

ТРАНСФОРМАЦІЇ СИМВОЛІЧНОГО В КУЛЬТУРІ ПОСТМОДЕРНУ

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

В статті розглядається проблема трансформацій символів у сучасному суспільстві. На прикладі окремих форм симулякрів, потреб соціуму та окремих людей аналізуються особливості утворення та функціонування символів у знаковому просторі постмодерну.

Вступ

Соціальна реальність рубежу двох тисячоліть, суперечливість й багатоплановість різних соціальних процесів створили надзвичайно актуальним теоретичне осмислення змін, що відбуваються в сучасному суспільстві. Розвиток інформаційних технологій суттєво впливає на всі сторони суспільного життя і призводить до створення суспільства нового типу, яке сучасні теоретики називають інформаційним. В сучасному науковому дискурсі поняття “інформаційне суспільство” і “суспільство епохи постмодерну” багато в чому синонімічні. Виникнення як першого, так і другого пов'язано перш за все з такою глобальною подією, як перехід від “Галактики Гуттенберга” до “Всесвіту Маклюєна”, тобто перехід від епохи домінування друкованих засобів комунікації до епохи домінування засобів аудіо-візуальних, а саме телебачення та Інтернету. В епоху тотального розповсюдження телекомунікаційних систем, інформація як комунікація, що транслює символи, набуває постмодерністських рис. Слово поступається місцем символу, який займає провідне місце у формуванні ціннісних і ідеологічних структур.

Постановка завдання

Метою пропонованого дослідження є спроба виявлення трансформацій феномену символічного в різних інституціональних сферах життєдіяльності постмодерної людини.

Аналіз досліджень досліджень та публікацій

Протягом історико-філософського процесу та наукового пізнання у цілому, феномен символу розглядався в різних аспектах та напрямках: формально-логічних, епістемологічних, естетичних, евристичних тощо.

Загальна характеристика символу та його місце і роль в культурному аспекті соціального простору є предметом аналізу багатьох вітчизняних та зарубіжних досліджень, серед яких роботи О. Лосєва [2], М. Рубцова [3], С. Савельєвої [4], С. Лангер [5].

В аспекті проблеми даної статті методологічною основою виступають дослідження філософів-постмодерністів Ж. Бодрійєра [6], Ж. Ліотара [7], Дж. Ваттімо [8], В. Вельша [9] тощо. Оскільки об'єктом дослідження виступають трансформації символічного в культурі постмодерну, то для даної статі представляють інтерес роботи, пов'язані з тими чи іншими аспектами устрою сучасного соціального світу й ті зміни, які зазнає суспільство, набуваючи характеру “постіндустріального” чи “інформаційного”, а саме погляди Е. Тоффлера [10], М. Кастельса [11], Ф. Уєбстера [12], Д. Іванова, М. Моїсєєва [1].

Не втрачають своєї актуальності системна робота К. Юнга [13] про культурно-феноменологічні й історичні архетипи символізації феноменології індивідів і соціумів та дослідження К. Леві-Строса [14] щодо вивчення ролі символу як інструменту передачі й зберігання соціального досвіду.

Особливе звучання в епоху кібернетичного моделювання масової свідомості мають дослідження С. Кари-Мурзи [15], О. Кармадонова [16], В. Ферроні [17], автори яких акцентують увагу на маніпулятивній функції символічного як в інституціональному, так і в соціо-епістемологічному вимірах соціального життя.

Разом з тим, проблема символічних трансформацій суспільної свідомості в епоху постмодерну вимагає нових аспектів дослідження символу під впливом постіндустріальних тенденцій суспільного розвитку, пов'язаних з процесами глобалізації і інформації.

Основна частина

Посилення постіндустріальних тенденцій пов'язаних з процесами інформатизації та глобалізації призводять не лише до кількісного збільшення інформації та все більших можливостей користування нею, а й до якісних змін, які поступово відбуваються в соціокультурному просторі сьогодення, до перерозподілу базових цінностей сучасної епохи. У XXI сторіччі інформація перетворилася на глобальний ресурс людства, яке увійшло в нову епоху розвитку цивілізації – освоєння інформаційного простору. Д. Іванов визначає інформацію як комунікацію, операцію трансляції символів, що спонукає до дії. [1, с. 361] Тільки як комунікація, а не як знання чи предмет, інформація здатна визивати нові операції. Саме тому головним феноменом комп'ютерної революції стає Інтернет, адже в його глобальній мережі набагато збільшуються можливості здійснення комунікацій.

