

ПЕДАГОГИКА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

УДК 378

А.П. Люсый

Диалектика символизации/десимволизации как фундаментальное основание прикладной культурологии

В предлагаемом спецкурсе символизация рассматривается как способ культурной организации реальности человеком посредством различных приемов восприятия, опыта и рефлексии в процессе человеческого общения. Но идеологизация символа предстаёт чередой схоластических спекуляций, отнюдь не связанных с развитием новых содержаний сознания, отражая стремление господствующих социальных структур сохранить власть. Текущие коллизии патриотизма и партиотизма показаны как актуальный пример диалектики символизации/десимволизации.

Ключевые слова: знак, символ, бренд, герменевтический круг, дискурс, метаязык.

In an offered special course symbolization it is considered as a way of the cultural organization of a reality by the person by means of various receptions of perception, experience and a reflection in the course of human dialogue. But the symbol ideologizing appears as a train of the scholastic gamble which completely not have been not connected with development of new maintenances of consciousness, reflecting aspiration of dominating social structures to keep the power. Current collisions of patriotism and partiotism are shown as an actual example of dialectics symbolization/desymbolization.

Keywords: a sign, a symbol, a brand, hermeneutic circle, a discourse, a meta language.

ПЛАН УЧЕБНОГО КУРСА

Символизация как культурная организация

Соотношение символа и знака

Как десимволизируются символы

Амортизация символов

Артикуляция новых символов

Патриотизм и партиотизм в диалектике символизации/десимволизации

Одним из немаловажных фундаментальных оснований современно-

го гуманитарного знания представляется разработка диалектики символизации/десимволизации.

Символизация как культурная организация

Символизация – способ культурной организации реальности человеком посредством различных приемов восприятия, опыта и рефлексии в процессе человеческого общения. Это особый, изначально присущий человеку психический процесс замещения одних образов другими. Как отметил А.Ф. Лосев, термин «символ» ведет происхождение от греческого слова «symbolon», что значит «знак», «примета», «признак», «пароль», «сигнал», «предзнаменование», «договор в области торговых отношений между государствами» [8, с. 14]. Значения же однокоренного греческого глагола «symballō» – «сбрасываю в одно место», «сливаю», «соединяю», «сшибаю», «сталкиваю», «сравниваю», «обдумываю», «закрываю», «встречаю», «уславливаюсь» – представляют собой своеобразный конспект современной теории и практики символизации, включающей в себя и свою диалектическую противоположность – *десимволизацию*. Этимология указывает здесь на совпадение двух планов действительности – символ имеет значение не сам по себе, но как арена встречи известных конструкций сознания с тем или другим возможным предметом этого сознания.

Социокультурное функционирование символа представляет собой процесс его означивания. Для того чтобы символ мог стать носителем культурно значимых смыслов и ценностей, он должен быть понятен, т.е. система символов должна быть представлена в культуре как ее матаязык. Символ – особым образом понятая, оцененная и трансформированная реальность, являющаяся результатом человеческой познавательно-оценочной деятельности в контексте человеческого общения.

Выделяются два уровня символики. *Первичная* символика – это символы, которые «изначально» существуют в культуре: вещи и ритмы, звуки и слова, названия и понятийные концепты, заключающие в себе некий бытийный смысл. При этом данный смысл невербализован, существуя в качестве общего «горизонта понимания» той или иной культуры. *Вторичная* или, вербально-теоретическая символика (теоретико-интерпретационная или художественная) – представляет собой вербальную или визуальную интерпретацию символического. По словам И.Е. Фадеевой, усмотренный А.Ф. Лосевым «бесконечный ряд интерпретаций» в символе – следствие его «круговой» структуры (структуры герменевтического круга) [18, с. 117]. В культурах, уделяющих пристальное внимание символу (романтизм, символизм), интерпретация оказалась существенной частью символического образа. Символическую

структуру можно представить в виде процесса взаимодействия перцептивного и теоретического, а также текста и метатекста. Символ – это фигура вопрошания, по словам М. Хайдеггера – «вопрошания бытия», а не ответа и утверждения, что обуславливает его понятийную неисчерпаемость примерно в том же смысле, в каком утверждается материальная неисчерпаемость микромира. В целом основанной на символах науке математике в качестве аналога символа как явления реальности можно назвать увеличивающий путем прибавления или стирающий посредством умножения на себя величины – ноль (что будет обоснованно ниже)¹.

Будучи укоренен в сфере бессознательного, вырастая из дорефлективного, довербального состояния сознания процесс символотворчества присущ любой культуре. Посредством рефлексии ранние символические смыслы становятся собственно символом, который может быть осознан как принцип «перевода» действительности в формы сознания [19]. Рациональность греческой и – далее – европейской культуры основана на преобразовании симультанного и образного («иероглифического») в последовательное и знаковое (появление буквенной и математической «символики»). Отсюда контраст европейской ментальности и восточной: европейская ментальность алфавитна, восточная – иероглифична. Устойчивая форма дискурса в европейской традиции – формальная логика, в восточной, конкретно, в китайской, – нумерология, воспринимаемая в качестве особой теории символизационных пространственно-числовых структур. Аналогом китайской нумерологии в Европе была пифагорейско-платоническая аритмология, или структурология (в терминах А.Ф. Лосева), для которой также центральными были категории символа-образа и числа.

Если знак как средство общения связан с торможением разрядки, препятствием на ее пути, то символ при вытеснении бессознательного содержания имеет возможность «разрядиться» прямым, непосредственным образом. Правомочно рассматривать символы в качестве неких «заменителей» языкового выражения или как сознательной, так и бессознательной организации мышления, проявляющегося в виде свободных ассоциаций. Символообразование в процессе символизации сдерживают разрядку напряжения, возникающую между побуждениями и возможными реакциями. Символы призваны смещать желания с запретных объектов на объекты-«заменители», обеспечивая тем самым непосредственное удовлетворение. Компромисс, достигаемый частичной

¹ «Он продуктивен, непрозрачен, мотивирован; он вызывает растворение предметов, есть и значит одновременно, его содержание недоступно рассудку, он выражает невыразимое» [1, с. 203–204].

