

2. Шельген Г. Германия. Факты: Германия в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de>.
3. Анисимов А.Г. Основные положения концепции национальной безопасности ФРГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/1999/vestniksf110-22/vestniksf110-22030.htm>.
4. Weißbuch 2006 zur Sicherheit der Bundesrepublik Deutschland und zur Zukunft der Bundeswehr. Berlin: Bundesministerium der Verteidigung. 2006. [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.bundeswehr.de>.
5. Павлов Н.В. Станет ли Европа самостоятельным игроком в многополярном мире? // Германия. Вызовы XXI века. – М., 2009. – С. 217–226.
6. Stark Cr. Europa der verschiedenen Geschwindigkeiten. Universität Hamburg [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: www.christopherstark.de/studium/europa-versch-gesch-ausarb.pdf.
7. Schröder G. Rede auf der 41. Münchner Konferenz für Sicherheitspolitik. 12.02.2005 [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: www.druckversion.studien-von-zeitfragen.net/Rede%20Вк%20Schroeder%2041.%20Muenchner%20Konferenz.pdf.
8. Максимычев И.Ф. Российско-германские политические отношения// Германия. Вызовы XXI века. – М., 2009. – С. 310.
9. Raketenschild in Osteuropa. Steinmeier plädiert für Nato-Debatte. SPIEGEL ONLINE. 19.03.2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,472632,00.html> // 06.04.11.
10. Павлов Н.В. Новые аспекты политики ФРГ в третьем мире в условиях глобализации// Германия. Вызовы XXI века. – М., 2009. – С. 301–303.
11. Павлов Н.В. Политика развития в эпоху перехода к полицентрическому миру// Германия. Вызовы XXI века. – М., 2009. – С. 307–310.



УДК 130.2

А.И. Виноградова

К ПРОБЛЕМЕ СИМВОЛИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В статье раскрывается феномен символа, занимающий ведущее место в формировании ценностных и идеологических структур в современном обществе. Показываются качественные изменения, происходящие в социокультурном пространстве настоящего, определяющие перераспределение базовых ценностей современной эпохи.

Ключевые слова: общество, культура, символ, постмодернизм, информация, коммуникации.

A.I. Vinogradova

TO THE ISSUE OF SYMBOLIC TRANSFORMATIONS IN THE SOCIAL AND CULTURAL SPACE

The symbol phenomenon having the leading role in the formation of values and ideological structures in the contemporary society is revealed in the article. The qualitative changes taking place in the modern social and cultural space that define modern era basic value reallocation are shown.

Key words: society, culture, symbol, postmodernism, information, communication.

Развитие информационных технологий существенно влияет на все стороны общественной жизни и приводит к созданию общества нового типа, которое современные теоретики называют информационным. В современном научном дискурсе понятия "информационное общество" и "общество эпохи постмодерна" во многом синонимичны. Возникновение как первого, так и второго, связано, прежде всего, с таким глобальным событием, как переход от "Галактики Гуттенберга" до "Вселенной Маклюэна", т.е. переход от эпохи доминирования печатных средств коммуникации к эпохе доминирования средств аудиовизуальных, как телевидение и Интернет. В эпоху тотального распространения телекоммуникационных систем информация как коммуникация транслирует символы, приобретает постмодернистский вид. Слово уступает место символу, который занимает ведущее место в формировании ценностных и идеологических структур.

В рамках историко-философского процесса и научного познания в целом феномен символа рассматривался в различных аспектах и направлениях: формально-логических, эстетических, эвристических и т.д.

Общая характеристика символа и его место и роль в культурном аспекте социального пространства является предметом анализа многих отечественных и зарубежных исследований, среди которых работы А. Лосева [2], Н. Рубцова [3], С. Лангер [4].

