

ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК СИМУЛЯКР СУЧАСНОСТІ (типологія рівнів трансформації свідомості суспільства у зв'язку з розташуванням телевізора в домашньому просторі)

Олександр Холод

*Київський міжнародний університет,
вул. Львівська, 49, 03179, м. Київ, Україна,
e-mail: akholod@ukr.net*

У статті вивчено телебачення як симулякр сучасності з позицій аналізу кореляції між факторами “рівні трансформації свідомості суспільства”, “дохід населення України” та “місце розташування телевізора в домашньому просторі”. Запропоновано чотири типи згаданих рівнів.

Ключові слова: телебачення, симулякр, трансформація свідомості, рівні трансформації свідомості, телевізор.

Проблема, якій ми присвятили дослідження, полягає в тому, що нині майже не розглядається питання про телебачення як симулякр сучасності. Наше дослідження спрямоване саме на з'ясування того, чому телебачення виконує роль замітника реальності (симулякра) як інструмента трансформації свідомості суспільства у зв'язку з розташуванням телевізора в просторі помешкання телеглядача.

Об'єктом свого дослідження ми обрали трансформацію свідомості суспільства, *предметом* – типологію рівнів трансформації свідомості суспільства у зв'язку з розташуванням телевізора в домашньому просторі.

Мета нашої наукової розвідки полягає в тому, щоб визначити конкретні типи рівнів трансформації свідомості суспільства у зв'язку з розташуванням телевізора в домашньому просторі.

Хід дослідження

Після аналізу праці **Жана Бодрійєра** “Симулякри і симуляція” (1981) [1] ми схильні називати телебачення симулякром сучасності. Стисло здійснимо аналіз деяких думок Ж. Бодрійєра, які, на наш погляд, є дотичними до обговорюваного предмета дослідження.

Ж. Бодрійєр стверджував, що сучасний світ є “каталогізованим, проаналізованим, а потім штучно відродженим на зразок реального – в світі симуляції, галюцинації істини, шантажу реального, убивання будь-якої символічної форми та її істеричною історичною ретроспекцією – убиванням, першими жертвами якого (положення зобов'язало) стали Дикуни, але яке вже давно поширилося на всі західні суспільства” [1]. Навряд чи можна не погодитися з мислителем. Варто занотувати лише, що світ став каталогізованим і з шантажем реальності, штучно відродженим на зразок реального завдяки і через телебачення як артефакт (штучне утворення) сучасності. І сучасність, під впливом телебачення (мас-медіа взагалі) набула ознак псевдореальності, гіперреальності.

Теорія Ж. Бодрійяра [1] пропонує розглядати реальний світ як світ нереальний. Недарма Нео – герой епохального фільму “Матриця” – у руках тримає книгу Ж. Бодрійяра “Симулякри та симуляції”. Саме вчення дослідника найбільш відповідає ідеї згаданого фільму: якщо ви вважаєте, що живете в реальному світі, це ще не означає, що ви в ньому живете. Світ реальний помінявся місцями зі світом уявлень, фантазій, електронних копій, дублікатів та симулювання реальних стосунків між людьми. За сюжетом фільму “Матриця” будь-який герой може повернутися до реального світу шляхом телефонного дзвінка. Через телефонний дріт той, хто телефонує, повертається в нереальний світ, який ми вважаємо за реальний. Жан Бодрійяр наводить приклад утворення копії реального і втрати реальних функцій оригіналу справжніх історичних речей. “...Під завісою спасіння оригіналу, відвідувачам заборонили доступ до гротів Ласко, але за п’ятсот метрів збудували їхню точну копію” – повідомляє дослідник. Кожний відвідувач може побачити реконструкцію гротів. Можливим у такому випадку, як вважає Ж. Бодрійяр, стає факт того, що “пам’ять про оригінальні гроти зникне зі свідомості прийдешніх поколінь і тоді зникнуть розбіжності” між оригіналом і копією. Висновок Ж. Бодрійяра парадоксальний: “дублювання достатньо, аби обидва об’єкти стали однаково штучними” [1, с. 14]. Отже, будь-який об’єкт реальності при його дублюванні поступово втрачає свою цінність як оригінал і перетворюється на симулякри (“знаки або несамототожні феномени, які направляють до чогось іншого, і саме тому симулятивні” [3]). Таким феноменом, артефактом, на наш погляд, нині є телебачення, яке було створене для людини, аби задовольнити її прагнення “бачити далеко”, бачити те, що відбувається далеко за межами локального реального простору, у якому людина існує. Але, ставши артефактом (штучним створенням), телебачення поглинуло реальність. Сама реальність перетворилася на штучність, яку можна будь-коли увімкнути, будь-що про неї сказати, будь-як її оцінити/не оцінити або й зробити вигляд, що телевізійної реальності не існує. Важко у такому випадку не погодитися з висловленням Ж. Бодрійяра про те, що дублювання достатньо, аби обидва об’єкти (телебачення і реальність) стали однаково штучними. Можливо з приходом у наше життя телебачення реальність перестала існувати, злилася з телевізійною проекцією та комп’ютерними псевдообразами і перетворилася на гіперреальність?

