Справедлива ціна», відповідно середньовічним уявленням, завжди залежить від «походження» пропозиції. Вартість товару характеризується соціальним статусом виробника, а не статус — вартістю, як в еру класичного капіталізму (XVIII — XIX ст.).

«Походження» пропозиції тепер забезпечується рекламою. Реклама створює образ товару чи фірми. Саме ці образи, а не реальні речі обертаються на постмодерністському ринку. Фізичний об'єкт реклами перестає бути означуваним, стає визначаючим. Тому економічний процес, тобто виробництво вартості, покидає конструкторське бюро і конвеєр, і переміщається в офіс маркетолога і консультанта, у рекламне агентство та студію.

Виробляються не речі (шампунь, костюм, автомобіль), а образ (привабливості, впевненості, стильності, унікальності, респектабельності).

Загальноприйнятим стає визначення сучасного суспільства як «суспільства споживання», теоретичною парадигмою якого є ідеї постмодернізму, який ставить за мету остаточне стирання меж між творчістю і промисловим виробництвом, річчю і людиною. Речі олюднені до межі, люди опредметнені до повної залежності. Сучасна людина, за одним з поширених образів, є єдиним тілом-протезом, тобто невідчужуваний синтез живої плоті і наукової технології. Електрика, зв'язок, транспорт, телебачення, комп'ютери, вся побутова інфраструктура перетворили сучасного обивателя на фантастичного кіборга, в якому живе і мертво переплелися настільки, що ніхто не ризикне вже розділити точно річ і людину. «Нові технології, нові машини, нові зображення та інтерактивні екрани разом зі мною складають цілісне коло. Відео, телевізор, комп'ютер — ці контактні лінзи спілкування, ці прозорі протези — складають єдине ціле з тілом, навіть так, що стають генетично його частиною... Усі наші контакти з сітями та екранами, вільні чи невольні, є відношеннями поневоленої (але не відчуженої) структури. Важко сказати, чи йдеться в даному випадку про людину чи про машину», — зауважує Ж.Бодрійяр [3, с.43].

Сфера сучасного суспільного побуту — споживання товарів, речей стала предметом строгого наукового дослідження та глибокої соціальної критики Ж.Бодрійяра. Споживання, на його думку, — це характерно сучасний феномен, що визначає ознаку так званого суспільства достатку. У такому суспільстві використання речей не обмежується їх простим практичним вживанням (яке мало місце завжди і всюди, про що вже говорилося) або навіть їх вживанням як знаків відмінності, багатства, престижу і т.д. (що теж зустрічається у всіх людських суспільствах). Споживання — це інтенсивний процес вибору, організації і регулярного оновлення, побутових речей, в якому неминуче бере участь кожний член суспільства.

Як зазначає філософ «віртуалізація суспільства — радикальна трансформація способу існування Західної цивілізації» [3, с.12]. Процес модернізації як реалізації цінностей, суть яких у забезпеченні існуючим, перетворюється у такий процес, коли відносини між людьми приймають форму відносин між речами. Система речей, праця постають в якості «знаків реального», що кодують імператив соціальної інтеграції у ситуації «втрати» самої соціальної реальності, спричиняючи процес віртуалізації суспільства. Сучасність знаходиться «у стані симуляції, яка ставить під сумнів різницю між «істинним» і «хибним», між «реальним» і «уявним»... Симулювати — це вдавати, що в тебе є те, чого ти не маєш» [4, с.8].

Сучасну епоху Ж.Бодрійяр називає ерою гіперреальності, яка породжується симулякрами та симуляцією і немає під собою ніякої реальної підстави. Що стосується походження цього терміну, то поняття симулякра («видимість», «подібність») в європейській філософії існувало з античності. Схема його репрезентації сформульована ще Платоном: наявна ідеальна модель-оригінал (ейдос), по відношенню до якої можливі правильні чи неправильні імітації. Правильні імітації-копії характеризуються своєю подібністю (з моделлю), а неправильні імітації-симулякри — своєю відмінністю (від моделі і один від одного), але спільним для обох є співвіднесеність, позитивна чи негативна, з трансцендентальним зразком. Ця платонівська теорія симулякра була відтворена Ж.Дельозом (у його роботі «Логіка смисла»), де він висунув завдання звільнення симулякрів від прив'язаності до моделі: «Симулякр не просто вироджена копія, в ньому прихована позитивна сила, яка заперечує і оригінал, і копію, і модель, і репродукцію» [2, с.13].

