

видавничого руху та самосвідомості народу. Вивчення діяльності преси того періоду дозволяє глибше зрозуміти механізми національного пробудження українців, а також виявити її значення як інструменту культурного опору, самоорганізації та становлення модерної української нації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бойко А. Преса православної церкви в Україні 1900–1917 рр.: Культура. Суспільство. Мораль. Дніпро, 2002. 308 с.
2. Летопись Екатеринославской ученой архивной комиссии (1904– 1915): Бібліографічний довідник. Київ, 1991. 43 с.
3. Бібліографія української преси 1816–1916. Київ, 1930.
4. Ігнатієнко В. Українська преса (1816–1923): Історико- бібліографічний етюд. Київ, 1926.
5. Кривецький І. Перша газета на Україні. Київ, 1927.

Аметова Есма

Науковий керівник – доц. Грушко Віктор

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І СПОЖИВЧІ ЦІННОСТІ: ЯК СВІТ СТАЄ ВСЕ БІЛЬШ ОДНОМАНІТНИМ

У статті здійснений теоретичний аналіз ідей провідних мислителів постмодернізму, таких як Ж. Бодріяр, З. Бауман, які вивчали питання глобалізації, її культурних, економічних, соціальних наслідків, роль у цих процесах споживачських цінностей, їх вплив на формування одноманітності суспільства, втрату людьми своєї індивідуальності, розуміння ними сенсу свого життя та суспільної динаміки. Досліджено стан в якому перебуває сучасне суспільство. Виявлено кризову явища які опанували суспільну свідомість на нинішньому етапі розвитку соціуму. Окреслено причини формування знеособлюваної одноманітності і шляхи її подолання. Ключові слова: глобалізація, плинність, симулякр, суспільство споживання, фрагментарна свідомість. Постановка проблеми. Світ в якому доводиться жити сучасникам найбільш швидкоплинний, динамічний і великий в якому доводилось жити людству за всю його історію. Науково-технічний прогрес дозволив водночас об'єднати людство у глобалізоване ціле, за допомогою надвисоких швидкостей засобів зв'язку і транспорту зблизити віддалені частини світу, людей у них, радикально пришвидшити комунікацію їх між собою, а також спричинити необхідність жити і реалізовувати задумане в умовах повсякчасних змін. Головним мотиватором людей, втягуватись у цей динамічний процес, стало їх прагнення безперервно збільшувати кількість і якість свого споживання. Таким чином світ на нинішньому етапі постає в якості коловороту виробництва, розподілу, обміну і споживчих благ, масштаби якого безперервно зростають. При цьому людина у цьому динамічному процесі втрачає свою суб'єктність, індивідуальність і навіть волю до незалежності від панівного у світі процесу. У статті проаналізовано вплив глобалізаційних процесів на формування споживачських цінностей у сучасному суспільстві та стандартизації поведінки людей у ньому; здійснено спробу аналізу методів впливу сучасних медіа та реклами на світоглядні парадигми на основі праць таких видатних вчених: Ж. Бодрієра, З. Баумана та Б.-Ч. Хана. Метою даної статті є визначити

