

Глобалізаційні впливи: роль і місце знання в сучасному інформаційному просторі

У статті йдеться про вплив глобалізаційних процесів на свідомість людини в епоху масового споживання інформації.
Ключові слова: глобалізація, свідомість, знання.

In the article the question is about influence of globalizatsiynikh processes on consciousness of man in the epoch of mass consumption of information.

Key words: globalization, consciousness, knowledge.

Ще кілька десятиліть тому світ був інакшим. Тоді існували як природні бар'єри між континентами, країнами та людьми, так і штучні. Наприклад, люди з соціалістичного табору мали абсолютно інше уявлення про життя в капіталістичному світі, ніж це було насправді.

Нині ситуація змінилася. Всі зрозуміли, що світ став дуже близьким і навіть тісним. Інтернет, який з неймовірною швидкістю розносить новини, електронні медіа, які забезпечують передачу картинок та звуку у всі країни, розвиток комунікацій робить життя швидшим, динамічнішим та небезпечнішим...

Одна з основних суперечностей століття, що минуло, — роз'єднання функціональних та фундаментальних цілей і навіть домінування перших над другими. Ми живемо в епоху ефективних розмов, мовних та комунікативних дій. Відтепер ідеться про оптимізацію функціонування інформаційної системи, її ефективність. Цьому сприяють і глобалізаційні процеси, сутністю яких є перетворення людства в єдину структурно-функціональну систему. Глобалізація загострила конфлікт між специфічними ідейно-ціннісно-мотиваційними основами цивілізацій і псевдоцінностями комерціалізованої псевдокультури суспільства масового споживання. Елементаризм почуттів масової людини-функції впродовж останніх десятиліть суттєво підсилюється інформаційним спрощенням. Витіснення формою змісту є найсуттєвішою ознакою комунікативної революції. Мова стала аналітичною: якщо раніше вона з'єднувала — слова мали багатозначний, множинний зміст, то нині слова стали раціональними, їх очистили від багатьох сенсів, коріння яких сягає глибини віків. Вони втратили святість і цінність, але дістали ціну.

Інформація стає сенсом існування віртуального суспільства. Сьогодні весь світ фактично "заражений" інфоманією, суть якої полягає у переконанні, що найпоінформованіші люди мають переваги над тими, у кого доступ до інформації обмежений, і що

інформація — це більше не засіб досягнення мети, а сама мета.

За словами австралійського психолога і фахівця у сфері соціальних досліджень Х. Маккея, світ тоне в інформації, і все голосніше звучать заклики перейти на швидкісну смугу інформаційної магістралі. Автор книги "Інформаційний смог: як вижити при надлишку даних" Дейвід Шенк стверджує, що інформаційна перенасиченість витісняє хвилини тиші, спокою і не дає людині подумати про важливе. "Бурхливі потоки дрібних інформаційних частин безперервно бомбардують нашу свідомість, спричиняючи оніміння і омертвіння мисленнєвих і сприйняттєвих здатностей, можливостей. Ми не бачимо того, що у нас перед очима, тому що в очах стоять образи, не сприйняті свідомістю. Так, "слух, який травмований гуркотом року, вже не сприймає шелесту трави..."

У сучасних комунікативних умовах домінанто стають власне функціональні цінності, кількісно-інформаційні параметри яких витісняють на узбіччя якісно-фундаментальні вартості, за якими стоїть знання, тобто тексти "високого порядку", під якими розуміють "словесні твори, авторські та анонімні, які лежать в основі людської цивілізації. Зокрема старокитайський канон, староегипетська література, індійська філософія, Новий Заповіт, основні ідеї ісламу... Для українців такими текстами, що дають ідентифікаційний код для інтегрального розуміння (пізнання) призначення людини в національному та всесвітньому контексті, можуть бути твори Тараса Шевченка, Івана Франка, Лесі Українки, Ліни Костенко...

"Нема для людини зла небезпечнішого за помилкову думку".

Сьогодні маємо інші умови розгортання тієї ж проблеми, коли красномовні, побудовані на екранній досконалості мікротексти фактично нічого не пояснюють, ні від чого не застерігають і мають одне гедоністичне призначення. Визначаючи національно-онтологічні характеристики журналістського тексту,

О. Федик називає його "лінгвофеноменом, що презентує еволюцію національної свідомості".

