
*Ю.А. Задубняк,
аспірантка Національного авіаційного університету*

НОВІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ СИМВОЛІЧНОГО В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Основний вектор розвитку світової цивілізації XXI століття знаходиться у сфері становлення інформаційного середовища. Для провідних країн світової спільноти процес формування інформаційного суспільства в найближчий час стане реальністю, для інших – орієнтиром розвитку в майбутньому. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології як основні складові цього процесу постають істинною рушійною силою світового економічного, науково-технічного і культурного розвитку, приумножують знання і духовні цінності, впливають на державний устрій і функціонування державних механізмів, змінюють світогляд людини. Нестримний розвиток засобів масової інформації, особливо телебачення, створення і широке використання персональних комп'ютерів, побудова глобальних інформаційних мереж, розроблення технологій віртуальної реальності та інші технологічні інновації радикально вплинули на життя суспільства, не лише висунувши на перший план інформаційну діяльність, пов'язану з виробництвом, споживанням, трансляванням і зберіганням інформації, а й посприявши формуванню принципово нового типу символічного існування людини в соціокультурному просторі.

В умовах суттєвого збільшення інформаційних процесів комунікація як операція трансляції символів набуває домінуючого характеру в тріаді повідомлення – комунікація – інтерпретація [1, 360], що спричиняє появу і становлення загального символічного простору, який пронизує всі культури, нав'язуючи їм загальноприйняті стереотипи комунікації.

Метою даного дослідження є спроба аналізу становлення, формування і специфіки існування глобального символічного простору, в якому комунікації і телекомунікації як засоби обміну інформацією починають відігравати дедалі більшу роль як у процесах задоволення потреби в інформації, так і в розвитку суспільства в цілому. Припускається, що в постмодерній культурі виникає новий тип дискурсу – віртуальний, в якому втілена сутність символічного простору.

Розвиток філософії у XX ст. поширює коло проблем, пов'язаних із феноменом символічного, долучаючи суміжні з філософією дисципліни, такі як антропологія, соціологія, психологія, лінгвістика, філософія мови, теорія літератури. Виступаючи в якості основного інструменту пізнання і конструювання соціальної реальності, символ охоплює всю сукупність суспільних відносин, що стимулює розвиток різних напрямів у визначенні символу і проблеми символічного взагалі. У межах психологічної теорії (З.Фрейд, К.Г. Юнг) символ розглядають як частину сфери людського безсвідомого, що виключає можливість аналізу процесу символізації явищ буття, але дає можливість розшифрувати зміст підсвідомих процесів. Представники натуралістичного підходу (Т.О. Доброхотова, Д.Кемпбелла, І.П. Меркулов) стверджують, що в основі символізації полягають властиві людському організмові біологічні процеси, які виникають незалежно від соціальної і культурної взаємодії. У семіотичному аспекті (Ч.Пірс, Ч.Морріс, Ю.М. Лотман) символ – це певна текстуальна модальність без кінцевого смислу, яка є об'єктом інтерпретацій. Для соціологів-постмодерністів символічне – це те, що протистоїть системі, перманентно втілюючи виклик. На відміну від поширених інтерпретацій символічного, що розуміють символ як специфічний різновид знака, соціологи-постмодерністи (Ж.Бодрійяр, Ж.Дельоз, Ж.-Ф. Ліотар, М.Фуко) спробували надати цьому поняттю

соціально-критичного характеру, стверджуючи, що символ – не простий знак, а певний спосіб зрозуміти сучасне суспільство, визначити його ціннісні характеристики.

В епоху швидкого збільшення інформаційних ресурсів і комунікаційних процесів у суспільстві дедалі більше уваги приділяють ролі символу в сучасних комунікаціях (О.С. Новікова, Н.А. Мальковська, Л.С. Ракітіна, В.А. Ємелін). Однак проблема становлення символічного простору в інформаційному суспільстві, який формується під впливом засобів масової комунікації, потребує додаткових розроблень.