Ж.Бодрійяр переніс це поняття зі сфери чистої онтології та естетики в простір сучасної соціальної реальності, яка масово виробляє самодостатні, незалежні від трансцендентних зразків симулякри і все більше формує з них життєве середовище сучасної людини. У своїй роботі «Символічний обмін і смерть» він пропонує історичну схему «трьох порядків» симулякрів, які змінювали один одного в Новоевропейській цивілізації від Відродження до наших днів: «підробка — виробництво — симуляція». Описуючи соціальний простір дослідник визначає, що симулякр першого порядку діє на основі природного закону цінності,

симулякр другого порядку — на основі ринкового закону вартості, симулякр третього порядку — на основі структурного закону цінності [2, с.111].

У цій трьохчленній схемі можна помітити асиметрію, пов'язану з неоднорідністю об'єктів, які стають «моделями» для симулякрів: якщо підробка (наприклад, імітація дорогих матеріалів у одязі або архітектурному оздобленні) і виробництво (виготовлення серійних, ідентичних один одному промислових виробів) стосується матеріальних речей, то симуляція застосовується скоріше до процесів (симуляція вчинків, діяльності) або символічних сутностей (Диснейленд і т.п.). До третього порядку симулякрів він відносить усі сучасні феномени, зокрема гроші, громадську думку, моду, рекламу, медіа тощо, які функціонують за принципом символічного обміну.

У «Символічному обміні...» акцент робиться на суто діяльні аспекти симуляції, де немає ні речі як такої, ні навіть речовини. Таким, наприклад, є симулятивна відповідь при соціологічному опитуванні: «... тест і референдум представляють собою ідеальні форми симуляції: відповідь підказується питанням, наперед моделюється/позначається ним» [2, с.132].

Поняття симулякра і симуляції виступають методологічним інструментом аналізу сучасного світу символів, знаків, кодів, які маніфестують собою гіперреальність — видимість (за Ж.Бодрійяром), наповнену різноманітними предметами, товарами, речами. «Сьогодні вся система схиляється до недетермінованості, будь-яка реальність поглинається гіперреальністю кода і симуляції. Саме принцип симуляції керує нами сьогодні замість попереднього принципу реальності. Цільові установки зникли, тепер нас породжують моделі. Більше немає ідеології, залишились одні симулякри» [2, с.45].

А тому не дивно, що Бодрійяра цікавлять не стільки самі речі, які «визначаються залежно від їх функції чи розділені на ті або інші класи для зручності аналізу, а процеси людських взаємостосунків, систематика виникаючих на цій підставі людських вчинків і зв'язків» [1, с.14]. У цьому ж дусі багато сучасних філософів визначають речі в якості субстрата певних людських відношень. Наприклад, у М.Фуко, Ж.Дерріди речі прямо перетворюються у спосіб людського висловлювання, вербальний конструкт, а у Ж.Лакана речі є носіями людського задоволення, бажання.

Купуючи речі, людина прагне до вічно вислизуючого ідеалу — модного зразка-моделі, випереджає час завдяки покупці в кредит, намагається зафіксувати і привласнити собі час, збираючи старовинні, колекційні речі. Для ствердження і регулювання такого способу поведінки з речами служить реклама, мета якої — не стільки сприяти продажу того або іншого конкретного товару, скільки упроваджувати в свідомості людей цілісний образ суспільства, що «обдаровує» своїх членів матеріальними благами. Варто включити телевізор і дочекатися найближчої рекламної паузи. Глядача «навантажуватимуть» новим телевізором, холодильником, автомобілем, електрочайником і т.п., за вас уже вирішили, що ви хочете і що вам потрібно. Дуже складно встояти перед рекламним «приманками».

Сьогодні ж людина стоїть перед проблемою вибору у різнобарвному велетенському супермаркеті і вже важко сказати кому належить вирішальна роль: людині, яка вибирає товари, чи товарам, які «спокушають» (за Бодрійяром) споживача і спонукають його до вибору.

Ми вибираємо і вибираємо, ми не можемо не вибирати та ми й не маємо права не вибирати, це наше невід'ємне право, що стало необхідністю і обов'язком і є нашою приреченістю у світі речей. На єдину річ ми не маємо права вибору, — це відмовитися від вибору. Ми безвідмовні автомати вибору, ми включені в систему виробництва, як остання ланка у виробництві — це споживання. Без цієї ланки всі попередні цикли втрачають смисл свого існування втрачають мету, система руйнується. На людину лягає відповідальність не за її власне існування, не за її унікальну сутність і її здійснення у світі, а відповідальність за безперебійне існування системи, яка все суспільство робить власним заложником, шантажуючи його хаосом у разі збою системи виробництва, або системи суспільних зв'язків.