Основні положення теорії симулякрів Ж. Бодрійяра можна викласти у декількох положеннях.

1. Весь світ складається з уявної реальності, яка не існує насправді.
2. Простір, що оточує людину, наповнений знаками (симулякрами), які є заміниками реальності, оскільки за знаками нічого не міститься.
3. Простір, який автор називає “гіперреальність” – симулятивний. Він симулює реальність. Іншими словами, за реальністю нічого не стоїть.
4. Існує якнайменше три види симулякрів, а саме: 1) копії, які не є функціональними у суспільстві; 2) функціональні аналоги, що виконують у суспільстві певну роль; 3) суто симулякри, до яких автор запропонував віднести гроші, моду й громадську думку [1].

Наше бачення телебачення як симулякра спирається на основні положення теорії Ж. Бодрійяра про симулякри та бачення мислителем сучасної реальності і

телебачення в ній, а також оцінка філософом ролі комунікації у суспільстві споживання, що викладено автором у праці “До критики політичної економії знаку” (1972).

Аналізуючи працю Ж. Бодрійяра “До критики політичної економії знаку”, у розділі “Наочна практика і практика ритуальна: TV-предмет” зустрічаємо думку про те, що “Вивчення телебачення на найпершому рівні дає певне уявлення про різні кореляції між, з одного боку, мірою його поширення, об’ємом користування і, з іншого боку, соціально-професійною категорією, доходами і рівнем освіти” [2]. Справді, кореляція досить відчутна. Наприклад, дохід на душу населення в Україні за 2012 рік сягає \$ 3 877 США [5] (31 тис. 16 грн), що на один місяць складає 2 584 грн 66 коп. При цьому треба врахувати, що прожитковий мінімум для середнього українця від 1.01.2012 року до 1 грудня 2012 року складав діапазон відповідно від 1017 грн до 1095 грн (середній показник прожиткового мінімуму складає **1056 грн**). Для працездатних осіб прожитковий мінімум складав у 2012 році: з 1 січня – 1073 грн., з 1 квітня – 1094 грн., з 1 липня – 1102 грн., з 1 жовтня – 1118 грн., з 1 грудня – 1134 грн [4]. Іншими словами, діапазон показників прожиткового мінімуму для працездатних осіб склав від 1073 грн до 1134 грн (у середньому за 2012 рік – **1103 грн 50 коп**).

Треба брати до уваги, що законом також було встановлено на 2012 рік розмір мінімальної заробітної плати у місячному розмірі: “з 1 січня – 1073 грн., з 1 квітня – 1094 грн., з 1 липня – 1102 грн., з 1 жовтня – 1118 грн., з 1 грудня – 1134 грн” [4] (у середньому заробітна плата у місячному розмірі у 2012 році склала **1103 грн 50 коп**).

Отже, 2012 року в Україні маємо такі показники:

- дохід ВВП на душу населення - 2 584 грн 66 коп;
- середній показник прожиткового мінімуму для середнього українця - 1056 грн 00 коп;
- середній показник прожиткового мінімуму для працездатного українця - 1103 грн 50 коп;
- середня заробітна плата у місячному розмірі - 1103 грн 50 коп.