Сучасні комп'ютерні, інформаційні і телекомунікаційні технології, стрімке зростання, накопичення та використання інформації і знання в усіх сферах життєдіяльності людини стали підґрунтям для виникнення інформаційного суспільства. Розглядаючи інформаційне суспільство у загальному контексті розвитку сучасної цивілізації, серед основних його характеристик вирізняють: інтенсивний технічний прогрес – широке впровадження, насамперед, комп'ютерних технологій, потужний потік інформації – “експоненціальний ріст нових знань, що багато в чому сприяє достатньо швидкому змінненню змістовного арсеналу науки” [2, 88], поява нових форм організації виробничої діяльності – мережових структур, які функціонують у реальному часі як єдине ціле завдяки інфраструктурі телекомунікацій і транспорту (Кастельс); прогресуюче значення інновації в усіх сферах життєдіяльності людини. Інформаційне суспільство утворюється і відтворюється завдяки розширенню комунікацій – прискореному поширенню інформації, її розумінню і використанню, і його якісна визначеність полягає в постійному впливі однієї комунікації на іншу, і в цьому сенсі – у трансформації актуальної інформації і повідомлень від одного суб'єкта до іншого.

Таким чином, на думку багатьох дослідників (серед яких Д.Белл, М.Кастельс, Ж.Бодрійяр, Д.Іванов, В.Грехнов та ін.), інформаційне суспільство визначається не так прискореним зростанням знання, як, головним чином, тим, що зросла комунікація – взаємодія людей на основі обігу цих знань і можливості швидко їх отримувати. Можливість прискореного отримання різноманітної інформації сприяє поширенню можливостей вибору дій людей і, як наслідок, збільшенню шансів самореалізації у різних видах діяльності.

Становлення глобального комунікаційного простору суттєво впливає на всі аспекти життя суспільства, на окрему людину, на структурні компоненти всієї системи культури. Активність інформаційних процесів так збільшується, що примушує підпорядкувати собі традиційні елементи культури і, насамперед, змінює традиційну систему культурної комунікації.

Сучасний російський дослідник В.В. Миронов [3, 29–32] серед причин, що спричинили кризу традиційної культури в сучасному інформаційному світі, виокремлює: ліквідацію просторово-географічної замкнутості та ізоляції “культурних регіонів” (А.Моль) у глобальному комунікаційному просторі; прискорену руйнацію старих цінностей і символів; стрімке формування новоутворень і, як наслідок, поверхневе “споживання” нових цінностей, неадаптованих до традиційної системи; порушення пропорції у співвідношенні між високою і низовою культурою. Остання стає масовою не лише за кількісним показником задіяних у ній суб'єктів, а й завдяки спрощенню споживчого продукту. Домінуючим фактором стає не смисл або якість продукту творчості, а система його поширення.

Аналізуючи стан західної культури, А.Моль доходить висновку, що руйнація традиційної, “гуманітарної” культури здійснюється, насамперед, завдяки засобам масової комунікації, які спричинили появу нового типу культури – “мозаїчного”. Відмінність гуманітарної культури від мозаїчної він вбачає у тому, що перша (гуманітарна) була сформована під впливом раціонально організованого процесу

пізнання, зазвичай через встановлену систему освіти, в якій знання й ідеї являли собою упорядковане, чітко структуроване та ієрархічно побудоване ціле, а друга (мозаїчна), формуючись під впливом різнорідного, хаотичного і переривчастого потоку інформації, розсипається на мозаїку випадкових, слабо пов'язаних між собою і структурованих понять. Сучасна людина, яка живе в мозаїчній культурі, познає навколишній світ за законами випадку – в процесі спроб та помилок; вона досягає причинно-наслідкові зв'язки в силу своєї біографії. “Екран знань” у “мозаїчній” культурі більше схожий на волокнисте утворення або на повстину: “знання складаються з розрізнених уривків, пов'язаних простими, суто випадковими відносинами близькості за часом опанування, за співзвуччям або асоціацією ідей. Ці уривки не утворюють структури, але вони мають силу зчіплювання, яка не гірше за старі логічні зв'язки надає екрану знань певної щільності, компактності, не менше за “тканинність” екрану гуманітарного утворення” [4, 45].

