

Знаково-символическая роль объектов предметного мира как средства социальной коммуникации

Role that objects play as signs and symbols in social communication

Ленсу Яков Юрьевич¹

Lensu Yakau

1. Кандидат искусствоведения, доцент, заведующий кафедрой теории и истории дизайна Белорусской государственной академии искусств

PhD in History of Arts, Associate Professor, head of the Department of theory and history of design of Belarusian State Academy of Arts

e-mail: lensu50@inbox.ru

Аннотация

В статье анализируется знаково-символическая роль вещи как средства социальной коммуникации. При этом процесс коммуникации, осуществляемый объектами предметного мира, рассматривается через наложение его на схему коммуникативного процесса, разработанную теорией информации. В этом контексте анализируется, как через символику предметного мира осуществляется связь между отправителем и получателем информации, какие здесь используются коды, как на информационном сообщении отражается контекст, в котором это сообщение передается, а также как влияет на восприятие сообщения «шум».

Ключевые слова: знак, символ, предметный мир, теория информации, социальная коммуникация, коммуникативный процесс.

Abstract

The article analyzes the role that the objects play as signs and symbols in the social communication. In particular, the process of communication through material world objects is studied through the imposition on the communication process diagram developed in the information theory. In this context it analyzes the way the information sender and receiver communicate through the symbols of the material world, the codes used for it, the way that the context in which message is transmitted influences the message, and the way the "noise" affects the perception of the message.

Keywords: sign, symbol, objects, information theory, social communication, communication process.

Поступила в редакцию/Received: 30.12.2016

Web: <http://elibrary.miu.by/journals!/item.iot/issue.49/article.9.html>

Введение

Коммуникация, то есть отношения, связь между людьми – очень важный момент жизни общества. Человек не может существовать без связи с другими людьми, иначе он перестает быть человеком, превращается в дикое животное, оторванное от цивилизации. С помощью средств массовой, социальной коммуникации индивид обогащается всеми ценностями человеческой культуры. По выражению А. Моля, «культурное сообщение, которое транслируется человеку через средства массовой коммуникации, – это последовательность отдельных выделяемых и определяемых элементов, которые поступают к индивиду из окружающего мира» [1, с. 204]. Таким образом, через коммуникацию у человека налаживается связь с окружающей действительностью.

Средства коммуникации начали развиваться с началом зарождения человеческого общества. Однако само научное понятие коммуникации появилось только в XX в. с возникновением теории информации. В соответствии с теорией информации, весь коммуникационный процесс представляет систему, которая складывается из следующих элементов: 1) отправитель информационного сообщения (адресант, экспедиент, коммуникатор); 2) получатель информационного сообщения (адресат, реципиент, коммуникант); 3) отношение (контакт, связь); 4) код (шифр); 5) контекст; 6) сообщение (информация, послание, весть) [2, с. 64–65]. На эту предложенную теорией информации схему коммуникативного процесса мы и будем опираться при разработке темы нашей статьи.

Основная часть

Наиболее древними средствами коммуникации считаются язык и письмо. Со времени своего возникновения они являются средствами межличностного

общения, передачи информации жизненного, бытового характера. Впоследствии языковое средство человеческой коммуникации приобретает разновидность в виде риторики, то есть публичных выступлений, письмо в качестве размноженных произведений древних писателей также получает характер публичности, массовости. Таким образом, складывается массовая, социальная коммуникация. По определению Ф. Бретона и С. Пру, социальная коммуникация «главным образом охватывает сообщения, циркулирующие между группами личностей или между личностью и группой» [3, с. 13].

Именно такой процесс социальной коммуникации, но с помощью объектов предметного мира, осуществляется достаточно часто в разных группах человеческого общества. Способностью вещи быть носителем, «трансляционным каналом» определенной информации удовлетворяется особая человеческая потребность, не сводимая к другим. Это духовная потребность в вещи, часто связанная с ее эстетической сущностью.