З інформатизацією суспільства та запровадженням високоточних технологій знання змінює свій статус. Тепер воно ґрунтується на ефективній комунікації, налаштованій на реальні результати. На зміну колишнім тотальним узагальненням приходять розчарування, на зміну ортодоксіям — нові підходи, які не поєднуються з метаповідями (у мові Жана-Франсуа Ліотара метаповіді означають великі системи, оповіді тотального плану, які організовували знання аж до середини ХХ ст. і зникли в наші дні, з появою постмодернізму).

З енциклопедичних, словникових видань, що з'явилися впродовж останніх років ("Літературознавчий словник-довідник" (Київ, 1997), "Словарь зарубежного литературоведения" (Москва, 1996) зникла стаття "твір", як до того зникло поняття "автор". На авторство гіпертексту тепер може претендувати кожен. Умбертові Еко належить теза про те, що будь-який текст тепер твориться читачем й автором в однаковій мірі, тобто гіпертекст пишеться водночас багатьма, завершеним бути не може і по суті є нескінченним розгалуженням мовних можливостей відправного тексту, який за обсягом не перевищує кількох абзаців. Дослідження літературних текстів в інтернеті засвідчують їм (літератури) неготовність до технічного виклику ХХІ ст. "Література Великих Ідей в інтернеті не приваблює. Її грандіозність перетворюється у громіздкість, пророча інтонація — у пишномовні "погляд і ніщо". Якщо при вході інтернет є поблажливим, то на виході він безжалісний". Текст втрачає енергетичну пружність, стає анемічним, "пливе", персонажі перетворюються в голови, які розмовляють, глибина стає поверховістю: інтернет вимагає стислості.

У дослідженні "Новий проект російської словесності. Література в інтернеті" В. Сердюченко констатує, що майже всі автори в інтернеті пишуть погано — як початківці, так і ті, хто вже відбувся по той бік електронного задзеркалля. Як правило, зауважує він, це космополітично налаштовані автори, які не визнають авторитетів, національних пріоритетів, які інтернетом і не передбачені. Технологічно детермінована глобальна комп'ютерна мережа за своєю метафізичною суттю байдужа до надто людського, зокрема національного. Вона трактує людину як користувача (user), і таке призначення людини може підсилюватися відповідно до того, як кібернетичні пристрої зможуть творити тексти.

Сьогодні, коли головним носієм тексту став екран телевізора чи комп'ютера, "величезний надлишок інформації ("шум") і величезна швидкість її отримання призвели до появи нового типу читання без діалогу,

читання-споживання. Виник потік "мікроподій", який спричинив кризу "макротексту", що описує світ і суспільство. Швидке зростання кількості новин, радіо- і телеповідомлень, а також комп'ютерної інформації створили умови інформаційного фундаменталізму, в яких людина змушена сприймати факти і події односторонньо, не маючи змоги побачити повну картину. "Ми йдемо в інформаційний світ, де слово звучить уже з малої літери, бо не несе в собі навантаження для душі... Як наслідок, ми потопаємо в інформації, але прагнемо цілісних знань. Людство накопичує безліч фактів, навіть не розраховуючи на можливість їх засвоєння. Учені в сфері інформатики говорять про "добування фактів", про необхідність перекопати накопичені факти, щоб отримати корисні дані.

Коли саме кількість інформації стає метою, в результаті пізнання може не так зрости, як зменшитися. Уже сьогодні вчені заявляють про інформаційну диспропорцію між людством як загальним виробником інформації і окремою людиною як її споживачем. Обсяг знань і кількість новин, які нагромаджувалися впродовж XVI—XVII ст., тепер доставляються за один тиждень, тобто швидкість виробництва інформації збільшується в тисячі разів. Швидке зростання кількості інформації може означати: або кожне з повідомлень має наближену до нуля вартість, або всі вони повинні взаємоанулюватися, інакше ми мали б справу з практично неможливим безкінечним зростанням пізнання. Ритм винаходів починає перевищувати розумну потребу в них. Якщо 60 років тому щоденні газети склалися лише з восьми сторінок, тепер у них уже по п'ятдесят. Не кажучи про "Нью-Йорк Таймс", в якій майже 600 сторінок. "Людські істоти просто не в змозі розумно заповнювати текстом такі простори. Нічого дивного, що там трапляється досить багато глупства".