Схожі ідеї висловлював і американський футуролог, дослідник інформаційного суспільства Е.Тоффлер. На його думку, замість отримання великих, співвідносних одна з іншою смуг ідей, зібраних і систематизованих, сучасну людину дедалі більше нашпиговують короткими модульними зблизками інформації – рекламою, командами, теоріями, уривками новин, якимись урізаними шматками, які не вкладаються в її попередні ментальні осередки. Новий образний (читай символічний) ряд неможливо класифікувати, частково внаслідок того, що він не підпадає під старі концептуальні категорії, але ще й тому, що він пропонується в дивному, швидкоплинному, непов'язаному вигляді [5, 278]. Саме з такого калейдоскопу образів, символів складається “мозаїка” відносин особистості і соціуму, формуються погляди, потреби, норми поведінки тощо.

У період становлення інформаційного суспільства виникає нова культура, заснована на символах, кодах, моделях, віртуальних презентаціях, на привілеюванні чуттєвого над інтелектуальним, на переході від вербальності до видимого образу тощо. Завдяки новітнім технологіям, насамперед, телебаченню й Інтернету, відбувається “подвоєння культурного середовища”, за яким усі досягнення людства, раніше повністю відображені в письмових текстах, дістають аудіовізуального вираження. Таким чином, тенденцією сучасної культури є її візуалізація. Специфіка такої культури, на думку Л.Б. Шамшина, визначається її семіотичною природою і технічними можливостями засобів її реалізації, а саме: високою інформаційною місткістю, легкістю і переконливістю почуттів, образністю сприйняття, домінуванням репродуктивних можливостей над продуктивними, швидкістю і широтою трансляції та тиражування [6, 26].

Змінюється якість інформації, яка передається вже не стільки на рівні понять, що потребує її смислового оброблення, скільки на символічному рівні як смислового заміщенні абстрактного об'єкту чуттєвим образом. “В інформаційному суспільстві дедалі більша важливість інформації не означає тільки інформацію, яка передається комп'ютерами, а включає також дедалі більшу важливість символічного рівня продукції: інформація в сенсі відчуттів, значень та ідентичності” [7, 179]. Саме ця обставина дала можливість М.Маклюену у книзі “Галактика Гутенберга” проголосити, що на зміну лінійному способу мислення приходять більш глобальне сприйняття через образи телебачення та інші електронні медіуми. Інформація стає більш доступною і прийнятною. З одного боку, це стрімко збільшує швидкість її оброблення і накопичення, а з іншого – призводить до “небачених раніше можливостей трансформації її змісту, аж до повного викривлення при збереженні видимості об'єктивності” [3, 29].

Складні витвори мистецтва, наукові теорії, політичні ідеології – словом усе те, що раніше потребувало від реципієнта високого культурного рівня, тепер транслюється мас-медіа і в Інтернеті, нерідко в спрощеному вигляді, що негативного

впливає на особистісне становлення людини Як наслідок, формується орієнтація на чужі думки, тенденція до масовизації, нездатність тверезо аналізувати факти, соціальне пристосування, всевладність колективних стереотипів. Засоби масової комунікації, працюючи одночасно для багатомільйонної аудиторії, намагаються бути цікавими всім, кожній людині, і тому нерідко орієнтуються на трансляцію нескладних, легких форм, що завдає шкоди культурі, посилюючи тенденцію до нівелювання, стандартизації духовного життя, зниженню естетичних смаків.

Сучасна людина, вступаючи у взаємодію з символічним простором засобів масової комунікації, для формування власної картини світу використовує запропоновані телебаченням та Інтернетом готові способи перероблення інформації та дедалі менше спирається при цьому на власний досвід. Таким чином, суб'єктивна картина світу людини багато в чому спирається на символічну реальність, яка створюється за допомогою засобів масової комунікації. Як зауважує О.С. Новікова, “масові комунікації, особливо телебачення, суттєво змінюють систему соціокультурного сприйняття інформації, дають можливість миттєво орієнтувати адресатів інформації у потрібному напрямі і, по суті, маніпулюючи їхньою свідомістю, впливають на оцінки і думки людей” [8, 111]. Інформаційні технології відкрили величезні можливості здійснення глибокої перебудови індивідуальної та масової свідомості; це стало значно більш ефективним, прибутковим, ніж перероблення традиційної, матеріальної речовини.