В аспекте проблемы данной статьи методологической основой выступают исследования философов-постмодернистов Ж. Бодрийяра [5], Ж. Лиотара [6], Дж. Ваттимо [7], В. Вельш [8] и т.д. Поскольку объектом исследования выступают трансформации символического в культуре постмодерна, то для данного исследования представляют интерес работы, связанные с теми или иными аспектами устройства современного социального мира и те изменения, которые несет общество, приобретая характер "постиндустриального" или "информационного", а именно взгляды Э. Тоффлера [9], М. Кастельса [10], Ф. Уэбстера [11], Д.В. Иванова [1].

Не теряют своей актуальности системная работа К. Юнга [12] о культурно-феноменологических и исторических архетипах символизации феноменологии индивидов и социумов и исследования К. Леви-Стросса [13] по изучению качества символа как инструмента передачи и хранения социального опыта.

Особое звучание в эпоху кибернетического моделирования массового сознания имеют исследования С. Кара-Мурзы [14], О.А. Кармадонова [15], В.В. Феррони [16], авторы которых акцентируют внимание на манипулятивной функции символического как в институциональном, так и в социозпистемологическом измерениях социальной жизни.

Вместе с тем проблема символических трансформаций общественного сознания в эпоху постмодерна требует новых аспектов исследования символа под влиянием постиндустриальных тенденций общественного развития, связанных с процессами глобализации и информации.

Усиление постиндустриальных тенденций, связанных с процессами информатизации и глобализации, приводят не только к количественному увеличению информации и все больших возможностей пользования ею, а и к качественным изменениям, которые постепенно происходят в социокультурном пространстве настоящего, к перераспределению базовых ценностей современной эпохи. В XXI веке информация превратилась в глобальный ресурс человечества, вошедшего в новую эпоху развития цивилизации, – освоение информационного пространства. Д.В. Иванов определяет информацию как коммуникацию, операцию трансляции символов, побуждающих к действию [1, с. 361]. Только как коммуникация, а не как знание или предмет, информация способна вызывать новые операции. Именно поэтому главным феноменом компьютерной революции становится Интернет, ведь в его глобальной сети гораздо увеличиваются возможности осуществления коммуникаций.

Компьютеризация повседневной жизни вводит в обиход виртуальную реальность в качестве компьютерных симуляций реальных вещей и поступков. Глубина проникновения виртуальности в социальную и индивидуальную жизнь позволяет говорить о "виртуализации" общества. Сегодня с помощью Интернета можно покупать интеллектуальный и материальный товар в виртуальных магазинах; зарабатывать деньги, принимая и размещая рекламу на виртуальных билбордах, выигрывать в виртуальном казино, играть на виртуальных биржах, участвовать в виртуальных симпозиумах, конференциях, становиться членом виртуальных клубов, сообществ; можно даже любить и создавать семьи. Эти и другие виртуальные аналоги реальных взаимодействий приводят к замещению реального исполнения социальных ролей симуляцией, созданию образа "реальных атрибутов институциональности" [1, с. 366]. Таким образом, виртуальная реальность предстает не как совокупность вербальных и невербальных текстов, а как специфическая форма дискурса постмодернистского мира, в котором власть, знания, коммуникация и информация слились в единый клубок симуляций. Человек эпохи модерна, которая находит себя в социальной реальности, воспринимает ее всерьез как естественную аутентичную данность, в которой проходит жизнь. Человек эпохи постмодерна погружен в виртуальную реальность, "живет" в ней, сознавая ее условность, управляемость ее параметров и возможность выхода из нее.

Термин "постмодернизм" первоначально использовался для фиксации инновационных тенденций в архитектуре и искусстве (прежде всего, вербальные его формы), а после работы Лиотара «Постмодернистское состояние: доклад о знании» (1979) утвердился в статусе философской категории, которая фиксирует ментальную специфику современной эпохи в целом и ассоциируется с критикой универсального знания, фундаментализма. Наиболее существенными характеристиками постмодернизма как культурного течения, а в дальнейшем постмодерна как мировоззрения информационного общества, является стирание всевозможных границ между искусством и повседневной жизнью, элитной и массовой

культурой, фрагментарность, интертекстуальность, эклектика и смешение стилей. Постмодерн отличает многозначность, сомнение, ирония, коллажность, трансформация реальности в образ, рефлексия, цитирование, случайность и амбивалентность.