Згадаємо про декларацію Ж. Бодрійяром положення економічної кореляції між, з одного боку, мірою поширення телепродукту, об’ємом його користування і, з іншого боку, соціально-професійною категорією, доходами і рівнем освіти телеглядачів. Мова не йде про Францію або Катар, які є досить розвинутими країнами світу. Мова – про Україну і про її телепродукт і телеглядачів. Для виявлення кореляції між телепродуктом і телеглядачем в Україні треба порівняти, з одного боку, вартість якісного телевізійного приймача (із цифровим зображенням) і, з іншого боку, рівнем доходів, а також – рівнем освіти і соціально-професійним рівнем телеглядачів.

Отже, 2012 року за даними сайту <http://euro-technika.com.ua/shop/category/televizory> [6] вартість дешевих телевізійних приймачів із цифровим зображенням була такою:

- LED телевізор 19” Electron 19-981 - 1249 грн;
- LED телевізор 29” Electron 29-983 - 2449 грн;
- LCD телевізор 32” Sharp LC-32SH130E - 3099 грн.

При елементарному підрахунку стає очевидним, що при середній заробітній платі у місячному розмірі 1103 грн 50 коп жодний з українців у 2012 році не зміг би при-

дбати якісний телевізор мінімальної ціни, не позбавивши родину необхідних харчових продуктів, одягу, взуття. Отже, думка Ж. Бодрійяра про різні рівні кореляції між мірою поширення телебачення і доходами населення має серйозні підстави, аби замислитися над результатами згаданого співвіднесення. Зрозумілим є також і те, що коли телеглядач сприймає неякісне телевізійне зображення, його уявлення про події, що зображуються завдяки такому, трансформує сприйняття, трансформує образ і картину світу. Змінюється не тільки особистісне уявлення про світ і події в ньому, але, що найнеприємніше, дорослий телеглядач, який неправильно, неточно формує образ побаченого по телебаченню, інтерпретує викривлений власний образ своїм дітям, рідним і знайомим. Сам телеглядач підлягає інмутації, але – що гірше – він спричиняє інмутацію картини світу того, кому він передає власні враження від переглянутого по неякісному телебаченню.

Без сумніву, рівень освіти також впливає на ступінь кореляції між змістом телевізійної продукції та його інтерпретацією. До того ж, треба зважати і на так зване соціальне походження, рівень виховання телеглядача, які, вочевидь, є коліями у спрямованості сприйняття та інтерпретації телевізійного контенту. Згадані чинники є визначальними у процесі трансформації суспільства під впливом телевізійної продукції.

Цікавою думкою Ж. Бодрійяра вважаємо ту, де автор повідомляє про різні типи інтерпретації згаданої раніше кореляції, яка залежить від відповіді на питання: телебачення є TV-предмет чи засіб комунікації? Ж. Бодрійяр вважає, що предметний (знаковий) статус протиставляється об'єктивній функції. І саме така розбіжність співпадає з “розрізненням цінності знакового обміну і мінової вартості” [2]. Свідомість телеглядача у випадку сприйняття телевізора як TV-предмета орієнтована на трансформацію в одному напрямі – споживацькому. Свідомість телеглядача, який вважає телевізор засобом комунікації, також буде трансформуватися у своєму напрямі – телевізор буде вважатися не більше як засобом. І не важливим буде якість його зображення. Важливим буде та інформація, якою телеглядач буде насичуватися. Цікавим є те, що і у першому, і у другому випадках трансформація свідомості телеглядача відбуватиметься.