Можливості інформації обмежені. При нинішньому пануванні телебачення важко розібратися, де неправильна інформація, а де пропаганда. Коли чистій інформації надається першочергове значення, це спричиняє шквал фрагментарних, необроблених даних, які не сприяють пошуку нового, глибшого розуміння і взаєморозуміння. Чиста інформація не проливає світла на герменевтику нашого життя. Вона має непрямий стосунок до пізнання мудрості й навіть може блокувати шлях до мудрості. За таких умов людина може легко потрапити у центр пізнавального конфлікту, суть якого полягає в тому, що "інформація подається як знання, або, що є істотною маніпуляцією — сприймаємо готову інформацію як кінцеве знання".

Твердження, що людина з кожним поколінням об'єктивно стає мудрішою і розумнішою з огляду на якісно і кількісно нові можливості доступу до нагро-

мадженої інформації, є непереконливим. Адже кожне суспільство мало у своєму розпорядженні стільки інформації, скільки потребувало. Важлива не кількість інформації, а якісне знання, "своя мудрість", що є константою, а тому мало залежить від історичних обставин, технологічного прогресу чи регресу суспільства.

Безпорадність людини перед інформаційним впливом спричиняє "постмодерністську чуттєвість", відсторонену, притуплену стосовно всього, що відбувається. Її підсилює віртуальна гіпертекстова багатоваріантність, яка спричиняє появу явища "постіємощіоналізму". Постмодерністський індивід усе сприймає як знакову поверхню, не намагаючись проникнути вглиб речей, у значення знаків.

Здатність швидкого переміщення у кіберпросторі полегшує контакт з величезною кількістю повідомлень. Ступінь фрагментарності здобутого таким чином досвіду стає щоразу вищим. Холістичний, опертий звично на єдину внутрішню спаяну метанарацію, образ світу, який був типовим для модерністичної культури, в інтернеті замінений сотнями тисяч суперечливих між собою, малих, локальних, нестабільних і внутрішньоконфліктних нарацій, які взаємно релятивізуються. Особа отримує фрагментарний образ світу, а також вступає у фрагментарні контакти з іншими учасниками подорожі у віртуальній реальності. Уособлення такої комунікативної кіберідентичності японці позначають поняттям "отаку" — це "діти медіа", які замість безпосередніх контактів між людьми надають перевагу медіальному спілкуванню чи різним формам симуляції (коли важливою є комунікація сама в собі, а не її зміст). "Отаку" функціонує у зачарованій реальності ЗМІ, де межа між реальним досвідом і фікцією є розмитою. Медіадіти сповідують "інформаційний фетишизм", первинним джерелом якого є школи, де їх навчають пізнавати світ у категоріях даних й інформації фрагментарно, без "цілісної візії". Знання не є важливими і мають енциклопедичний характер — так ніби життя було телевізійним додатком. Інформація сама по собі стає метою і відривається від суспільного контексту.

З одного боку, характер кіберідентичності, а саме: відсутність емоційних зв'язків, анонімність і нарцисизм дає почуття безпеки і звільняє від відповідальності. З іншого — незважаючи на певні можливості особи контролювати споживання інформації, інформаційне суспільство створює стан напруги і почуття браку ідентичності, що "спричинена кризою, яка виникла з обмежених можливостей зрозуміти людину і пристосуватися до фарсованого інформаційного зростання і темпу змін".

Кіберідентичність підкорюється не законам трансмісії, а композиції (складання), що уможливорює включення тимчасовостей в ідентифікаційну систему. Необмежений потенціал нагромадження інформації зробили задавненим поняття колективного (спільнотного) безсмертя, заснованого на переданні знань.

Нові комунікативні технології спроможні вихопити особу зі спільноти. Через індивідуалізацію і прагматизацію процесу комунікації індивід абстрагується від групової, спільнотної ідентичності та позбавляється можливості брати участь в обговоренні загальнонаціональних проблем. Згодом це може ускладнити реалізацію інтеграційної функції ЗМІ у суспільстві, пошук суспільних компромісів, які вважає прийнятними більшість, що є чи не найосновнішою ознакою представницької демократії. Великі комунікативні повноваження індивідів можуть спричинити велику дезорієнтацію, тим паче, що вже зараз вони мають труднощі з пристосуванням до швидких суспільних змін. Це дестабілізує локальні суспільства в епоху недовір'я до політиків й інших керівників та призводить до подальшого поділу суспільства і послаблення почуття відповідальності стосовно співвітчизників.