экспрессией с помощью символов, оказывает немалую услугу как индивиду, так и социуму.

Согласно Э. Кассиреру, ключ к природе человека и ко всей человеческой истории нужно искать именно в анализе символической деятельности. Культура раскрывается как многообразие символических форм, которые упорядочены в соответствии со своими функциональными ролями в систему модусов и уровней – язык, миф, наука [5]. Каждый из этих уровней не сводим к другому, равноправно существуя в культуре. На всех этих уровнях символ предваряет всякий опыт, являясь динамическим началом, «принципом всего – что ни есть, чистым феноменом, причиной, понятием как пра-вещью». «Все попытки десимволизации, считает Кассирер, заведомо обречены на неудачу, ибо преодолеть символ мы можем не иначе как символически же, подобно тому, как глаз, видящий обстоящий мир, никогда не в состоянии увидеть самого себя» [16, с. 100]. Графически «герменевтический круг» можно изобразить в виде кусающей себя за хвост змеи познания.

Соотношение символа и знака

Важнейшая методологическая проблема на избранном нами направлении – соотношение символа и знака. Согласно А.Ф. Лосеву: «Различие между знаком и символом определяется степенью значимости обозначаемого и символизируемого предмета» [8, с. 108]. Подобие тут – не сущностная характеристика соотношения между означаемым и означающим, но результат множественных операций перевода, опосредующих такое подобие, в котором иконичность является знаком другого ряда, но не чертой символа.

Ю.М. Лотман выделил три различных лингвистических классификации символа: «Соссюр противопоставил символы конвенциональным знакам, подчеркнув в первых иконический элемент. Напомним, что Соссюр писал в этой связи о том, что весы могут быть символом справедливости, поскольку иконически содержат идею равновесия, а телега – нет. По другой классификации символ определяется как знак, значение которого является некоторый знак другого ряда или другого языка. Этому определению противостоит традиция истолкования символа как некоторого знакового выражения высшей и абсолютной незнаковой сущности» [9, с. 146]. М.К. Мамардашвили и А.М. Пятигорский обобщили определения символа в психологических теориях: «Ни один теоретик психоанализа (ни сам Фрейд, ни Юнг, ни Нейманн, ни Адлер, ни, наконец, Эрик Эриксон никогда не занимались метатеорией символа, довольствуясь (в лучшем случае) его феноменологией. В одном случае символ – это просто “дырка”, через которую “сознание сейчас” читает

то, что было в “подсознании тогда”. В другом случае, это факт осознания личностью (и культурой) самой себя через стереотипные образы коллективной подсознательной жизни (Юнг). В третьем случае – это факт очень сложной трансформации, которой нечто в сознании подвергается под влиянием бессознательной стихии (Эриксон, отчасти Лэнг). Во всех трёх случаях работа по интерпретации чего-то как символа абсолютно отделяется от символа, и он остаётся вещью, смысл которой всегда находится в другом месте, но не в ней самой» [10, с. 174].

Символ реализуется через определённый знаковый механизм, но в то же время, в своём символическом значении, возникающем как понимание (мысль) внутри определённой структуры сознания, ничего общего с этим механизмом не имеет. «С одной стороны, пронизывая толщу культур, символ реализуется в своём инвариантной сущности. В этом аспекте мы можем наблюдать его повторяемость. Символ будет выступать как нечто неоднородное окружающему его текстовому пространству, как посланец других культурных эпох (= других культур), как напоминание о древних (= “вечных”) основах культуры. С другой стороны, символ активно коррелирует с культурным контекстом, трансформируется под его влиянием и сам его трансформирует. Его инвариантная сущность реализуется в вариантах. Именно в тех изменениях, которым подвергается “вечный” смысл символа в данном культурном контексте, контекст этот ярче всего выявляет свою изменяемость» [8, с. 149]. Здесь подчёркнута общекультурная значимость символа, его специфика внутри социального бытия. Символ существует как символическое, невыводимое из знакового механизма и тем самым незнаковое значение, опознаваемое как акт трансцендирования риторического значения знака, где реально мы видим риторический знак (риторическую систему) с его значением одновременно как структуру (несимволическое) и модель (уже символическое). Между структурой и моделью как состояниями знака риторической системы пребывает *тавтологический ноль* или *собственно символическое*, – в этом смысле, по словам А.Ю. Нестерова, можно утверждать о незнаковости и вообще нематериальности символа. «Символ как знак (или вообще нечто материальное) есть знак некоторой риторической системы в целом (целостного текста), функционирующий в состоянии модели, обогащённой символическим (трансцендентным значением), где символ сам по себе есть “вещь, имеющая смысл в отношении сознания”. Это означает, что он обладает собственным смыслом как “особая вещь” и одновременно смыслом в отношении сознания... во-вторых, как “вещность”, так и “не-вещность” символа может существовать в отношении ко “мне” как к индивидуальному психическому механизму некоторым совершенно автономным образом. Это оз-

начает, что “Я” могу находиться в “поле символа” (физически или психически), не осознавая смысла этого символа в отношении сознания, хотя и будучи под воздействием этого символа как “особой вещи”... В третьих, при рассмотрении символов необходимо учитывать своего рода “онтологический уровень”, где всякий символ будет нам являться как некий комплекс объектов или действий, ни одно из которых не существует (как символическое!) вне единства этого комплекса”, – и лишь в этом смысле можно говорить о знаковости и вообще материальности той категории, которая традиционно анализируется под названием “символ”» [13]. Как внезнаковая категория, символ может быть только понят – или *псевдопонят*, но не познан, ввиду своей отмеченной выше понятийной неисчерпаемости.