Как средство социальной коммуникации выступают символика, знаковость вещи. Каким же образом в данном случае осуществляется коммуникативный процесс? Вернемся к схеме структуры коммуникативного процесса, предложенной теорией информации. Мы увидим, что среди главных составляющих этого процесса называются коммуникатор, то есть отправитель некоего информационного сообщения, коммуникант – получатель этого сообщения, и, наконец, сама информация. Если символика вещи в самом деле исполняла роль средства массовой коммуникации, то здесь мы также должны найти названные элементы коммуникативного процесса. Чтобы убедиться, что это именно так, рассмотрим конкретные примеры действия символики, знаковости вещи в человеческом обществе.

Знаки – это информационные сигналы культурного сообщения людей, действующие внутри социального организма. Осознавая себя той или иной общностью, люди выработали внешние знаковые средства ее фиксации. Еще в архаическом обществе вещь наряду с другими формами культуры становится символом социально-этнической локализации человеческих общностей, консолидации одних социальных групп и их размежевания с другими. С помощью определенных вещей представители одного племени транслировали представителям других племен информацию о своей племенной принадлежности. Подобными вещами, носителями информации, могли быть элементы одежды, украшения, какие-то ритуальные принадлежности. Таким образом, здесь уже можно явно выделить коммуникатора, посылающего конкретное сообщение, коммуниканта, для которого это сообщение предназначено, и саму информацию.

Ситуации такого рода коммуникации в обществе, когда коммуникатор информирует коммуниканта о своей социальной принадлежности, имели место и в более поздние времена, собственно, на протяжении всего развития человеческого общества. В этом плане, конечно, большое значение имела одежда. Значительную информационную роль она играла, например, во времена античности. Так, туника определенного фасона являлась знаком принадлежности к определенным группам древнеримского общества. Полосатая туника, называемая *tunica praetexta*, была принадлежностью высших должностных лиц, а именно: туника с широкой пурпурной полосой, идущей посередине одежды сверху вниз, носилась сенаторами и была длиннее обыкновенной; туника с одной или двумя узкими полосами носилась всадниками. О социальной принадлежности человека информировала и древнеримская тога. Ее носить имели право только римские граждане. Лишенные права гражданства и изгнанники теряли право носить тогу. У мужчин тога с пурпурной каймой служила знаком высокой должности: ее носили диктаторы, консулы, преторы, некоторые жрецы. Одежанием триумфаторов была вышитая тога, кроме нее они надевали туники с вышитыми пальмовыми ветвями, выдаваемые перед шествием из капитолийского храма. Особого фасона тунику носили римские поэты. Это были длинные одеяния со складками внизу и рукавами [4, с. 62, 69, 71].

Важную информацию о социальной принадлежности обладателя одежды нес и ее цвет. Так, в древнем Китае цвет костюма регламентировался для различных сословий. Одежда красного цвета предназначалась для князей, простой же народ должен был надевать черную или желтую одежду. Известный белорусский исследователь в области цветоведения, Л.Н. Миронова, приводит по этому поводу следующую выдержку из старинной китайской песни, помещенной в сборнике «Ши цзин» («Книга песен»):

В месяце восьмом у нас в селеньях ткут.

Краска черная и желтая – для нас.

Ярко-красная приятнее для глаз.

Ткани лучшие покрасим в красный цвет,

Чтобы княжич наш нарядней был одет [5, с. 32].

В наше время, хотя разница в одежде у представителей разных слоев общества особенно не чувствуется, все равно функция нести определенную информацию у нее остается. По определенной форме мы узнаем военных, милиционеров, железнодорожников и др. Характерной одеждой отличаются некоторые молодежные субкультурные группировки: хиппи, панки, металлисты, готы и пр. Носители этой одежды являются коммуникаторами, которые передают информацию о своем социальном статусе коммуникантам, которыми являются окружающие люди.