Розвиток інформаційних технологій і, як наслідок, гіпердемократизація комунікативного простору, інформаційний вибух впливають на характер, статус журналістських текстів зокрема і призначення журналістики загалом. Діапазон досліджень цієї проблеми дуже широкий — від тверджень, що традиційні ЗМІ не зникнуть, а "просто займуть своє місце у ширшій, плюралістичнішій телеграфічній культурі", до питань "Чи має журналістика майбутнє?" В умовах, коли час між подією та інформуванням про неї зменшується, журналіст має щоразу менше можливостей на інтерпретацію і з'ясування значення певної події. Така тенденція позбавляє журналістику не лише орієнтаційної функції (orientating journalism), а й суто інструменталістської. Учені дедалі частіше говорять про "особисті медіа" — "електронні газети", "персональні щоденники", які переглядають світові джерела інформації, бази даних і творять з них електронні видання за індивідуальними замовленнями. Ще на початку 90-х рр. французький учений Ж.-К. Бертран [1] прогнозував, що в 2042 р. не стане газети зразка ХХ ст. Журналістська продукція буде оброблятися комп'ютером відповідно до смаку кожного споживача. Однак уже сьогодні така перспектива є не далекою. З'являється можливість кожної особи бути публічним актором, претендувати на авторство новин шляхом персоналізації інформаційних замовлень, тобто самостійно, з окремих інформаційних кубиків формувати собі засіб масової ін-

формації. Тому роль журналістики може зменшитися, оскільки тепер особа отримує безпосередній доступ до джерел інформації, а великі її обсяги змушують споживачів ігнорувати коментарі, інформаційний контекст, повноту події. В теорії комунікації новим явищем стає процес "дезінтермедіації" – вилучення ЗМІ як посередників між суспільством та інформацією. "Вважається", що безпосередній доступ до баз даних, інформаційних сервісів та інших джерел інформації спричинив те, що суспільство не потребує медіа та редакторів, які виконували роль посередника між ним і реальністю. Воно черпатиме інформацію в "сирому", а не у відредагованому вигляді".

Як бачимо, шанси того, що ми називаємо "макротекстом" в умовах інтерактивного комунікування, обмежені. Це свідчить про різницю між тим, що в інтересах людини, і тим, що людині цікаво, які з безлічі доступних новин мають обирати, фільтрувати і "здійснювати скачок з царства свободи в царство необхідності, вольовим зусиллям припиняти це захопливе блукання у віртуальних хащах і змиритися з тим, що якийсь шматок інформації залишається недоступним. Треба навчитися командувати цією газетою, інакше вона буде командувати тобою". Але ж чи кожному це під силу? Люди можуть загубитися на інформаційній автостраді й згодом взагалі її залишити. Великі масиви інформації і безпосередній доступ до неї ускладнюють розуміння тих чи тих подій суспільством.

Характерно, що традиційна журналістика відрегулювала на згадані вище тенденції здебільшого своїм підпорядкуванням смакам мас. Новини втратили свій мандат громадського служіння, поклавши його на вівтар прибутку та потурання найсумнівішим інстинктам людини. Як зауважує М. Келб [3], були часи, коли на новинах грошей не робили або робили їх небагато. Але у 80-х рр., за часів Рейганівської дерегуляції, радіо і телемережі стали не тільки давати величезні прибутки, а й перетворилися на предмети дуже вигідної торгівлі. "Нині маємо сотні кабельних телеканалів, тисячі джерел інтернету; теле- та радіобалакони наввипередки ганяються за найсумнівішими плітками; комп'ютерні мережі, газети та інформаційні бюлетені – всіх їх утягнуто в шалену цілодобову гонитву за увагою читачів, що призводить до повсюдного зниження журналістської якості, до найнижчого спільного знаменника, до цілковитої нездатності розібратися, де плітка, де вигадка, а де факт". Критика насамперед зосереджується на електронних засобах інформації, але мала б звернути увагу й на друковані ЗМІ, де кольорові фотографії, скорочені статті, прокоментовані та персоналізовані новини і найзвичайнісінькі плітки тепер змага-

ються за обмежений газетний і журнальний простір, не кажучи вже про конкуренцію з інтернетом.