ключові чинники впливу глобалізаційних процесів на формування свідомості суспільства, що націлене на споживацькі пріоритети. Аналіз досліджень та публікацій. Дана тематика одержала свій розвиток у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених як Ж. Бодріяра, З. Баумана, М. Постера, Б-Ч. Хана, М. Поцюрко, П. Облапа. Виклад основного матеріалу. Сучасна людина губить себе у зростаючому темпі життя, в який вона втягується у гонитві за споживанням щораз більших обсягів найрізноманітніших благ, що манять її спокусою досягнути омріяного щастя. Значною мірою сформована, існуючими реаліями, гонитва за споживанням і процес споживання стає причиною перетворення життя людей в одноманітне, в якому немає місця умиротвореному спогляданню, можливості для переживання гармонійної збалансованості всього зі всім, творенню. Науково-технічні перетворення та обумовлені ними прискорення темпу життя і глобалізаційні процеси, поєднання найрізноманітніших частин людства в єдине функціональне економічне ціле, виступили рушієм цих стресогенних процесів у свідомості та психіці мільйонів людей. Одним із ключових факторів, який забезпечив процес єднання несхожих між собою культурних світів стали споживчі цінності, пріоритетну значимість яких у своєму житті змогли визнати, незалежно один від одного, люди практично у всіх 3 соціумах, незалежно від сформованих у них традицій, релігійних переконань і рівня соціально-економічного розвитку. Споживацтво, з одного боку стало спільним знаменником поєднання всіх зі всіма, однак разом з цим, стало причиною утвердження одноманітності у житті людей. Одноманітність життя, у свою чергу, посилює безликість, а разом з цим обезцінює навички творення нового, нестандартного, здатного змінювати рутину безперервно повторюваної повсякденності, на процес якісних перетворень у напрямку урізноманітнення та гармонізації неповторностей, що мають можливість розкривати свій унікальний потенціал. У свою чергу, споживацькі цінності, відіграли свою особливу роль у процесі єднання людства і досягнення ним сучасного глобалізованого стану з його позитивними та негативними аспектами. Зокрема, польський соціолог та філософ Зигмунт Бауман у своїй праці «Глобалізація: наслідки для людини і суспільства», розглядаючи процес глобалізації, наголошував на його амбівалентному характері, де руйнівні та звільняючі сили тісно переплетені. Його основна ідея полягає у тому, що глобалізація призводить до «стискання світу», роблячи відстані менш значущими, посилюючи взаємозалежність. Однак, цей процес не є універсальним і рівномірним, він створює нові форми, нерівності та фрагментації. З одного боку, Бауман визнає потенційні позитивні аспекти глобалізації, зокрема розширення можливостей для комунікації, культурного обміну та економічного зростання. З іншого, піддає глобалізацію гострій критиці, наголошуючи на її деструктивних наслідках. Він стверджує, що глобалізація породжує відчуття «текучості» та нестабільності, руйнуючи усталені соціальні структури, традиції та ідентичності. Зростаюча мобільність капіталу та інформації контрастує з обмеженою мобільністю людей, створюючи нові лінії поділу між «глобальними» елітами, які вільно переміщуються світом, та «локальними», прив'язаними до певних місць і позбавлених глобальних можливостей. Бауман також критикує індивідуалізацію, що посилюється глобалізацією, де відповідальність за успіх