Справді, зв'язок між засобами масової комунікації і соціокультурними домінантами є зрозумілим: через телевізійні передачі, фільми, рекламу формуються цінності і моделі поведінки, санкціоновані або несанкціоновані суспільством, спостерігається взаємовплив телекомунікацій і домінуючих цінностей соціуму тощо. Різні сфери життєдіяльності людини – школа і система професійної підготовки, робота і відпочинок – входять у сферу впливу телебачення та Інтернету; останні стають найважливішими агентами соціалізації та могутніми факторами формування системи цінностей.

Аудіовізуальне споживання образів сприяє появі нового, спрощеного типу розуміння, який не вимагає визначення причинно-наслідкових зв'язків. Телеглядач/користувач Інтернету змушений обробляти величезний обсяг інформації, адаптуватися до культури фрагменту і колажу, добудовуючи логіку, початок і кінцівку повідомлення, самостійно конструювати причинно-наслідкові зв'язки між ними або сприймати більшу частину як “інформаційний шум”, швидко концентрувати, перемикати увагу і забувати побачене та прослухане. Презумпція колажності посилюється за допомогою постійного перемикання каналів і хаотичного блукання web-сайтами у пошуках потрібної інформації. “Клікаюча” людина інформаційної доби пультом дистанційного керування або “мишкою” комп'ютера постійно змішує і дробить повідомлення, привчившись саме у такий спосіб сприймати інформацію – створювати власний колаж, намагаючись проявити себе в типізованому продукті, знайти дещо “своє” на протигагу уніфікованій пропозиції. Таким чином, засоби масової комунікації, “прибираючи традиційну лінійність уявлення реальності, створюють образ репрезентованого світу, в якому відсутні послідовність і взаємозв'язок” [9], що, своєю чергою, спричинює зменшення ролі аналітичного підходу до отриманої інформації, формуванню натомість думок-емоцій, які є рухомими та легко змінюються.

“Уже сьогодні простір Інтернет-спілкування змушує і в реальному житті говорити спрощеною мовою, від чого лишається один крок до спрощених, а отже, менш продуманих дій. Ми занурюємося у простір світової інфосфери, який, – як дотепно помітив Дуглас Рашкофф, – виявився живим і дедалі більше втягує нас у себе, замінюючи всі інші різновиди спілкування. Починаючи грати в комп'ютерні

ігри, дитини, подорослівши, переносить закони цих ігор на реальне життя, віртуалізуючи його” [3, 28].

Базовим принципом мозаїчності, за яким формується нове символічне середовище, постає віртуальність. Технологічно створена “віртуальна реальність” втрачає статус належності виключно сфері техніки і стає в певному розумінні метафорою, що дає змогу хоча б у загальних рисах визначити контури тих реалій культурологічного, соціального, антропологічного і філософського порядку, з якими ми стикаємося на початку XXI століття.

Існує думка, що людина споконвічно занурена у віртуальну реальність і переходить з одного віртуального стану в іншій. Але усвідомлення ролі віртуальної реальності в житті людини почалося з повномасштабного панування інформаційних і телекомунікаційних технологій. Саме інформаційне суспільство в повному обсязі сприяло ствердженню віртуальної реальності і віртуальної культури в якості суспільно значущого феномену.

Символічний простір віртуальної реальності значною мірою побудований саме засобами масової комунікації. Під дією телекомунікацій реальність інформаційного суспільства занурюється у віртуальні образи, у вигаданий світ, в якому зовнішні відображення знаходяться не лише на екрані, через який транслюється досвід, а й самі є досвідом, а це, своєю чергою, сприяє народженню нової культури – “культури реальної віртуальності”, за висловом М.Кастельса. Дійсність так ймовірно імітується на телевізійному екрані, що люди починають вважати електронні іміджі більш істинними і важливими для себе, ніж ті, що трапляються повсякденно. З цього випливає, що не існує поділу між реальністю і символічним відображенням, тобто в усі часи у різних суспільствах люди жили в “символічному середовищі”. Як наслідок, реальність (так, як вона переживається) завжди була віртуальною – вона переживалася через символи, які наділяють практику певним значенням, не відповідного до їхнього суворого семантичного визначення [10, 351].