Комп'ютеризація повсякденного життя вводить в побут віртуальну реальність в якості комп'ютерних симуляцій реальних речей та вчинків. Глибина проникнення віртуальності в соціальне й індивідуальне життя дозволяє говорити про “віртуалізацію” суспільства. Сьогодні за допомогою Інтернету можна купувати інтелектуальний та матеріальний товар у віртуальних магазинах; заробляти гроші, приймаючи та розміщуючи рекламу на віртуальних бігбордах, вигравати у віртуальному казино, граючи на віртуальних

біржах; брати участь у віртуальних симпозиумах, конференціях, ставати членом віртуальних клубів, спільнот; можна навіть кохатися та створювати сім'ї. Ці та інші віртуальні аналоги реальних взаємодій призводять до заміщення реального виконання соціальних ролей симуляцією, створення образу "реальних атрибутів інституціональності" [1, с. 366] Таким чином, віртуальна реальність постає не як сукупність вербальних і невербальних текстів, а як специфічна форма дискурсу постмодерного світу, в якому влада, знання, комунікація і інформація злилися в єдиний клубок симуляції.

Людина епохи модерну, яка знаходить себе в соціальній реальності, сприймає її серйозно, як природну аутентичну даність, в якій проходить життя. Людина епохи постмодерну занурена у віртуальну реальність, "живе" в ній, усвідомлюючи її умовність, керованість її параметрів і можливість виходу з неї.

Термін "постмодернізм" спочатку використовувався для фіксації інноваційних тенденцій в архітектурі та мистецтві (перш за все вербальні його форми), а після роботи Ліотара "Постмодерністський стан: доклад про знання" (1979) затвердився в статусі філософської категорії, яка фіксує ментальну специфіку сучасної епохи в цілому, та асоціюється з критикою універсального знання, фундаменталізму. Найбільш суттєвими характеристиками постмодернізму як культурної течії, а в подальшому постмодерну як світогляду інформаційного суспільства є стирання всіляких меж між мистецтвом та повсякденним життям, елітною і маскультурою, фрагментарність, інтертекстуальність, еклектика і суміш стилів, тобто поєднання непоєданого. Постмодерн відрізняє багатозначність, плюральність, сумнів, іронія, колажність, трансформація реальності в образ, рефлексія, цитування і самоцитування, випадковість і амбівалентність. Постмодерністська філософія констатує "процес розпаду світу речей", який породжує і "космічний хаос", і текстуальні феномени "хаосу значень", "хаосу цитат", "хаосу означуваних" як вторинні по відношенню до нього. [18, с. 492] Звідси проблема втрати реальності, яка формулюється як "загибель реального" або "царина симулякрів". "Реальність не просто відчужується, опредмечується або втрачає смисл – вона зникає, а разом з нею зникає й загальний субстрат людського досвіду, замінюючись множиною знаково вільних і відносних картин світу. Кожна раса, культура, стать, вік, місцевість, індивід створює свою "реальність" – саме це слово в сучасних гуманітарних науках рідко використовується без лапок. Відчуження реальності від людини і, далі, зникання самої реальності – сходи одного поступального процесу, в якому сума всієї інформації, що створена людством, стає все менш доступною окремому індивіду" [19].

Феномени істини, адекватності, реальності більше не сприймаються в якості онтологічно базових, а сприймаються в якості символічного порядку. В постмодерністському семантичному просторі феномен реальності набуває характеристики гіперреальності, в рамках якої оригінал і копія (підробка) існують в одному культурному контексті. Згідно Бодрійяру, скінчилась сама реальність, поступившись місцем гіперреальності симулякрів – псевдоречей, що "заміщують "агонізуючу реальність" постреальністю шляхом симуляції, що видає відсутність за присутність, стирає різницю між реальним та уявленим". [20, с. 60] Схожої позиції дотримується і У. Еко, який стверджує, що світ культури постає в сучасному своєму вигляді як сукупність знакових систем, принципово не співвіднесених з позасеміотичною сферою.