чи невдачу покладається переважно на окрему людину, послаблюючи соціальну солідарність та колективну підтримку. Він вказує на 4 зростання невизначеності та тривожності в «текучому сучасному» світі, де старі орієнтири втрачають свою силу, а нові залишаються крихкими та тимчасовими. Отже, основна ідея Баумана полягає у тому, що глобалізація — складний і суперечливий процес, який одночасно відкриває нові горизонти та поглиблює існуючі нерівності, породжуючи відчуття свободи для одних і посилюючи відчуття безпорадності та нестабільності для інших. Його аналіз підкреслює необхідність критичного осмислення глобалізаційних процесів. Буквально менше століття тому соціальні ролі людей були чітко визначені, адже спиралися на стійкість інституцій, що підтримували їхню відносну сталість у сприйнятті суспільством. Про суттєві зміни в структурах інституцій, що могли б змінити життя людей звертають увагу нечасто. Люди тривалий час своєї історії залежали від свого статусу в родині, на роботі, у колективі, і жили із впевненістю, що так чи інакше, стан справ навряд чи міг змінитися в осяжній перспективі. Свій коректив у сприйнятті сучасними людьми реальності внесли дві світові війни і особливо остання науково-технічна революція. Починаючи з середини XX століття, радикальні зміни суспільної реальності, викликані глобалізаційними процесами, потужною стрімкою хвилею інформаційної революції, економічним піднесенням, з наростаючою силою відривали людей від конструйованих з величезними зусиллями багатьох поколінь основ звичної роліової стабільності, від, з більшою чи меншою мірою, визначених ідентичностей. Свою роль у процесі зламу звичних традицій відіграли споживацькі цінності. Бажання споживати пов'язане з відчуттям людей у власній неповноцінності, викликане безперервним балансуванням між найрізноманітнішими внутрішніми бажаннями, з одного боку, та очікуваннями і вимогами, з іншого. Відсутність розуміння напрямку руху або ж кінцевої мети актуалізує проблему розуміння того куди слід спрямовувати свої зусилля, що унеможливорює використання чітко визначених орієнтирів, адже люди не усвідомлюють сенсу свого життя. Як наслідок, люди намагаємося заповнити власну внутрішню порожнечу, компенсувати відчуття своєї неповноцінності, подолати психологічну фрагментарність у сприйнятті реальності маленькими 5 уламками обмеженого розуміння про частини світу в якому живуть, яке погано в'яжеться з цілісною дійсністю (адже її в їх уяві немає). Таким чином однією з визначальних проблем сучасних людей є втрата ними здатності сприймати реальність, самих себе, інших у цій реальності цілісно, у єдності безлічі своєрідностей, що є основою для формування середовища, де пріоритетом буде творчий процес продукування нового і рух до гармонізації всього зі всім, всіх і зі всіма. Панування споживацьких цінностей у сучасному суспільстві прямо чи опосередковано вплинули на формування низки визначальних домінант у соціумі, надаючи йому нестійкості та розбалансованості, зокрема: швидкоплинність, орієнтація на збільшення вражень і задоволень, поверховість, новизна, дезорієнтованість. Одноманітність посідає своє особливе місце у переліку домінант споживацького суспільства. З одного боку споживацька епоха призвела до зростання швидкостей, темпу життя, безперервних змін, швидкоплинності, проте, з іншого, одноманітність стає все очевиднішою проблемою

сучасності. Зигмунт Бауман вважав споживання прямим наслідком плинності [3; 4], ключовим чинником який тримає, цей одноманітний за своїм змістом, потік у русі. Чим швидше ми прагнемо спожити побільше нового, тим більш поверховим стає наше задоволення від спожитого. Нових споживацьких радостей у світі стає щодень - то більше. Мозок людей не може впоратися з такою кількістю інформації на раз, тому люди набувають такий собі синдром перманентного відставання. Відставання у процесі споживання нового викликає відчуття неповноцінності, адже імовірність задоволення від споживання чогось до того невідомого більша, ніж від того, що вже людям знайоме. У сучасних людей все очевидніше проявляються ознаки нездорової залежності від споживання, під впливом якої вони втрачають здатність до самоконтролю, женучись із все більшою нестриманістю за щораз новою дозою, яка хоч на певний час вгамовує їх голод на дофамін і радості, які він приносить [5, с. 30]. Бажання людей споживати стає все менш контрольованим, що позначається на звужені ними світосприйняття і поверховості розуміння реальності. Люди б прагнуть щораз більшого, проте людський мозок не може впоратися з обробкою такої величезної кількості нової інформації, навіть за умов їх однотипності, тож дуже часто, враження, спогади про спожите заповнюють більшу частину свідомості сучасників, спрощуючи і примітивізуючи їх внутрішній світ і водночас надаючи сприйняттю реальності фрагментованості. У намаганні гонити за споживацьким щастям люди, з незрозумілих для себе причин, одержують протилежне – виявляють, що вони насправді нещасні. У творі Джона Керролла «Его і душа: соціологія сучасного Заходу в пошуках сенсу» автор пише: «Таким чином, споживацтво це соціальний аналог психічного розладу — депресії, з її двома протилежними симптомами: знесиленням і нездатністю заснути». За словами самого Баумана, споживач — це людина, яка не просто перебуває в русі, а й приречена на вічний рух. З цього коловороту вкрай складно вирватись. Покупки, які здійснюють люди стають продовженням їх ідентичності. Люди стають споживачами культури, але не її співтворцями. Вони стають туристами у своєму власному житті [1, с. 73]. Сучасний світ здебільшого творить симулякри. Симулякр — це термін, який часто використовується у філософії постмодернізму та соціології, зокрема, у працях французького філософа Жана Бодрієра [2]. Він означає копію або репрезентацію чогось, чого насправді не існує, або ж копію, яка настільки віддалилася від оригіналу, що сама стає реальністю. Простими словами, симулякр — це несправжнє, але таке, що сприймається як справжнє. Коли все відчувається несправжнім — дуже складно знайти в цьому сенс, або виокремити частку правдивості. Особливо легко спостерігати дане явище в режимі онлайн. Жан Бодрієр виділяє ще один вид реальності — гіперреальність — світ, де межа між дійсністю та її штучними образами стирається. Симулякри не просто відображають реальність, а творять нову, штучну та визначають своє особливе розуміння людьми дійсності. Таким чином люди починають жити у світі штучно сконструйованих моделей, знаків та образів, які вже не відсилають до чогось справжнього, а існують самі по собі, нав'язуючи сучасникам своєрідну «симульовану реальність». Серед різноманіття копій речей на полицях магазинів, 7 людей у соціальних мережах практично неможливо виділити оригінал цих копій,