Інтернетівська звичка контакту з "фрагментом" (а не цілістю) може бути легко принесена у "реальне" життя. Мотиваційне поле для цього є. Ще К. Попер казав про напруження цивілізації як плату за кожне наше просування у знаннях. Наслідки ж кількатисячолітньої діяльності людини не збігаються з її бажанням жити у спокої і безкарно. Тому сучасна людина надає перевагу інформації, а не знанню хоча б тому, що знання є тривожним і докірливим спадком. Він не є універсальним і має різне значення для різних народів. Так, якщо для посткомуністичних націй доступ до ретроспективного знання (пам'яті) дає їй контекст виживання, то для націй ліберального світу апеляція до пам'яті змушує визнавати власну відповідальність за розвиток цивілізації, якій уже знайшли влучне визначення – "цивілізація смерті". Інакше кажучи, знання, з одного боку, обтяжує крах занадто людського проекту життя неісторичної людини, з іншого – емпіричні можливості й потреби особи є значно більшими, ніж ті, що передбачені, наприклад, "американською мрією". Як наслідок, з'являється екзистенційний страх і невпевненість, від яких людина ховається за нібито втішними екранними образами, тікає у бездоганну логіку електронних структур цифрового модернізму, яка ігнорує інтегральне охоплення людини і дає шанс на реалізацію екзистенційної псевдонадії без жодного зв'язку з пам'яттю, а отже, і правдою (історичною і моральною). Таким чином, ускладнюється перехід від "досвіду страху (*tremendum*) до досвіду зачарування (*fascinosum*)". Як наслідок, у вестернізованому світі новим джерелом страху може бути уявна реальність, створена телебаченням, чи навіть "перенавантаження інформацією в Інтернеті".

Макротекст є ознакою вертикального діалогу, що може відбуватися як на рівні сім'ї (батько – син), школи (вчитель – учень), так і на загальнонаціональному рівні (герой – нація). Імперативом інформаційного суспільства є горизонтальний діалог на засадах лише соціальної рефлексії, яку К. Попер пропонував обрати відкритому суспільству, а тепер пропонують насамперед суспільству посткомуністичному, для якого характерна нерозвиненість форм горизонтального діалогу. Саме такій рефлексії сприяє інформаційна фрагментарність глобального комунікативного простору, критерієм ефективності (рентабельності) якої є задоволення попиту масової аудиторії. Таке інформування перетворюється в соціальний наркотик, який відволікає від активної участі в процесах пізнання життя і привчає задовольнятися тією масовою культурою, яка поширюється каналами масової комунікації.

Причини виникнення такого явища мають і об'єктивний характер. Масова культура створює умови для масової формальної грамотності, яка уможлиблює читання і писання, але без глибокого осмислення прочитаного. Ще в 40-х рр. учені констатували, що люди стали читати більше, але розуміти менше. Сьогодні формальну грамотність стала витіснити електронна, і на її основі масова культура має ще більший успіх. Вона може швидко реалізовуватися завдяки електронним мас-медіа, не будучи пов'язаною з необхідністю дотримуватися традицій і специфіки національних культур, їх історичних концепцій і мовних систем. Як стверджує російська дослідниця цієї проблеми Л. Землянова [2], такі системи руйнуються під натиском нових форм "мультинаціонального" культурного об'єднання, що використовують захоплення та імплантацію форм з національним ба-

зисом для утворення системи об'єднаного і невірноваженого культурного виробництва на транснаціональному чи паранаціональному рівні. Як наслідок, інформаційна глобалізація (інтеграція) стирає межі між секторами традиційних систем ЗМІ і створюються нові відкриті медіасистеми, в яких домінують візуальні форми мовлення (музичні, спортивні програми), що мало залежать від лінгвоетнічної специфіки текстів.

1. *Бертран К.-Ж.* Будущее журналистики: не прогноз, а мечта // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 1993. — № 1. — С. 76–79.
2. *Землянова Л.* К вопросу об атрибутах массовой культуры // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 1993. — Ч. 5. — С. 70–82.
3. *Келб М.* Що чекає на вільну пресу? // Критика. — 1998. — Квіт. — С. 14–15.