Пока символ, по мнению, М. Мамардашвили и А. Пятигорского, остается в границах порождающей его психической структуры, то есть бессознательного, он недоступен осознанию. Однако, начав интерпретацию, исследователь приходит к необходимости толкования символа через нечто иное, через контекст, который, в понимании Юнга, расширяется до масштабов всей культуры. Таким образом, происходит *десимволизация* символа, которая фактически означает его *идеологизацию*. В процессе своей идеологизации символ начинает выступать не только как чисто психическое понятие, но и как псевдосимвол, потому что в самом факте наличия символа начинает усматриваться причинно-следственная связь, тогда как факт сознания, символом которого нечто является, не участвует ни в какой причинно-следственной связи, а просто читается как этот символ. Но поскольку работа психики протекает по закону причинно-следственной связи, то, переводя эту работу в символ, мы по существу начинаем его «десимволизировать». То есть при этом объясняется, почему его «нечто» соответствует другому «нечто», каким образом оно «соответствует» и, тем самым, вводим его в сферу идеологии, в сферу такой работы, которая имеет свою собственную причинно-следственную связь. И эту связь уже не соотносима с какими-либо содержательностями сознания, во всяком случае, это соотношение будет в такой же мере псевдосоотнесением, в какой оставшийся символ, точнее, его функционирующая оболочка, будет выступать в качестве псевдосимвола. Различение между символом и псевдосимволом параллельно различению между структурой и псевдоструктурой сознания и в этом смысле может быть уяснено на уровне исследования и его методологии.

Как десимволизируются символы

Символизация в научной сфере – это переход от естественного языка, как средства выражения наших мыслей, к языку искусственному.

Неправильно считать, что искусственный язык науки есть язык символический, а естественный – несимволический. И естественный и искусственный языки являются символическими. И тот и другой есть последовательность символов (звуков, букв, значков и любых других матер; вещей), выражающих наши мысли. В целом, по словам М. Шелера, естественное мировоззрение переполнено символами, а вместе с символами появляется и трансцендентность символизируемого. Наука освобождает себя от изменчивых материальных соображений полезности, которые полностью определяют как расчленение содержания естественного созерцания, так и единицы значения естественного языка. Но при этом она значительно повышает уровень символизации того, что еще дано в естественном мировоззрении.

В чем же отличие искусственного языка науки (который также называется символическим) от естественного? Искусственный язык ликвидирует многозначность естественного, в силу чего повышается его точность. Он также выполняет роль стенографии, отсюда его обозримость. Пример дает любая алгебраическая формула и ее запись в обычном языке. Искусственный язык строится таким образом, чтобы структурные взаимоотношения изучаемых объектов находили выражение в структуре языка.

Огромное преимущество символического (искусственного языка) выявляется, когда он сопровождается формализацией. Под формализацией мы понимаем переход от содержательных мыслительных операций к манипуляциям символами. Наши мысли выражаются в последовательностях звуков, букв или других знаков (безразлично, выражаем ли мы их в естественном или искусственном языке). Умозаключение, т.е. необходимый переход от одних к другим, сопровождается переходом от одних последовательностей знаков к другим. В случае взаимно-однозначного соответствия между мыслями и последовательностями знаков, что обычно и достигается с помощью символизации, мы можем установить соотношение между логическими операциями и механическими манипуляциями символами, что и есть формализация. Установив такое соответствие, мы трансформируем логические вопросы в вопросы исчисления. Принципиально формализация может быть проведена в рамках естественного языка или его фрагмента, но наиболее удобным – благодаря его простоте и правильности – является искусственный язык, который выбирается таким образом, чтобы в нем была возможно более простая формализация.

Символизация и формализация в рациональной научной деятельности уместны на определенном этапе исследования. Лейбниц квалифицировал символ как «слепое познание». Для Шеллинга символ был чув-

ственно созерцаемым правилом для осуществления идей [15, с. 90]. Сначала необходимо накопить фактический материал и иметь теоретические идеи, схематизирующие исследуемые объекты, а в формализации теоретические идеи получают лишь свое завершение. Идеал любого теоретического построения – предстать в формализованном виде с символическим содержанием. Но при этом нельзя забывать, что никакая формализация не означает полной завершенности знания, а символизация должна быть не только средством обоснования и консервации уже добытого знания, но и средством открытия нового знания. Для философии самоданным может быть лишь то, что дано уже не только через символ какого-либо рода, т.е. так, что оно лишь «предполагается» в качестве «исполнения» какого-либо знака, который заранее определен тем или иным образом. В этом смысле феноменологическая философия для М. Шелера есть постоянная десимволизация мира.

Итак, реальность подлежит символизации, но не без границ. Символизация должна знать свое место и время. Процесс символизации носит характер социально-кодирующей функции. Знаково-символические системы стали выражением определенных общественных отношений и социальных значений. Наиболее рельефно последние заданы в таких символических системах, как деньги. Первоначально, когда товарно-денежные отношения носили еще функционально-нерасчлененный, синкретический характер в роли такого символа в реальном товарном обмене оказываются товаро-деньги. Их дальнейшая эволюция приводит к тому, что «какой-нибудь особый товар получает по отношению ко всем остальным товарам привилегию представлять, символизировать их меновую стоимость, т.е. привилегию стать деньгами» [11, с. 110].

Деньги становятся всеобщим эквивалентом любого товара, социальным символом, который опосредует взаимообмен товаров, а тем самым и взаимоотношения людей. «Такой символ, – писал К. Маркс, – предполагает всеобщее признание: он может быть только общественным символом; он в сущности выражает только некоторое общественное отношение» [11, с. 86]. Социальная символика самого марксизма, превращенного в идеологию, как и последующая сексуальная символика З. Фрейда, по наблюдениям М. Мамардашвили и А. Пятигорского, абсолютно действительна в том смысле, что те знаки, которым они придают определенное значение, во-первых, это значение имеют, а во-вторых – имеют именно это значение, что может быть сказано и о любой другой псевдосимволике идеологических систем. «Ибо символы “означиваются”, включаются в наш режим автоматического оперирования знаками, которому природно не принадлежат» [10, с. 101]. То есть внутри наших знаковых систем они десимволизируются, теряют свое

непосредственное «сознательное» содержание и превращаются в знаки, строго говоря, уже «неизвестно чего».