адже все розпочалося саме з копії, які потім стали копіями копій. Так світ стає щораз більш одноманітним і штучним. Симулякри на сучасному етапі відіграють ключову роль у формуванні глобальних споживацьких цінностей і відповідно, у творенні одноманітності світу споживання. Глобальні корпорації та медіа активно створюють симулякри бажань та потреб. Реклама, масова культура та соціальні мережі транслують ідеалізовані образи життя, успіху, краси, які часто не мають міцного зв'язку з реальністю, але стають об'єктами прагнень для споживачів по всьому світу. Ці образи функціонують як симулякри, оскільки вони не відображають реальні потреби, а радше конструюють їх, створюючи штучну дійсність, пробуджуючи у людей прагнення саме в ній шукати задоволення своїх бажань. Поширення глобальних брендів є яскравим прикладом домінування симулякрів. Споживачі часто купують не стільки функціональний продукт, скільки пов'язаний з ним образ, статус або відчуття приналежності до глобальної спільноти. Наприклад, володіння певним брендом одягу може символізувати успіх чи стиль, незалежно від його реальної якості чи унікальності. Глобальні медіа нав'язують певні стандарти краси, моди, розваг, які стають бажаними в різних культурах. Це призводить до того, що люди в різних куточках світу прагнуть до схожих ідеалів і, відповідно, споживають стандартизовані товари та послуги, що є проявом одноманітності. У світі гіперреальності, де симулякри стають «більш реальними, ніж сама реальність», споживачі все частіше орієнтуються на симульовані образи та досвіди, а не на автентичні потреби чи культурні цінності. Це призводить до формування уніфікованих моделей, де локальні відмінності та унікальність поступово розмиваються під впливом глобальних симулякрів. За теорією С. Гантінгтона процес глобалізації, не лише посилює одноманітність, але й сприятиме виокремленню цивілізацій, збільшенню точок дотику різних спільнот, що, з одного боку, приведе до об'єднання тих, які належать до одного цивілізаційного утворення, а з іншого – до розуміння своєї іншості щодо спільнот, які належать до іншого цивілізаційного утворення [6].