Однако носителями такой информации могут являться не только предметы одежды, но и другие объекты предметного мира. Так, в прошлом обстановка крестьянского жилища отличалась от обстановки жилища рабочего, а тем более от интерьера дворянской усадьбы или дворца вельможи. Предметный мир этих интерьеров красноречиво рассказывал о своих обитателях, неся функцию социальной коммуникации.

Расслоение общества и соответствующая ему специфика предметного мира остаются и в настоящее время. Знаковость вещи теперь оказалась также тесно связанной с ее престижным значением. С помощью определенного объекта предметного мира человек может заявить о своей принадлежности к какой-то привилегированной социальной группе. Это могут быть дорогие наручные часы, мобильный телефон или автомобиль. Автомобили особенно часто в настоящее время становятся знаками престижа. Если представитель элиты ездит в одиночестве в огромном восьмиместном автомобиле, то использование именно такого авто вовсе не обусловлено утилитарной необходимостью – эта машина выполняет в большей степени роль носителя информации о высоком социальном статусе ее обладателя.

Во всех рассмотренных случаях осуществления объектами предметного мира функции социальной коммуникации и коммуникатором, и коммуникантом являются потребители вещи. Однако более важным случаем осуществления социальной коммуникации с помощью вещи является передача информации ее потребителю от ее создателя. Вещи, которые окружают человека, обладают способностью аккумулировать умения, навыки, способности человека и потому несут в себе духовное содержание, определенную информацию. Создатель вещи может вложить в создаваемую им вещь свои представления о красоте, о стилистике формы, о техническом прогрессе, какие-то морально-этические взгляды.

Формирование стиля в формообразовании объектов предметного мира – также трансляция определенной информации от создателя объектов к их потребителям. «Начало стиля, – пишет российский исследователь архитектурных стилей А.И. Каплун, – предстает необходимостью эстетического самоутверждения личности и общества в целом во всех созидающих деяниях в лоне своей культуры» [6, с. 3]. Художник, работая в рамках какого-либо стиля, несет членам общества сообщение о канонах этого стиля, о его эстетических принципах, художественных приемах. К примеру, стиль «модерн». «У теоретиков и практиков модерна, – пишет Д.В. Сарабьянов, – возникает мысль о том, что все, создаваемое человеком, – это искусство...» [7, с. 35]. Именно это убеждение как глобальное художественное послание деятели модерна и транслировали потенциальным потребителям своего искусства.

Теперь, когда мы определили, что объекты предметного мира несут определенную информацию, которую определенный коммуникатор может транслировать неким коммуникантам, рассмотрим следующий элемент коммуникативного процесса – код, который является системой трансформации сообщения в форму, подходящую для передачи его по каналу связи, другими словами, язык, на котором передается информация. «Упорядочивающая функция кода, – пишет У. Эко, – как раз и позволяет осуществить коммуникацию, ибо код представляет собой систему вероятностей, которая накладывается на равновероятность исходной системы, обеспечивая тем самым возможность коммуникации» [8, с. 56].

Код может выступать в разных формах. Например, для письма это следующие: идеографическая, словесно-слоговая (идеографически-ребусная), силлабическая (слоговая), буквенно-звуковая (алфавитная), а также стенографическая. Так же и символика предметного мира может иметь несколько кодов. В качестве кода здесь могут рассматриваться тот же художественный стиль, ритуал, через который проявляется символика вещи, мода и т.д. Так, художественный стиль в качестве кода работает как совокупность неких характерных визуальных форм, например, в стиле барокко – декоративные элементы, напоминающие вычурные морские раковины, в стиле модерн – упругие, выходящие линии, рождающие ассоциации с ударом бича, в стиле конструктивизма – угловатые, геометричные формы, и т.д. Используя эти визуальные формы, художники конкретного стиля передают информацию об эстетических постулатах того или иного стиля. Ритуал в качестве кода через некие составляющие его ритуальные действия выявляет информацию, которую несут предметные объекты, участвующие в ритуале. Мода в качестве кода с помощью неких стилистических особенностей объектов одежды выявляет информацию о современных представлениях модельеров об эстетике одежды.