Постмодернистская философия констатирует "процесс распада мира вещей", который порождает и "космический хаос", и текстуальные феномены "хаоса значений", "хаоса цитат", "хаоса означаемых" как вторичные по отношению к нему [17, с. 492]. Отсюда проблема потери реальности, которая формулируется как "гибель реального" или "сфера симулякров". "Реальность не просто отчуждается, опредмечивается или теряет смысл, она исчезает, а вместе с ней исчезает и общий субстрат человеческого опыта, заменяясь множеством знаков, – свободных и относительных картин мира. Каждая раса, культура, пол, возраст, местность, индивид создает свою "реальность" – именно это слово в современных гуманитарных науках редко используется без кавычек. Отчуждение реальности от человека и исчезновение самой реальности – лестницы одного поступательного процесса, в котором «сумма информации, созданная человечеством, становится все менее доступной отдельному индивиду» [18].

Феномены истины, адекватности, реальности больше не воспринимаются в качестве онтологически базовых, а воспринимаются в качестве символического порядка. В постмодернистском семантическом пространстве феномен реальности приобретает характеристики гиперреальности, в рамках которой оригинал и копия (подделка) существуют в одном культурном контексте. Согласно Бодрийяра, закончилась сама реальность, уступив место гиперреальности симулякров – псевдоречей, что "замещают" агонизирующую реальность «постреальностью путем симуляции, выдает отсутствие за присутствие, стирает разницу между реальным и представленным» [19, с. 60].

Постмодерн ориентирован не на разработку, а на конструкцию как свободное и подвижное соединение разнородных элементов в единое целое, причем в принципиально произвольном порядке, исключая инструкцию как таковую, – символом культуры постмодерна становится коллаж, который приобретает статус универсального средства организации культурного пространства.

Коллажность проявляется почти во всех феноменах культуры постмодерна: коллажность "свободного языкового стиля", который предполагает сочетание изысканной литературности и арго, стилевой эклектизм архитектурных практик, принцип комбинаторности в моде, культивируемый способ социализации и т.д. По словам М. Можейко [17, с. 492], в современной версии постмодернизма речь идет уже об атрибутивной коллажности любых феноменов культуры. Символом эпохи постмодерна становится фотография женщины в парандже и с сигаретой Marlboro (С. Сардар).

Заданный постмодерном культурный полицентризм ведет к увеличению как индивидуальной, так и коллективной свободы, к "разрушению традиций и появлению возможностей выбора среди верований, ценностей и жизненных стилей" [17, с. 513]. С одной стороны, не признавая канонов и авторитетов, человек начинает искать пути самореализации и находит их, например, в Интернете, размещая на своих веб-страницах семейные фотоальбомы, проводя персональные художественные и фотовыставки (даже с элементами анимации), организуя музейные экспозиции, кинопросмотры, интерактивные спектакли. Интеграция живописи, музыки, литературы, архитектуры, науки может привести к созданию новых форм искусства. С другой стороны, традиционная культура с характерной для нее социокультурной коммуникацией, для которой присуще основанное на традиционных формах социальной практики и жесткой социально-ролевой иерархии стабильное общество. Лавина символов, образов, знаков обваливается на человека, вызывает процесс разрушения традиционной знаковой системы ценностей и потери собственной культурной идентичности, что приводит к характерной для культуры постмодерна в целом постмодернистской чувственности – установки на восприятие мира в качестве хаоса. Мир становится одновременно фактическим, хаотичным и разнородным, а человек чувствует себя сбитым с толку. В результате возникает чувство освобождения, ощущение "изменчивости, дезориентации и игры" [7, с. 59]. Впитывая социальное окружение, постмодернистский индивид ко всему открыт, воспринимает все на уровне легких и быстрых касаний, как цитату, как условность, за которой невозможно найти начало, источник, возникновения [18].