Продуктивною, на наш погляд, думкою Ж. Бодрійяра є констатація різних рівнів розташування TV-предмета (телевізора як предмета, що стає на рівень з іншими предметами кімнати, оселі) залежно від соціального діапазону запитів і соціального прошарку та класу індивідів. Наприклад, представники нижчого соціального класу купують телевізор як предмет гордості і розташовують його на “постаменті” (на високій тумбочці, підставці, комоді), рівень якого знаходиться вище за рівень очей людини, що сидить. Представники середнього класу не вважають телевізор предметом достатку, а купують його заради необхідності бачити і сприймати нову інформацію. Телевізор у таких оселях “посідає” місце на рівні очей людини, яка сидить: таким чином підсвідомо підкреслюється функціональність TV-продукту як необхідного предмету. Представники вищого соціального класу суспільства не роблять проблеми з місця розташування телевізора: частіше в забезпечених домах телевізор не є атрибутом гордості. Він не є предметом, яким пишаються і виставляють напоказ. Телевізор у багатих людей може знайти собі місце на підлозі, набагато нижче рівня очей людини, яка сидить на кріслі. Так само, додамо від себе, телевізор, який стоїть на підлозі, може маркувати ставлення до нього як до неосновного предмета серед інших предметів і меблів в оселі, де мешкають ледачі

люди або невибагливі мешканці. Перегляд телебачення у таких людей не є провідним у житті, до телевізора підходять рідко, у такому випадку, він не є функціональним.

Маємо висловити власне ставлення до описаних Ж. Бодрійяром місць розташування телевізора в оселях людей, які відносяться до різних соціальних класів у суспільстві. Ми вважаємо доцільним констатувати, що місце розташування телевізора в кімнаті, оселі є яскравим маркером рівня трансформації свідомості індивідів та їхніх родин. Пропонуємо типологію диференціації рівнів трансформації свідомості суспільства у зв'язку з розташуванням телевізора в домашньому просторі.

1-й тип трансформації свідомості – початковий.

Опис: телевізор стоїть на підлозі або на рівні, що є нижчим від рівня очей людини, яка сидить у кріслі.

Значення: слабка, початкова трансформація свідомості.

Типологічна віднесеність індивідів до певного соціального класу: вищий соціальний клас, вищий середній клас.

Характеристики: багаті люди; ті, що мають зарплату, що в декілька разів перевищує середню зарплату в країні; мають власні підприємства; належать до політичної чи мистецької еліти країни; невибагливі, захоплені власними ідеями, заангажовані, зайняті роботою, цілеспрямовані і зосереджені на виконанні важливих справ, “пофігісти”, відморожені, алкоголіки, наркомани.

2-й тип трансформації свідомості – середній.

Опис: телевізор стоїть на невеличкому столику, підставці або на рівні очей людини, яка сидить у кріслі.

Значення: не сильна, середня трансформація свідомості.

Типологічна віднесеність індивідів до певного соціального класу: вищий середній клас, середній середній клас.

Характеристики: заможні люди; ті, що мають трохи більший достаток, ніж середній; мають зарплату, що є трохи вищою, удвічі-утричі більшу за середню в регіоні; обіймають керівничі посади або керівників середньої ланки менеджменту; мають вищу освіту; мають престижний для регіону фах або рід діяльності.

3-й тип трансформації свідомості – потужний.

Опис: телевізор стоїть на високому столику-п'єдесталі, підставці або вище рівня очей людини, яка сидить у кріслі.

Значення: сильна, потужна трансформація свідомості.

Типологічна віднесеність індивідів до певного соціального класу: середній нижчий клас, нижчий клас.

Характеристики: незаможні люди; ті, що не мають достатку; мають зарплату, що є середньою або удвічі-утричі нижче за середню у бідній країні; є підлеглими і виконавцями; заздять керівникам; (не)мають середню освіту; мають непрестижний фах або рід діяльності; люди, що заздять сусідам і заможним; ображені на світ забезпечених та освічених людей.

4-й тип трансформації свідомості – маніакальний.

Опис: телевізор висить на видному місці, високо на стінці і нагадує картину, є центром оселі; на рівні очей людини, яка стоїть або сидить на високому стільці.

Значення: погранична з хворобою або хвороблива (маніакальна) і нав'язлива трансформація свідомості.

Типологічна віднесеність індивідів до певного соціального класу: вищий, середній чи нижчий соціальний клас.