Как было показано выше, первичные символы (и соотносимые с ними первичные мифы) лежат на уровне спонтанной жизни сознания и спонтанного отношения индивидуально-психических механизмов к содержательностям сознания. Вторичные символы фигурируют на уровне мифологической системы, которая как система сама является результатом идеологической (научной, культурной и т.п.) проработки, интерпретации. Аналогичное разделение можно увидеть во взаимоотношении сознательного и бессознательного у Фрейда, особенно в трактовке им снов (так же как и у Маркса в трактовке им «стихийности» в формировании классовых идеологий).

Теория сновидений З. Фрейда, трактующая воспоминания о снах в качестве продукта переработки символического сознанием в направлении десимволизации стала самой масштабной попыткой идеологического приспособления заданного содержания символов к способностям субъектов оперировать ими, принимать как само собой разумеющееся содержание этих первичных символов. «Редко случается, чтобы теория становилась элементом построения внутреннего мира субъекта. Обычно наука очень трудно вписывается в повседневное осознание индивидом своей жизни в той мере, в какой это зависит от его самосознания. Нечто подобное произошло с эволюционной теорией Дарвина, но, очевидно, здесь трудно провести аналогию, ибо теории Дарвина было тяжелее войти в психический самоотчет человека. А то, что получает свое наивное и элементарное истолкование в теории Фрейда, – взаимоотношение двух уровней символа, имеет место ежедневно в повседневном эмпирическом сознании» [10, с. 134].

В границах социума или отдельных его институтов идеологизированный символ способен производить в себе вторичные системы интерпретации, берущие на себя задачи объяснить, сделать возможным, само собой понятным то, что в предмете символизировано и может в нем содержаться. Они берут на себя «апологетическую роль», то есть роль разъяснения, признания, доведения к принятию нашей культурой, нашим самосознанием того, что уже заранее заданно и уже есть. В этом понимании идеологизация символа предстаёт чередой схоластических спекуляций, отнюдь не связанных с развитием новых содержаний сознания, с духовностью вообще, и отражает стремление господствующих социальных структур облегчить массе доступ к тому, что уже существует предвечно и априорно подлежит индивидуальному освоению.

Амортизация символов

Культура XX в. постижима путем обращения к феноменологии

именно массового сознания. Эпоха социального хаоса – войн, катастроф и революций, выявляя значимость массовых движений, массовой психологии (в том числе и психологии толпы), может быть понята с точки зрения своих внутренних механизмов. Поскольку одна из существенных функций символа – это его социально-организующая функция и связанные с ней функции (национально-, социально-) культурной самоидентификации, то изучение культуры современности невозможно без возвращения к ее «символическим первоосновам» и их изучения.

Помимо символики собственно харизматических личностей (фигура «вождя»), нашедшей отражение в ряде визуальных и вербальных текстов (биографий, значков, поэтических и живописных произведений), можно говорить о символике коммуниста (большевика). Если в после-революционные годы эта символика накладывалась на архетипичную для России символику жертвенности, подвига, подвижничества и мученичества, то в дальнейшем происходит ее трансформация в символику силы, негибкости, беспощадности к врагам («железный» Феликс). Сама полярность этих символических смыслов уходит корнями в средневековье. Семантизация этой символики осуществлялась в знаковых системах политических текстов и политического дискурса применительно к семантике новой эпохи, однако суггестивность, бессознательно-эмотивная действенность становилась возможной только при использовании старых символических смыслов. Новая символика приобретала вербально-вербальный характер, накладываясь на визуальные образы предшествующей культуры (к примеру, картины К.С. Петрова-Водкина опирались на стилистику русской иконы).

Именно символические смыслы организуют массовые движения. С точки зрения процесса социокультурной коммуникации применительно к массовому сознанию (т.е. с отсутствующей позицией наблюдателя) можно в данном случае говорить о симметрии позиции адресанта и адресата. Можно говорить и о элементе конструирования символики адресантом, примером чему является деятельность Л. Троцкого по созданию собственно советской символики (звезды, ромбы, формы красноармейца), с использованием форм искусства ангажированного авангарда). Происходит «наложение контекстов», мера осознанности чего еще подлежит выяснению.

При этом В.И. Ленину была чужда игра в символы. Л. Троцкий вспоминал фразу Ленина в связи с переездом Совнаркома из Петрограда в Москву: «Что вы калякаете о символическом значении Смольного! Смольный – потому Смольный, что мы в Смольном. А будем в Кремле, и вся ваша символика перейдет к Кремлю» [17, с. 217]. Такая позиция была ранее мировоззренчески обоснована В. И. Лениным в работе «Ма-

териализм и эмпириокритицизм», в которой обосновывалась суть происходящей на стыке XIX и XX вв. научной революции и ее форм. Состав той революции был определен, во-первых, в признании относительности знания и, во-вторых, в факте завоевания физики (и других наук) духом математики. И то и другое означает отказ от метафизического мышления в пользу диалектического и в то же время является причиной физического идеализма. Позитивизм махистского толка абсолютизировал тогда принцип релятивности знания; со спорадической эксплуатацией математизации. Математизация, будучи величайшим достижением, является теоретико-познавательной основой, на которой вырастает идеализм. Логический позитивизм в отличие от махизма, спекулирует по преимуществу не на принципе релятивности нашего знания, а на факте широкой математизации и логизации физики и других наук.