Культура. Сучасна культура характеризується баченням виробництва як квазидіяльності по створенню гіперреальності [18, с. 548]: постмодерн орієнтований не на вироблення в традиційному його розумінні (як процесу втілення в матеріалі зразку, аналогічного абсолютному зразку – ідеї, ейдосу предмету – в класичному платонізмі), а на конструкцію як вільне й рухоме з'єднання різнорідних елементів в єдине ціле, причому в принципово довільному порядку, виключаючи інструкцію як таку, – символом культури постмодерну стає колаж, який набуває статусу універсального засобу організації культурного простору.

Презумпція колажності знаходить свій прояв майже у всіх феноменах культури постмодерну: колажність "вільного мовного стилю", який програмно припускає поєднання вишуканої літературності і арго, стильовий еkleктизм архітектурних практик, принцип комбінаторності в моді, культивуємий спосіб соціалізації тощо. За словами М. Можейко [18, с. 492], в сучасній версії постмодернізму мова йде вже про атрибутивну колажність будь-яких феноменів культури як їх автохтонній характеристиці. Символом епохи постмодерну стає фотографія жінки в паранджі і з цигаркою Marlboro (З. Сардар) як принципово (не за технічним виконанням, але за іманентною суттю оригіналу) колажна.

Заданий постмодерном культурний поліцентризм веде до збільшення як індивідуальної, так і колективної свободи, до "руйнації традицій та появи можливостей вибору серед вірувань, цінностей та життєвих стилів" (П. Бергер) З одного боку, не визнаючи канонів та авторитетів, людина починає шукати шляхи самореалізації і знаходить їх, наприклад, в Інтернеті, розміщуючи на своїх web-сторінках сімейні фотоальбоми, проводячи персональні художні і фотовиставки (навіть з елементами анімації), організуючи музейні експозиції, кіноперегляди, інтерактивні спектаклі. Інтеграція живопису, музики, літератури, архітектури, науки може призвести до створення нових форм мистецтва.

З іншої сторони, традиційна культура з характерною для неї соціокультурною комунікацією, для якої притаманне засноване на традиційних формах соціальної практики і жорсткої соціально-рольової ієрархії стабільне суспільство, утримання цілісності існуючого символічно-міфологічного простору, відсутність внутрішньої культурної інновації, поступається місцем "мозаїчної", заснованій на символах, кодах, моделях, віртуальних презентаціях, на перевазі візуалізації над вербальністю, на стиранні меж між високою і низовою культурами, на руйнуванні існуючих цінностей.

Лавина символів, образів, знаків, яка обвалюється на людину, спричиняє процес руйнації традиційної

знакової системи цінностей та втрати власної культурної ідентичності, що призводить до характерної для культури постмодерну в цілому постмодерністської чуттєвості – установки на сприйняття світу в якості хаосу. В дзеркалі постмодерну світ, як було визначено Джеймисоном, “стає водночас фактичним, хаотичним і різномірним”, а людина відчуває себе спантеличеною і більш ні в чому невпевненою. В результаті виникає почуття вивільнення, відчуття “мінливості, дезорієнтації та гри”. [8, с. 59] Вбираючи соціальне оточення “спонтанно-випадковим” (А. Моль) способом, постмодерний індивід до всього відкритий, сприймає все на рівні легких й швидких торкань, як цитату, як умовність, за якою неможливо відшукати початок, джерело, виникнення [19].

Влада. В епоху постмодерну політичні інститути, які раніше визначали способи постановки і вирішення проблем володіння владою, симулюються, визиваючи віртуалізацію інститутів – виборів, держави, партій. Боротьба за політичну владу сьогодні – це не боротьба партійних організацій або конкуренція програм дій. Це боротьба образів – політичних іміджем, яка відбувається на символічному рівні. “Ми живемо в епоху політики образів і образів політики”, – стверджує Д. Іванов [1, с. 405]. І дійсно, іміджмейкери, прес-секретарі, менеджери, адміністратори тощо, займаючись ідеологічним забезпеченням діяльності влади, творять політику і все частіше формують суспільну точку зору в підготовці та реалізації політичних рішень. Завданням цієї так званої символічної еліти є створення та продукування затребуваного в даний момент політичного іміджу/образу влади, забезпечення її рейтингу. Сьогодні політика твориться не на засіданнях партійних та урядових засіданнях, не на політичних мітингах та міжфракційних переговорах, а в телестудіях, PR-агенствах та концертних площадках (за участю “зірок”, які підтримують ту чи іншу політичну партію під час передвиборчої компанії). Партії, які виникли як представники класових, етнічних, конфесійних, регіональних інтересів, перетворюються на “марки” [1, с. 404] – емблеми та рекламні слогани, які традиційно збільшують електорат.