Характеристики: багаті, заможні, незаможні, бідні люди; мають різні розміри достатку; мають різну зарплату; (не)обіймають керівничі посади або керівників середньої ланки менеджменту; (не)мають вищу, середню освіту; мають (не)престижний фах або рід діяльності.

Висновки

1. На початку дослідження була поставлена мета визначити конкретні типи рівнів трансформації свідомості суспільства у зв'язку з розташуванням телевізора в домашньому просторі. Поставлена мета була досягнута повністю.

2. В оглядовій частині дослідження було встановлено, що відповідно до теорії симулякрів Ж. Бодрійяра свідомість телеглядача у випадку сприйняття телевізора як TV-предмета орієнтована на трансформацію в одному напрямку – споживацькому. Отже, впливає, що телебачення виконує роль симулякра, або замітника реальності. Таким самозамінником реальності треба вважати й телевізор.

3. Встановлено також, що думка Ж. Бодрійяра щодо різних рівнів кореляції між мірою поширення телебачення і доходами населення є вірною для України.

4. На підґрунті аналізу пропозицій Ж. Бодрійяра запропоновано чотири типи рівнів трансформації свідомості суспільства у зв'язку з розташуванням телевізора в домашньому просторі.

Список використаної літератури

1. Бодрійяр Ж. Симулякри і симуляція / Жан Бодрійяр [перекл. В. Ховхун]. – К. : Видавництво Соломії Павличко “Основи”, 2004. – С. 25, 134, 137, 145; також див. : Бодрійяр Ж. Симулякри и симуляция [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки : http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml (дата звернення 12.05.2013). – Назва з екрану.
2. Бодрійяр Ж. К критике политической экономии знака [Електронний ресурс] / Жан Бодрійяр. – Режим доступу до сторінки : <http://lib.rus.ec/b/373819/read> (дата звернення: 12.05.13). – Назва з екрану.
3. Бодрійяр Ж. [Електронний ресурс] / Жан Бодрійяр. – Режим доступу до сторінки : http://ru.wikipedia.org/wiki/Бодрийяр,_Жан (дата звернення: 28.06.13).
4. В Україні тепер прожитковий мінімум 1017 грн, а мінімальна зарплата – 1073 грн [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки : <http://www.vistkar.com/ukraine/v-ukrajini-teper-prozhytkovyyj-minimum-1017-hrn-a-minimalna-zarplata-1073-hrn.html> (дата звернення: 20.05.13). – Назва з екрану.
5. Список стран по ВВП [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки : http://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_по_ВВП
6. (дата звернення: 02.05.13). – Назва з екрану.
7. Телевізори [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сторінки : <http://euro-technika.com.ua/shop/category/televizory> (дата звернення: 21.07.2012). – Назва з екрану.

Стаття надійшла до редколегії 10.09.13

Прийнята до друку 08.10.13

**TELEVISION AS A SIMULACRUM OF MODERNITY
(typology of levels of consciousness transformation
of society in connection with a TV in the home space)**

Alexander Kholod

*Kyiv International University,
Lviv Str., 49, 03179, Kyiv, Ukraine,
e-mail: akholod@ukr.net*

This article examines television as a simulacrum of modernity from the standpoint of analyzing the correlation between the factors “levels of transforming the consciousness of society”, “income population of Ukraine” and “location of the TV in the home space”. Proposed four types of these levels.

Key words: television, simulacrum, transformation of consciousness, levels of consciousness transformation, TV.

**ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК СИМУЛЯКР СОВРЕМЕННОСТИ
(типология уровней трансформации сознания общества
в связи с расположением телевизора в домашнем пространстве)**

Александр Холод

*Киевский международный университет,
ул. Львовская, 49, 03179, г. Киев, Украина,
e-mail: akholod@ukr.net*

В статье изучается телевидение как симулякр современности с позиций анализа корреляции между факторами “уровень трансформации сознания общества”, “доход населения Украины” и “местоположение телевизора в домашнем пространстве”. Предлагается четыре типа упомянутых уровней.

Ключевые слова: телевидение, симулякр, трансформация сознания, уровни трансформации сознания, телевизор.