Семиотическая ситуация послереволюционной эпохи представляется в семиотическом смысле достаточно сложной. Текст (система знаков, эмблем, образов) конструировался адресантом-наблюдателем с учетом позиции адресата – адресант конструировал адресата, тем самым программируя его действия. Символическая система, объединенная идеями революционного преобразования, «новой жизни» и «нового человека», жертвенности и подвига, репрезентированная в ряде художественных и политических текстов, действительно выполняла социально-организующую функцию, эмоционально и суггестивно воздействуя на массовое сознание.

В тоталитарном государстве обязанностью каждого подданного является такое символическое истолкование фактов, что, безусловно, подтверждает избранность «своего» режима и непогрешимость «своего» фюрера. Интерпретация тоталитарной символики, догматов, лозунгов – всякая попытка связать их с реальной практикой, преобразование символа в изоморфный действительности дескриптор оказываются уголовно наказуемыми. Символизация в тоталитарном обществе имеет и другую сторону: восприятие государства как Родины-матери, а фюрера как отца сопровождается массовой инфантилизацией населения и культурным регрессом. Символ оборачивается псевдосимволом [14]. Поскольку работа психического механизма протекает по закону причинно-следственной связи, то, переводя эту работу в пространство такого символа, мы по существу начинаем его «десимволизовать». Различение между символом и псевдосимволом параллельно различению между структурой и псевдоструктурой сознания. Проведя различение между символом и псевдосимволом, мы лишим идеологическую область ее видимой самостоятельности.

Советская символика оказывалась значимой в годы Великой Отечественной войны, когда принадлежность к коммунистической партии оказывается осмысленной не только идейно, но и экзистенциально. Символика как бы забыла о своей «сконструированности»: война стала событием не только политическим, но и экзистенциальным. Символичность этого события заключается не в «указании» на некоторые смыслы и значения, но в значимости его самого по себе, при наличии возможности семантизации посредством целого, практически бесконечного ряда знаковых систем – художественных и научных. Символический смысл этой войны явно включает в себя и «снятую» символику сакрального. Наглядным примером этого является ее определение как «священной», что связано как с реально переживаемой ценностью события на экзистенциальном уровне, так и с богословско-христианской традицией. Именно структурой символического события, опирающегося на архетипы бессознательного, а не только политической конъюнктурой, определен интерес кинематографа этого времени к образу Александра Невского (святого), а также известное катартическое обращение И. Сталина «Братья и сестры...». Катарсис, с одной стороны, – элемент фабулы, действия, «трагического мифа» (А. Лосев), с другой – «перевод» «проекция» фабульного во внефабульное, действительного и темпорального – в законченное и вневременное.

Данное «ноологическое» (рассматривающее культуру как духовную целостность) толкование катарсиса не противоречит экзистенциально-феноменологическому, которое также связывает его с категорией бытия. Катарсис как свойство восприятия символа является репрезентацией – с точки зрения человеческой интроспекции – ощущения символического как эмоционально воздействующего целого. Символическое как нерасчлененное смысловое, включающее в себя протоэстетическое, может стать предметом эстетического наслаждения или катартического преодоления ужасного или конвульсивно-гротескного, будучи осознанным в качестве «условного», отделенного эстетической дистанцией. Эстетические понятия и категории – это форма языковой (семиотической) репрезентации символа с позиций наблюдателя. Сам носитель культуры не нуждается в интерпретации – символ воздействует непосредственно и суггестивно.

Артикуляция новых символов

Вся культура XX в. была в той или иной мере форме «артикуляцией» новых символических смыслов, их означиванием и семантизацией. Однако ко второй половине столетия символическое оказалось полностью спроецировано в знаковое. Особенно очевидно на примере семантики принадлежности к КПСС: для ряда ее членов это стало десеманти-

зированным знаком, но в отличие от символа потерявшим и свою суггестивность. Символизация/десимволизация, как в очередной раз показала недавняя история, оказались тесно связанной с законами экономики и в то же время стали мощным, но не всегда подчиняющимся желаемым устремлениям инструментом политики в процессе распада СССР. Система вынужденных актов при общем курсе на тотальную децентрализацию советской экономики не могла предотвратить эскалации инфляционных и гиперинфляционных процессов. Возобладавшие бартерные сделки, в ходе которых бартерный товар, в каждой конкретной ситуации обретая потребительскую стоимость, стал специфическим экономическим символом постперестроечного характера, интенсивно вытесняя из экономического пространства обесцененные, обессиленные с финансово-символической точки зрения денежные знаки, в очередной раз показавшие свой условно-исторический характер [2, с. 7].

Итак, сознание и общество функционирует как более или менее (а)симметричная система символизации/десимволизации. Десимволизация необходима современному социуму и социокультурной среде в качестве противоположного уравнивающего полюса. В современном обществе символы интегрируются в бренд как высшую форму текущей (см. отмеченное выше значение – «сливаю») символизации. Бренды реализуют себя в рекламных текстах, становятся для все более критично настроенного потребителя товаров источником возбуждения интереса к продвигаемому продукту. Они сообщают торговой марке символическую форму, при которой человек стремится обладать не товаром, а именно брендом, приобщиться к его ценностной картине.