Символи та цінності, що транслюються символічною елітою, мають за своєю природою міфологічний характер, якщо розуміти під міфом спосіб пояснення соціальної дійсності, який апелює не лише до розуму, а й до почуттів та емоцій споживача такого міфу. “Міф формує у нас певне світосприйняття, створює установки, які мають стійкість забобонів. Міф встановлює вигадані причинні зв’язки між реальними об’єктами, породжує хибні об’єкти (наприклад, героїчні образи пересічних політичних осіб), легенди про славетне минуле, поєднує дійсність з вигадкою, вносить вигадані відносини у реальність соціального життя” [21, с. 72] Передвиборча компанія політика, який намагається подати свою програму як причину, що механічно призводить до кардинальних змін (наприклад, збільшення заробітної плати одночасно зі зменшенням цін), є чистим міфом.

Влада розчиняється в сучасних мас-медіа, телекомунікаціях та Інтернеті, стає невидимою і разом з тим всепроникаючою, стверджує Б. Марков [1, с. 467] Вона опановує будь-яку інформацію і проникає в свідомість у формі як наукових, так і розважальних програм і при цьому зникає з-під контролю спільноти. Принцип монтажу, який використовується засобами масової інформації, призводить до такої селекції і інтерпретації реальних подій, що світ, який сприймає користувач, виявляється ілюзорним світом або симулякром. Засоби масової комунікації фактично більше не відображують дійсність, а самі створюють образи, символи і симулякри, які, власно, й визначають реальність нашої культури, або, використовуючи термінологію Бодрійяра, гіперреальність, в якій відбувається симуляція комунікацій, і яка стає більш реальною, ніж сама реальність. Людина не помічає цього, адже звикає до готових образів та коміксів, які майже не потребують самостійної інтерпретації і здаються реальною дійсністю.

Створення web-сторінок та спеціалізованих серверів, через посередництво яких формується імідж політика, акції, організації, ведеться агітація, здійснюються соціопитування в комп’ютерній мережі Інтернету є наочним показником підміни реальності образами та символами.

Знання. Інформаційний бум, нескінченні можливості, доступність та спрощеність понять та дій, які отримує пересічний користувач призводить до якісних змін в стилі мислення, в способі бачення, оцінці і розумінні дійсності. Попередній лінійний спосіб сприйняття світу, розуміння засноване на логічній послідовності, аргументації та обґрунтуванні, поступаються місцем цілісному охопленню смислу того, що відбувається, коли навіть мозаїчне й нерегулярне поглинання інформації (читання, перегляд ТВ) стрімко приєднують людину до реальних подій [1, с. 466]

В комп’ютернізованому постмодерністському суспільстві технологічні трансформації мають суттєвий вплив на знання. Ж.-Ф. Ліотар в “Стані постмодерну” писав: “Застарілий принцип, за яким отримане знання невід’ємне від формування розуму і навіть від самої особистості, старішає і буде виходити зі споживання ... Знання створюється і буде створюватися лише для того, щоб отримати вартість в новому продукті, і в обох цих випадках, щоб бути обмінним. Воно перестає бути самоціллю і втрачає свою “споживчу вартість” [7]. На думку дослідника, знання все частіше стають товаром, а в інформаційній сфері все частіше спрацьовують ринкові механізми, які стають важелем при визначенні ступеня затребуваності й ефективності знання і інформації, ступеня “перфомативності”. Як наслідок знижується рівень тих видів знання, які стають незатребуваними й неефективними (філософія, естетика); освіта розглядається не як окремий період життя (школа, університет), а як процес, що триває все життя; множина істин призводить до втрати авторитету та ролі традиційних університетів у визначенні, що є істина; змінюється уявлення про освіченість людини (кого вважати більш освіченим: того, хто володіє великим об’ємом знань, чи того, хто вміє швидко знайти необхідну інформацію і знає як нею скористуватися).

Комп’ютерні симуляції природних, технологічних і соціальних процесів, втрата можливості верифікувати

інформацію, збільшення ролі уяви, фантазії, парадоксальності мислення, маніпуляції моделями наукового дискурсу замість пошуку істини, створення належного образу, що механічно призводить до успіху є візитною карткою наукового соціокультурного знання постсучасності.