В эпоху постмодерна политические институты, которые ранее определяли способы постановки и решения проблем обладания властью, симулируются, вызывая виртуализацию институтов – выборов, государства, партий. Борьба за политическую власть сегодня – это не борьба партийных организаций или конкуренция программ действий. Это борьба образов – политических имиджей, которая происходит на символическом уровне. "Мы живем в эпоху политики образов и образов политики", – утверждает Д.В. Иванов [1, с. 405]. И действительно, имиджмейкеры, пресс-секретари, менеджеры, администраторы и т.д.,

занимаясь идеологическим обеспечением деятельности власти, создают политику и все чаще формируют общественное мнение в подготовке и реализации политических решений.

Задачей этой так называемой символической элиты является создание и продуцирование востребованного в данный момент политического имиджа – образа власти, обеспечение ее рейтинга. Сегодня политика создается не на заседаниях партийных и правительственных заседаниях, не на политических митингах и межфракционных переговорах, а в телестудиях, PR-агентствах и концертных площадках (с участием "звезд", которые поддерживают ту или иную политическую партию во время предвыборной кампании). Партии, которые возникли как представители классовых, этнических, конфессиональных, региональных интересов, превращаются в "марки" [1, с. 404], эмблемы и рекламные слоганы, которые традиционно увеличивают электорат.

Символы и ценности, транслируемые символической элитой, имеют по своей природе мифологический характер, если понимать под мифом способ объяснения социальной действительности, который апеллирует не только к разуму, а и к чувствам и эмоциям потребителя такого мифа. "Миф формирует у масс определенное мировосприятие, создает установки, которые имеют устойчивость предрассудков. Миф устанавливает вымышленные причинные связи между реальными объектами, порождает ложные объекты (например, героические образы рядовых политических лиц), легенды о славном прошлом, объединяет действительность с вымыслом, вносит вымышленные отношения в реальность социальной жизни" [20, с. 72].

Власть растворяется в современных масс-медиа, телекоммуникациях и Интернете, становится невидимой и вместе с тем всепроникающей. Принцип монтажа, который используется средствами массовой информации, приводит к такой селекции и интерпретации реальных событий, что мир, который воспринимает пользователь, оказывается иллюзорным миром или симулякром. Средства массовой коммуникации фактически больше не отражают действительность, а сами создают образы, символы и симулякры, которые и определяют реальность нашей культуры, или, используя терминологию Бодрийяра, гиперреальность, в которой происходит симуляция коммуникаций, и которая становится более реальной, чем сама реальность.

Информационный бум, бесконечные возможности, доступность и упрощенность понятий и действий получает рядовой пользователь, что приводит к качественным изменениям в стиле мышления, в способе видения, оценке и понимании действительности. Предшествующий линейный способ восприятия мира, где понимание основано на логической последовательности, аргументации и обосновании, уступает место целостному охвату смысла того, что происходит, при этом даже мозаичное и нерегулярное поглощение информации (чтение, просмотр ТВ) стремительно присоединяют человека к реальным событиям [1, с. 466].

В информационном постмодернистском обществе технологические трансформации имеют существенное влияние на знания. Ж.-Ф. Лиотар в "Состоянии постмодерна" писал: "Устаревший принцип, по которому полученное знание неотделимо от формирования разума и даже от самой личности, стареет и будет выходить из потребления ... Знание создается и будет создаваться только для того, чтобы получить стоимость в новом продукте..." [6, с. 80].

По мнению исследователя, знания все чаще становятся товаром, а в информационной сфере все чаще срабатывают рыночные механизмы, которые становятся рычагом при определении степени востребованности и эффективности знания и информации, степени "перфомативности". Как следствие, снижается уровень тех видов знания, которые становятся невостребованными и неэффективными (философия, эстетика). Образование рассматривается не как отдельный период жизни (школа, университет), а как процесс, длящийся всю жизнь; множество истин приводит к потере авторитета и роли традиционных университетов в определении, что есть истина, меняется представление об образованности человека (кого считать более образованным: того, кто обладает большим объемом знаний, того, кто умеет быстро найти необходимую информацию и знает как ею воспользоваться).