Рекламный текст – особое коммуникативное пространство, реализует разные варианты символизации. Реклама, являющаяся одним из эффективных способов влияния на сознание современного потребителя, опирается на древнейшие способы трансляции ценностей и идей. Метод символизации здесь выступает как инструмент означивания рекламных идей. Интегрированный в рекламный текст символ позволяет обогатить содержание рекламного сообщения, придавая ему нерекламную значимость и заставляя его работать. При этом происходит искажение и редукция ценностей, лежащих в основе рекламного символа. Именно диалектика процессов символизации/десимволизации привела к изменению задач рекламы к концу XX в. На смену простому информированию потребителей о технических новинках пришло создание образа определенной «версии» промышленного товара, выпускаемого под определенной маркой. Первоочередная задача брендинга заключалась в том, чтобы дать подходящие родовые имена самым распространенным группам товаров, таким, как сахар, мука, мыло и крупы, которые поначалу про-

сто насыпались лавочниками из мешков и бочек. В 1880-х гг. возникли корпоративные логотипы, содержащие имена производителей. Товарные знаки и марки создавались для того, чтобы вызывать доверие и чувство общности, нейтрализуя недоверие, вызываемое новыми и неизвестными товарами в стандартной упаковке. Вместо лавочника, который по старинке отмерял покупателю и взвешивал сыпучие продукты, одновременно выступая в роли консультанта, рекламного агента и гаранта качества своих товаров, появились «знаковые» персонажи – Доктор Браун (dr. Brown), Дядя Бен (Uncle Ben) и другие. Заменяя продавца местного магазина, они становились необходимым звеном, связывающим потребителя с продуктом. Реклама дала им возможность обращаться непосредственно к потенциальным покупателям. Так возникла символическая корпоративная «индивидуальность», получившая отдельное имя, упаковку и рекламную поддержку.

В большинстве рекламных компаний конца XIX–XX вв. обычно использовался один и тот же набор псевдонаучных приемов. Заголовки должны быть крупными и обособленно располагаться на белом фоне. В рекламных объявлениях использовались только утвердительные формулировки и декларативные заявления, а конкуренты никогда не принимались в расчет и не упоминались. Как пытался установить принципы своеобразной рекламной этики на рубеже тех веков один рекламный агент, «рекламное объявление должно быть достаточно большим, чтобы произвести впечатление, но не превышать по размерам товар, который оно рекламирует» [6].

Однако уже в те давние времена были и такие люди, которые понимали, что рекламные послания могут и должны быть не просто рациональными, искусно сработанными технически, апеллирующими к чувству здравого смысла потребителя. Они должны учитывать и духовное измерение, поэтому в них необходимо вкладывать «душу». Не только сами бренды – целые корпорации стали олицетворять собой некую созданную ими идею, воплощать представление о самих себе. В попытке установить подлинную сущность бренда рекламные агентства стали обращать все меньшее внимание на конкретные продукты и их атрибуты, все больше занимаясь изучением психологических и антропологических аспектов влияния брендов на жизнь людей и их культуру. Так General Motors стала делать новые автомобили не из стали и резины, а из движений новой духовности и феминизма конца 1970-х. Для адаптации к этому сдвигу в массовом сознании товаропроизводителям потребовалось несколько десятилетий.

Возникновение и развитие символической логики заставляет совершенно по-новому ставить вопрос об области применения оператив-

но-символических методов. Поскольку логические процессы могут быть представлены в оперативно-символической форме и так как нет ни одной области знания вне логического, то в принципе символические методы применимы в любой области знания. Немедленное и широкое внедрение символических методов в специальные науки не только возможно, но и практически необходимо, так как только схематизация изучаемых процессов, только представление их на оперативном символическом языке машинной математики позволяет использовать замечательные достижения современной вычислительной техники в целях развития самих специальных наук.

Символическая политика представляет собой не безличный и стихийный способ массовой коммуникации, но сознательное использование эстетически-символических ресурсов власти для ее легитимации и упрочения посредством создания символических «эрзацев» (суррогатов) политических действий и решений. Определение «эрзац» можно заменить и на – «модель», поскольку символизация перерастает в свою высшую стадию – символическое моделирование. Оно разделяет символическую политику на политику «сверху», «снизу», «сверху и снизу». Символическое моделирование предполагает сознательное участие человека в активации глубинных слоев психики и установлении их связи между собой и другими частями внутреннего мира. Многие аспекты символического моделирования проходят бессознательно, но принципиальное значение имеет осознанный импульс, запускающий весь процесс. В XX в. научились разрабатывать и продавать пакеты пусковых программ для эрзац-революций.

Символическое моделирование гораздо в большей степени, чем символизация поддается сознательному наблюдению и корректировке. Если символизация, работая с тем, что уже имеется, сосредоточена в настоящем, то процесс символического моделирования не ограничивается рамками «здесь и сейчас». Возможно обращение к тому, чего уже нет или пока нет. Психологическая работа с будущим, как и с прошлым, предполагает не символизацию, а именно символическое моделирование. По мнению историков, исход Гражданской войны между «красными» и «белыми» предопределило малоземельное крестьянство, составляющее в то время большинство граждан России. Победа «белых» означала возврат, пусть даже символический, помещиков, что было неприемлемо для малоземельных крестьян, которые видели в лозунге «землю крестьянам» выход из беспросветного существования. Кто в России начала XXI в. является аналогом малоземельных крестьян? Материалом для символического моделирования снизу оказывается ответ историков, что историческим аналогом таким крестьянам в России начала XXI в.

являются те, кто не получили долей собственности в ходе приватизации 1990-х гг., не попали на работу в органы власти и силовые структурах и не стали сотрудниками предприятий нефтегазового комплекса (большинство граждан страны). При этом значительная часть активной молодежи «заточена» под революцию. Однако в России революции оказываются не «орудием справедливости», а «усугублением государственности» (М. Волошин). Символ «кровь» был одним из основных символов советского периода истории. Красное знамя, «пропитанное кровью героев». Эстетизация смерти через образы героев, погибших за «дело революции», поддерживала символ «кровь» в «зажженном» состоянии. Эстетику каких «кровавых» символов может предложить в своем противостоянии нынешняя оппозиция и власть? Российская оппозиция «на перепутье». С одной стороны есть понимание того, что революции без крови не бывает, с другой стороны, желательно, чтобы была пролита чужая кровь.