Висновки

Згідно з дослідженнями останніх років (Р. Гелдер, С. Форатон), постмодерністський стан мислення позначається сьогодні на соціології, історії, етиці, медицині, етнографії та інших гуманітарних дисциплінах, практично без виключення. Таким чином, в оцінці В. Вельша, [9, с. 160] “конгруентність постмодерністських феноменів як... в різних видах мистецтва, так і в суспільних феноменах – від економіки до політики і, більш того, в наукових теоріях і філософських рефлексіях безсумнівно є очевидною”.

В постмодерністському просторі такі інституціональні сфери, як культура, економіка, політика, наука, будуються на компенсації дефіциту реальних ресурсів і вчинків великою кількістю символів, образів, симулякрів. Наш символічний універсум створюється на основі мас-медіа, телебачення, реклами, Інтернету, і ця нескерована експлуатація “чужерідних”, неаутентичних образів стає причиною розпаду традиційної культури, призводить до втрати культурної ідентичності.

Диспропорція між людиною, чії можливості біологічно обмежені, і людством, яке завдяки Інтернету практично не обмежено в своїй інформаційній експансії, призводить до “постмодерністської чуттєвості” – нібито байдужий по відношенню до всього, що відбувається. Символи та образи політики, а також міфи, які забезпечують правильну їх інтерпретацію, стають необхідними формами діяльності держави. Ідеологи (символьна еліта), як важлива частина політичного класу, набуває вагомості в інформаційному суспільстві, що формується.

Нездатність створювати синтагматичний вектор розвитку наукового соціокультурного знання внаслідок множинності, плюральності й толерантності підходів і рішень концептуалізації того чи іншого феномену змінюється сама природа знання та його статус. Знання набуває характеристик товару, який завдяки вдалому образу, стає затребуваним.

І на останок, слідом за філософами-постмодерністами залишається сподіватися, що з ростом загальної відповідальності, збільшенням взаємозалежності членів суспільства та покращенням їх здатності знаходити спільну мову, людство стане більш гуманним та толерантним.

Список літератури

1. Информационное общество: Сб. – М.: АСТ, 2004. – 507 с.
2. Лосев А. Ф. Знак. Символ. Миф: Тр. по языкознанию. – М.: Изд-во МГУ, 1982. – 479 с.
3. Рубцов Н. Н. Символ в искусстве и жизни: Философские размышления. – М.: Искусство, 1991.
4. Савельева М. Ю. Процесс мифизации культуры в условиях постмодерна // Практична філософія. – 2003. - № 3. – С. 62-71.
5. Лангер С. Философия в новом ключе: Исследование символики разума, ритуала и искусства. – М.: Республика, 2000. – 286 с.
6. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М., 2000.
7. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна.- СПб: Алетейя, 1998.
8. Vattimo G. The Transparent Society. – Cambridge: Polity, 1992.
9. Вельш В. Наш постмодерный модерн. Пер. з нім. – К.: Альтерпрес, 2004. – 328 с.
10. Тоффлер Э. Третья волна: Пер. с англ. – М.: АСТ, 2002. – 776 с.
11. М. Кастельс, П. Хіманен. Інформаційне суспільство та держава добробуту. Фінська модель. Пер. з англ. – К.: Ваклер у формі ТОВ, 2006. – 256 с.
12. Узбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
13. Юнг К. Г. Архетип и символ. – М.: Ренессанс, 1991.
14. Леви-Строс К. Первобытное мышление/ Пер. с фр. – М.: Республика, 1994. – 384 с.
15. Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. – М.: Академический Проект, 2007. – 384 с.
16. Кармадонов О. А. Глобализация и символическая власть // Вопросы философии. – 2005. – № 5. – С. 47-56.
17. Феррони В. В. Теория “симулякрів” Ж. Бодрийяра: “ностальгия по настоящему” // Вестник ВГУ. Серия 1. Гуманитарные науки. – 2001. – № 5. – с. 222-234.
18. Всемирная энциклопедия: Философия / Главн. науч. ред. и сост. А. А. Грицанов. – М.: АСТ., Мн.: Харвест, Современный литератор, 2001. – 1312 с.
19. Эпштейн М. Информационный взрыв и травма постмодерна // <http://philosophy.ru/library/epstein/epsht.html>. 1998.
20. Маньковская Н. Эстетика постмодернизма. – СПб.: Алетейя, 2000.
21. Ольшанский Д.В. Политический PR. – СПб., 2003.