Сучасна культура реальної віртуальності вирізняється глобальними масштабами свого поширення і впливу на всі сфери й устрій суспільного життя і людського буття в цілому. М.Кастельс пояснює це тим, що нова комунікаційна система радикально трансформує простір і час, надаючи їм символічного характеру.

Глибина проникнення віртуальності в соціальне й індивідуальне життя дає можливість говорити про “віртуалізацію” суспільства. На думку Д.Іванова, яку ми поділяємо, віртуалізація – це не лише технічний процес створення віртуального суспільства як паралельно існуючого поряд із реальним суспільством (як визначав Бюль), але й процес соціальний, який змінює суспільство в цілому. За допомогою технологій віртуальної реальності створюється видимість інституціональності обміну. Обмін здійснюється як симуляція – віртуальний аналог реальної соціальної взаємодії [2, 364–365]. Визначення соціальних феноменів за допомогою поняття віртуальності доречно тоді, коли конкуренція образів/символів заміщує конкуренцію інституціонально визначених дій – економічних, політичних або інших. Соціальний зміст віртуалізації – симуляція інституціонального устрою суспільства є первинною щодо змісту технічного. Саме збільшення в житті людей ролі різномірних симулякрів – образів реальності, що заміщують саму реальність, ми фіксуємо у символічному просторі сучасного суспільства.

У сучасному світі відбувається становлення глобального символічного простору, який суттєво впливає на всі аспекти життя суспільства, змінює форми соціальної взаємодії людей, засоби виробництва, форми передавання знання. Традиційна культура з характерною для неї соціокультурною комунікацією, якій властиве засноване на традиційних формах соціальної практики і жорсткої соціально-рольової ієрархії стабільне суспільство, утримання цілісності існуючого символічно-міфологічного простору, відсутність внутрішньої культурної інновації, під впливом

засобів масової комунікації поступається місцем динамічно-конкурентній “мозаїчній”. Соціокультурна комунікація мозаїчної культури орієнтована на ускладнення соціальної структури, появу нових форм зайнятості та життєвих устроїв; побудову системи промислового виробництва культурних зразків масового суспільства; створення “горизонтальних” ціннісних відносин (рівність культурних продуктів у конкурентній боротьбі за споживача) замість “вертикальних” (“високе” мистецтво – “низьке” мистецтво).

Віртуальна реальність, охоплюючи все нові й нові сфери людського буття, стає символом дійсності інформаційного суспільства. Створена сучасними телекомунікаційними технологіями, віртуальна реальність є своєрідною відповіддю на розпад старих соціальних зв’язків між людьми. Вона задовольняє потребу людей у спілкуванні, обміні інформацією, в знаннях, у творчій реалізації.

Постмодерністи стверджують, що символи й образи (тобто інформація) являють собою єдину реальність, з якою ми маємо справу. За словами Р.Барта, ми живимо у світі, що створений інформацією. Ми доповнюємо – у символічному просторі віртуального світу, створеного засобами масової комунікації і сповненого образами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Информационное общество. – М., 2004.
2. Грехнев В.С. Информационное общество и образование // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. – 2006. – № 6.
3. Миронов В.В. Коммуникационное пространство как фактор трансформации современной культуры и философии // Вопросы философии. – 2006. – № 2.
4. Моль А. Социодинамика культуры. – М., 2005.
5. Тоффлер Э. Третья волна. – М., 2002.
6. Шагин Л.Б. Аудиовизуальная культура // Культурология. XX век: Энциклопедия. – М., 2003. – Т. 1.
7. Кастельс М., Хіманен П. Інформаційне суспільство та держава добробуту. Фінська модель. – К., 2006.
8. Новикова О.С. Коммуникативные процессы как функциональная и символическая культурная среда // Сопоставительное изучение языков и культур: лингводидактические аспекты межкультурной коммуникации: Материалы 45 научно-методической конференции Университетская наука – региону. – Ставрополь, 2001.
9. Зверева В. Репрезентация и реальность // Отечественные записки. – 2003. – № 4.
10. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. – М., 2000.