Висновки. Глобалізаційні процеси провокують споживання, адже саме завдяки масовому виробництву благ та розвитку фінансового капіталу люди у різних частинах світу одержали доступ до споживання великої кількості різноманітних благ. Глобалізація провокує поляризацію, адже об'єднує ті спільноти, які мають можливість спожити більше та віддаляє їх від спільнот, які не можуть споживати достатню кількість благ з різних причин. Таким чином, споживання стає цінністю, яка з одного боку стандартизує поведінку усіх людей світу і водночас стає причиною поділу людства за рівнем споживання. Споживання, у свою чергу, наповнює життя людей одноманітними симулякрами, штучно сконструйованою реальністю. Таким чином об'єднання людства у глобалізовану цілісність має на сьогодні ваду, оскільки в її основі споживання, одноманітність, штучність, симуляція справжнього життя. У свою чергу, штучні, симуляційні форми поєднання людства, які спричинили панування одноманітності, актуалізують проблему його єднання на основі органічних чинників, які забезпечуватимуть можливість розкриття оригінальності і неповторності потенціалу кожного, а разом з цим багатоманіття в рамках інтегрованої цілісності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бауман З. Глобалізація: наслідки для людини і суспільства. Київ, 2008. 109 с.
2. Baudrillard, J. Simulacra and Simulation. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1994.
3. Bauman, Z. Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press, 2000.
4. Bauman, Z. Consuming Life. Cambridge: Polity Press, 2007.
5. Han, B.-C. The Burnout Society. Stanford: Stanford Briefs, 2015.
6. Huntington, S. P. The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. New York: Simon & Schuster, 1996

Скочинець Денис

Науковий керівник – доц. Кондратюк Любов

**ВПЛИВ АРИСТОТЕЛІВСЬКОЇ ФІЛОСОФІЇ ТА ЇЇ АРАБСЬКОЇ
ІНТЕРПРЕТАЦІЇ (АВІЦЕННА, АВЕРРОЕС) НА ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ
ВІРИ ТА РОЗУМУ ТОМИ АКВІНСЬКОГО**

Актуальність дослідження. Історико-філософське підґрунтя томістичного бачення взаємин віри та розуму обумовлене кількома моментами. По-перше, в українському філософському доробку питання взаємодії віри й розуму, передусім у контексті томізму, тривалий час залишалося малодослідженим, особливо в період жорстких рамок радянської ідеології. По-друге, дослідження історико-філософських джерел концепції Томи Аквінського дозволяє подивитись на нього не як на відокремлений феномен, а як на оригінальний синтез різних інтелектуальних традицій, представлений аристотелівською і арабською філософіями. Завдяки такому підходу стає можливим глибше розуміння внутрішньої логіки розвитку філософської думки в Європі та ролі міжкультурної взаємодії як ключового аспекту цього процесу.

Оскільки аристотелівська логіка та метафізика, а також інтерпретації арабськими мислителями (Авіценна, Аверроес) його спадщини і їх вплив на концепцію співвідношення віри та розуму у Томи Аквінського є в українському інтелектуальному просторі малодослідженою – це робить дану статтю актуальною.

Мета дослідження полягає в історико-філософському аналізі інтелектуальних зв'язків між аристотелівською філософією та її інтерпретацією в арабських мислителів з позиції їх впливів на томістичну концепцію співвідношення віри та розуму.

Філософія Томи Аквінського представляє собою синтез християнської теології та античної філософської традиції, особливо аристотелізму. Поширення повного корпусу праць Аристотеля в кінці XII століття (до того він був відомий переважно як логік) суттєво вплинуло на середньовічну думку, змінивши уявлення про світ. Як зазначав Бертран Рассел: «...Стагірит серед католиків має майже такий самий авторитет, як отці Церкви; критикувати його в чисто філософських питаннях – мало не блюзнірство» [2, 415-416 с.].

У своїх коментарях до праць Аристотеля Тома Аквінський прагнув об'єктивно відтворити думки філософа, не копіюючи підходи попередників (Альберта Великого чи Аверроеса). При цьому він не вагався вказувати на суперечності: «Проте, як видається, цьому суперечить те, що Філософ каже у 1-й книзі Другої аналітики» [5, In Phys., lib. 11.1 n. 8]. Хоча Аквінат використовував спільну з Аристотелем термінологію (форма, матерія, потенція, акт, причини), між їхніми концепціями існують