Компьютерные симуляции природных, технологических и социальных процессов, увеличение роли воображения, фантазии, парадоксальности мышления, манипуляции моделями научного дискурса вместо поиска, создания надлежащего образа механически приводят к успеху, являются визитной карточкой научного социокультурного знания постсовременности.

Подводя итоги, следует отметить, что согласно исследованиям последних лет (Р. Гелдер, С. Фортон), постмодернистское состояние мышления сказывается сегодня в социологии, истории, этике, медицине, этнографии и других гуманитарных дисциплинах практически без исключения. В постмодернистском пространстве такие институциональные сферы, как культура, экономика, политика, наука, строятся на компенсации дефицита реальных ресурсов и поступков большим количеством символов, образов, симулякром. Наш символический универсум создается на основе масс-медиа, телевидения,

рекламы, Интернета, и эта эксплуатация "чужеродных" образов становится причиной распада традиционной культуры, приводит к потере культурной идентичности.

Диспропорция между человеком, чьи возможности биологически ограничены, и человечеством, которое, благодаря Интернету, практически не ограничено в своей информационной экспансии, приводит к "постмодернистской чувствительности" якобы равнодушной по отношению ко всему, что происходит.

Вслед за философами-постмодернистами остается надеяться, что с ростом общей ответственности, увеличением взаимозависимости членов общества и улучшением их способности находить общий язык человечество станет более гуманным и толерантным.

Литература

1. *Иванов Д.В.* Общество как виртуальная реальность. – М.: АСТ, 2004. – 507 с.
2. *Лосев А.Ф.* Знак. Символ. Миф // Тр. по языкознанию. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 477 с.
3. *Рубцов Н.Н.* Символ в искусстве и жизни: Философские размышления. – М.: Наука, 1991. – 175 с.
4. *Лангер С.* Философия в новом ключе: Исследование символики разума, ритуала и искусства. – М.: Республика, 2000. – 286 с.
5. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
6. *Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна. – СПб.: Алетейя, 1998. – 160 с.
7. *Ваттимо Дж.* Прозрачное общество. – М.: Логос, 2002. – 128 с.
8. *Вельш В.* Наш постмодернистский модерн. – М.: Альтерпрес, 2004. – 328 с.
9. *Тоффлер Э.* Третья волна: пер. с англ. – М.: АСТ, 2002. – 776 с.
10. *Кастельс М., Химанен П.* Информационное общество и государство благосостояния. Финская модель. – М.: Логос, 2002. – 224 с.
11. *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
12. *Юнг К.Г.* Архетип и символ. – М.: Ренессанс, 1991. – 299 с.
13. *Леви-Стросс К.* Первобытное мышление. – М.: Республика, 1994. – 384 с.
14. *Кара-Мурза С.Г.* Власть манипуляции. – М.: Академический проект, 2007. – 384 с.
15. *Кармадонов О.А.* Глобализация и символическая власть // Вопросы философии. – 2005. – № 5. – С. 47–56.
16. *Феррони В.В.* Теория "симулякров" Ж. Бодрийяра: "ностальгия по настоящему" // Вестн. ВГУ. – 2001. – № 2. – С. 222–234.
17. *Всемирная энциклопедия. Философия / под ред. А.А. Грицанова.* – М.: АСТ; Минск: Харвест, 2001. – 1312 с.
18. *Эпштейн М.* Информационный взрыв и травма постмодерна. Режим доступа: <http://xn---7sbddaytbmhi3aiu2aci6m4c.xn--p1ai/book/28696.html>.
19. *Маньковская Н.Б.* Эстетика постмодернизма. – СПб.: Алетейя, 2000. – 347 с.
20. *Ольшанский Д.В.* Политический PR. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.