«Позитивное» стихийное моделирование будущего через прошлое «сверху» осуществляется в России на разных уровнях. По мнению Е.Г. Лапиной-Кратасюк, фильм «Сибирский цирюльник» Н. Михалкова не намного более историчен, чем ролики, рекламирующие пиво «Сибирская корона», но последние, в отличие от первого, не претендуют на то, чтобы «вернуть историю народу». Зато они делают исторические значения достоянием повседневности. Гротескное столкновение прошлого и настоящего – современного и «неблагородного» продукта и «исторических» сюжетов рекламного сериала, уравнивается игровым отношением к традиционно серьезным темам русского офицерства и монархии и слоганом «Все за “Сибирскую корону”!» [7, с. 296]. Россию накрыла волна таких словосочетаний, как *Пересвет-инвест*, банковский вклад «*Кутузов*» и т.п. (последнее теперь может стать символической опорой для поиска стратегии выхода из мирового экономического кризиса).

Ввиду того, что символ – архаическая структура человеческого сознания, связанная с невычлененностью рациональной сферы из дорациональной, то психология современной толпы становится полем для рецидивов именно символического. Однако символ как рефлексивная структура сознания не является результатом импульсивных и аффективных действий толпы, хотя может их вызывать и стимулировать. Можно отметить формулировку национальной идеи как идеи «*либеральной империи*»¹, основанной на попытке «оживления» существенных смыслов и ценностей. «Либеральная империя» (вариант – «энергетиче-

¹ Истинное авторство данного, подвергнутого современной «брендизации» словосочетания принадлежит «забытому» русскому политику и историку, одному из лидеров кадетов В.А. Маклакову (1869–1957).

ская сверхдержава») – потенциально символообразующая – обладающая возможностью суггестивного воздействия, соединение несоединимого, амбивалентная, что и характеризует символическое сознание. Пример внешнего интеллектуального символа – «*вашингтонский обком*». Данный гибридный символ рожден путем объединения двух как будто бы несовместимых символов. Но именно это позволяет уяснить природу гибридных символов, которым не противопоказана и обычно разрушительная для символа ирония.

Патриотизм и партиотизм

В России возглавить символическое моделирование должна, по инициативе партии «Единая Россия», новая мощная пиар-служба, призванная продвигать бренд «Россия» на Запад. Главными составляющими бренда должны стать подбренды «Путин» и «Медведев» [4]. Вслед за ними обозначены такие бренды, как футбольный клуб «Челси» (воспринимаемый уже как вполне российская команда) и «Газпром». Другие составляющие бренда Россия – русская классическая литература, искусство, балет и сам русский язык (на котором, между прочим, пишут антироссийские песни даже барды чеченского сепаратизма).

При этом обозначается проблема степени «партийности» российского будущего. В современном мире партии воспринимаются как эффективная форма отчуждения политических ресурсов граждан в пользу элит. Длительное историческое существование символа «партии» объясняется именно волей властных элит («восстанием элит», по словам К. Лэша), заинтересованных в исторически бесконечном периоде отчуждения политических ресурсов граждан от самих граждан. «*Европа народов, Европа граждан, а не Европа партий*» – лозунг европейских интеллектуалов на ближайшую историческую перспективу. Общее в мутагенезе символа «партии» в России и символа «партии» в Европе – это дрейф данного интеллектуального символа к символу «власть». Все это связывается с эпохой перехода от индустриального общества к обществу постиндустриальному, в принципе построенному на превращении науки в непосредственную силу, в том числе и политическую. Партии никогда не занимались реальным выражением тех или иных социальных интересов, они играли роль их выразителей. Поэтому в результате партии сформировались как театральные труппы, более – менее талантливые». Символ «партия» – это символ механистического взгляда на мир. Это символ разделяющий, тогда как новый век требует общественно-политического устройства, соответствующего живому организму. Взгляд на мир сквозь интеллектуальный символ «партии» – это взгляд архаичного человека, застрявшего в XX в. Человека, жестко дифферен-

цирующего весь мир и не желающего видеть ничего, кроме того что требуется лично ему для архаичного выживания.

«Партии» – «гаснущий» интеллектуальный символ. «Сегодня в политическом пространстве мы имеем дело с двумя объективными процессами. Первый – явное, во всяком случае, в России, снижение авторитета и реальной роли политических партий. Второй – столь же очевидное повышение роли экспертов и политтехнологов... (С. Черняховский). Так можно ли признать символ “партия” символом XXI века? Безусловно, нет. Данный символ искусственно навязан России в рамках пресловутой концепции “догоняющего развития”. *Патриотизм* является полной противоположностью *патриотизма*, причем формой активного уничтожения патриотизма, как духа, как символа государственности» [12]. Разница между левыми и правыми партиями стирается: и те и другие – лишь технологически отчуждают от гражданина и политические, и экономические права. Сегодня символ «партия» – это «черный карлик», некогда бывший яркой и живой звездой, которая превратилась в «черную дыру», стремительно всасывающую в себя все живое. Служение погасшему и чуждому символу – это не прямой патриотизм, а опосредованный и отчужденный патриотизм.

По словам М. Мамардашвили и А. Пятигорского, богатейший опыт научного семиотизирования в XX в. – «это опыт перевода символов сознания в знаки культуры» [10, с. 98] (то есть десимволизация, включающая в себя в снятом виде символизацию). Возможна ли такая знаковая система, в которой символы переводили бы нас в ситуацию активно действующего автоматического режима нашего индивидуального психического механизма, будучи при этом прозрачными, позволяющими переводить символы в знаки? Которая одновременно содержала бы в себе такие (пустые, «нулевые») клеточки или ячейки, которые бы «ожидали» заполнения себя в процессе динамики индивидуального психического и социально-психологического механизма? Тем самым была бы создана символическая «периодическая система» как основа диалектики символизации/десимволизации.

ГЛОССАРИЙ

БРЕНД (товарный знак, торговая марка) – термин в маркетинге, символизирующий комплекс информации о компании, продукте или услуге, легко узнаваемая и юридически защищённая символика какого-либо производителя или продукта.

ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКИЙ КРУГ – когнитивная метафора, описывающая взаимообусловленность объяснения и интерпретации, с одной стороны, и понимания – с другой.

ДИСКУРС – Многозначный термин ряда гуманитарных наук, предмет которых прямо или опосредованно предполагает изучение функционирования языка – лингвистики, литературоведения, семиотики, социологии, философии, этнологии и антропологии. Четкого и общепризнанного определения «дискурса», охватывающего все случаи его употребления, не существует. Наиболее общим пониманием стала социально обусловленная организация системы речи (текст в действии).

ЗНАК – материальный, чувственно воспринимаемый предмет (явление, действие), который выступает как представитель другого предмета, свойства или отношения.

МЕТАЯЗЫК – язык «второго порядка», по отношению к которому естественный человеческий язык выступает как объект, то есть как предмет языковедческого исследования.

СИМВОЛ – особая коммуникационная модель, интегрирующая индивидуальные сознания в единое смысловое пространство культуры. Его функция связана с интеграцией коллективного сознания в рамках единого смыслового пространства.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

Знак и символ – взаимосвязь и отличия

Особенности символизации в культуре, науке и идеологии

Отличие искусственного языка от естественного

Варианты символизации в пространстве рекламы

Символическое моделирование в политике

Контраст европейской и восточной ментальности на примере особенностей символики

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Сущность различия между знаком и символом

Объем понятия

Актуальность

Историческая обусловленность

Востребованность в обществе

Степень значимости обозначаемого и символизируемого предмета

Кто охарактеризовал символ как слепое познание?

Платон

Аристотель

Шлегель

Лейбниц

А.Ф. Лосев
М. Мамардашвили
А. Пятигорский

Основные символические тенденции современной политики
Роль партий.
Роль политических экспертов.
Социальных сетей.
Международных неправительственных организаций.
Парламентов.
Исполнительной государственной власти

Кто из государственных деятелей советского периода особенное значение придавал игре в символы?

В.И. Ленин
Л.Д. Троцкий
Н. Бухарин
Н.С. Хрущев
М.С. Горбачев
Ф.Э. Дзержинский

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИКУМА

Опыт символического восприятия пространства своей улицы как пережитого пространства в системе общегородского пространства.

Многослойная структура символа в художественном тексте и в реальности.

Визуализация символизации в современном искусстве.

Символические обозначения «цветных» революций за последние 25 лет.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

Кассирер Э. Философия символических форм. Т. 1–3. М., 2002.

Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М., 1995.

Мамардашвили М.К., Пятигорский А.М. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символике и языке. М., 1997.

Фадеева И.Е. Символ в системе культуры: Теория и феноменология. СПб., 2003.

Дополнительная:

Антонов В.И. Символизация как социокультурная и познавательно-практическая проблема. М., 1992.

Белый А. Символизм как миропонимание. М.: Республика, 1994.

Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М., 2003.

Жижек С. Возвышенный объект идеологии. М., 1999.

Кляйн Н. NO LOGO. Люди против брендов. М., 2003.

Лапина-Кратасюк Е.Г. История как бренд: Репрезентация прошлого в рекламе // Традиционное и нетрадиционное в культуре России. М., 2008.

Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1999.

Рикер П. Конфликт интерпретаций: очерки о герменевтике. М., 1995.

Савчук В.В., Разумов В.И., Кребель И.А. Топология дискурса: возможность выбора логических констант в организации пространства мира: сайт. URL: http://www.antropotopos.ru/Article/5_May_Sept/1_topology_discourse.doc

Свасьян К. А. Проблема символа в современной философии (Критика и анализ). Ереван, 1980.

ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ

Государственные символы России. Документальная кинотрилогия

Исторические заклёпки. Музыкальный анимационный фильм

Дэн Браун, Стивен Найт. Утраченный символ. Художественный фильм

Текисэки Китано. Куклы. Художественный фильм

1. Todorov T. Symboltheorien. Tubingen, 1995.

2. Антонов В.И. Символизация как социокультурная и познавательно-практическая проблема. М., 1992.

3. Ленин В.И. Материализм и эмпириокритицизм // В.И. Ленин. Полное собрание сочинений. Изд. 5. М.: Политиздат, 1975. Т. 18. Гл. V. § 8.

4. Введенская А., Яковлева А. Россию сделают брендом // Независимая газета. 2008. 6 ноября.

5. Кассирер Э. Философия символических форм. Т. 1–3. М., 2002.

6. Кляйн Н. NO LOGO. Люди против брендов. М., 2003.

7. Лапина-Кратасюк Е.Г. История как бренд: Репрезентация прошлого в рекламе // Традиционное и нетрадиционное в культуре России. М., 2008.

8. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М., 1995.

9. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. М., 1999.

10. Мамардашвили М., Пятигорский А. Символ и сознание. Метафизические размышления о сознании, символическом и языке. М., 1997.

11. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 46. Ч. 1.

12. Маслов О., Прудник А. «Партии» как символ XXI века (Символы и знаки XXI века – Ч. 5): сайт. URL: <http://www.polit.nnov.ru/2007/03/15/symbolpartiotism/>
13. Нестеров А.Ю. Прагматика символической категории в герменевтическом контексте: сайт. URL: <http://ru.philosophy.kiev.ua/library/nesterov/pragm.html>
14. Ронкин В. Апология рационального: сайт. URL: <http://ronkinv.narod.ru/ap.htm>
15. Свасьян К. Проблема символа в современной философии. Ереван, 1980.
16. Свасьян К.А. Философия культуры Э Кассирера // Вопросы философии. 1984. № 9. С. 100.
17. Троцкий Л.Д. К истории русской революции. М., 1990.
18. Фадеева И.Е. Символ в системе культуры: Теория и феноменология. СПб., 2003.
19. Фадеева И.Е. Символ как авторефлексия культуры: структура и феноменология // Культурологические исследования: сборник научных трудов. СПб., 2003.