Досить показовими в цьому відношенні є інструкції функціонування освітянської індустрії «Діяльність вищої школи повинне спиратися на той факт, що всередині стратифікованого суспільства функціонують канали вертикальної стратифікації та існує механізм контролю, який «просіває» членів суспільства і визначає їм те чи інше місце у суспільстві. Такий механізм повинен включати наступні процедури: *сертифікацію* на відповідність; *селекцію* на виконання соціальних ролей; *розподіл* по соціальним стратам» [5, с.38].

Людина це автомат споживання та виробництва щастя — таким є замкнутий цикл високих технологій. У цьому циклі людський ресурс — це також і нова сировина системи, нове джерело автономного, автоматичного, само- (грец. авто) буття суспільних систем. Людина із творця перетворюється на продукт споживання і стає споживачем людських якостей. І уже незрозуміло де вона справжня, а де сертифікований набір функцій і якостей, маска стає невід'ємним атрибутом, який підміняє сутність.

Відповідно, людина із суб'єкта розвитку перетворюється в компонент людино-машинної цивілізації. Виникає феномен техносфери як постійно зростаючого штучного середовища, яке пригнічує природне і еволюціонує з неменшою жорстокістю. Біосфера поступається місцем не ноосфері, а «дайбосфері», світу панування машин, світу механізованих людей та олюднених машин, цілому світу штучних істот, які ведуть себе як живі. Відомо, що до робота і персонального комп'ютера часто ставляться як до розумної істоти, дають їм ім'я, звертаються як до рівної собі свідомої і відповідальної істоти. Але все більше і більше віддаючись на милість машини, попадаючи у все більшу залежність від неї, людина, у решті-решт, втрачає контроль над нею, і машина, яка з самого початку повинна була допомагати людству досягнути панування над силами природи і покращити життя на землі, сама стає володарем над своїм творцем. «Якщо люди мріють про оригінальні та «геніальні» машини, то тому, що вони зневірилися у своїй самотності або ж визнають за краще від неї відмовитись і користуватися машинами, які встають між ними. Оскільки те, що пропонують машини є маніфестацією думки, і люди, керуючи ними, віддаються цій маніфестації більше, ніж самій думці» [3, с.38].

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що наш час є поворотною точкою появи і розгортання нової людської природи. Теперішня людяність здійснюється і досягається у суспільній людинотворчості, а новим продуктом виробництва стає постлюдина, як найвища мета системної творчості. Сутність людини переходить не в соціальну, а в віртуальну реальність, коли людина має справу з симуляцією свого власного існування. Симулякр людяності — кращий від самої людини.

Нова економіка зайнята не самими грошовими обігами, а налагодженням системи постіндустрії. Продуктом її виробництва є бренди нової і успішної людини, що відповідають умовам загальнолюдських цінностей, а отже і є товаром широкого вжитку. Ідеали стають еталонами і підлягають безкінечному тиражуванню як суспільні стандарти. Розібрана на різні функціональні характеристики, а потім знову зібрана у реальності віртуалізованих речей, людина є найвище досягнення у суспільстві споживання, вона є найдовершенішим продуктом, і першою серед всіх речей.

Людина у світі речей, є сертифікованим інноваційним продуктом, є метаріч, по необхідності декорована або національними, або професійними, або статевими (по вибору) ознаками, але така, що втратила свою власну таємницю і свою справжню сутність. Такий стан речей вимагає нових підходів до гуманітарної сфери, відновлення вікових цінностей і суспільних зв'язків, що допоможуть залишатись «нашій людині» людиною перед новими хвилями гіперреальності.

Література

1. *Бодрийяр Ж.* Система вещей. — М., 2001.
2. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. — М., 2000.
3. *Бодрийяр Ж.* Прозрачность зла. — М., 2000.
4. *Бодрийяр Ж.* Симулякри і

симуляція. — Київ, 2004. **5.** *Іванов С.М.* Філософія. /Методичні рекомендації для слухачів педагогічного факультету МПМК. — Київ, 2006. **6.** *Тоффлер Е.* Третя хвиля. — Київ, 2000.

Надійшла до редакції 19.01.2007 р.