Однако при любом коммуникативном процессе коммуникация может осуществляться только при знании, понимании кода коммуникантами. То же самое можно сказать и про коммуникативную роль объектов предметного мира. Только понимая художественный язык (то есть код) определенного стиля, человек может вполне понять содержание сообщения, направленного ему художником-коммуникатором. Если предмет участвует как символический объект в каком-то ритуале, то понять смысл сообщения, которое несет в данном случае символика вещи, тоже можно, только зная смысл ритуала, то есть код коммуникации. Например, в Беларуси в свадебной обрядности издавна традиционно используются ритуальные полотенца (ручники). Не зная смысла (кода) обряда, нельзя понять роль в нем ритуальных полотенец, прочитать сообщение, ко-

торое транслируют друг другу и окружающим участники обряда. Смысл же символики ритуальных полотенец – пожелание молодым счастья, олицетворение светлого пути молодоженов в новую жизнь. Также нужно понимать код символики любой форменной одежды, чтобы понять смысл сообщения, которое она несет. Так, только зная признаки (код) формы моряка или летчика, мы можем опознать представителей этих родов войск. Определенным образом закодирована и информация, которую содержит набор звездочек на форменных погонах. Только зная этот код, можно определить звание военного человека.

Теперь обратимся к такому элементу коммуникативного процесса, как контекст. Контекст – это те условия, исторические, социальные, культурные, в которых передается информативное сообщение. От контекста во многом зависят смысл и понимание переданной информации. Контекст имеет немаловажное значение и для функционирования символики объектов предметного мира. Так, автомобили начала XX в. с их формой, напоминающей еще форму кареты, воспринимались современниками как последние достижения технического прогресса. Такова была информация, получаемая от данных предметных объектов. Однако теперь, через столетие, роль в социальной коммуникации этих объектов значительно изменилась – теперь они отнюдь не несут информацию о последних технических достижениях, коммуникативное сообщение здесь совсем иное: информация об истории техники, а также поэтика восприятия прошлого, ретро-объектов. Это исторический контекст. Можно привести и пример культурного контекста. Скажем, мини-юбка в контексте европейской современной культуры несет информацию о женской красоте, сексуальности, в контексте же традиционной мусульманской культуры данная вещь воспринимается как образ неприличия, разврата.

Говоря о контексте как неотъемлемом элементе коммуникативного процесса, нельзя забывать и о таком непосредственно связанном с ним явлении, как шум. В понимании теории информации шум – это то, что мешает восприятию сообщения. В случае с символикой предметного мира как средства социальной коммуникации также можно говорить об отрицательном влиянии на восприятие информации определенного шума. Что же здесь может выступать в качестве шума? Например, восприятию символики предметных объектов, участвующих в старинных традиционных обрядах, препятствует развитие современной цивилизации, действующей разрушительно на традиционную культуру. Этот фактор в данном случае выступает в качестве шума. Глубинное значение символики участвующих в ритуалах предметов забывается, и часто заложенная в ней информация не доходит до участников ритуала, просто слепо выполняющих

ритуальные действия. Часто люди сегодня уже не понимают значения символики традиционной орнаментики, наносимой на предметные объекты, например, ритуальные полотенца. Для современного человека смысл орнаментальных изображений уже не несет магического характера, их ритуальный смысл значительно ослаблен. Это скорее информация о чем-то сказочном, окрашенная ностальгией о прошлом.

Заключение

Таким образом, мы видим, что среди тех функций, которые выполняет символика объектов предметного мира, одной из важнейших является функция осуществления этой символикой роли средства социальной коммуникации. Коммуникация эта проявляется как информационная связь, во-первых, создателей объектов предметного мира в качестве коммуникаторов и потребителей этих объектов в качестве коммуникантов, и во-вторых, потребителей объектов предметного мира в качестве как коммуникаторов, так и коммуникантов. Как и в любом коммуникативном процессе, в данном случае имеют место такие его элементы, как код, контекст и шум. Социальная коммуникация, которая осуществляется предметным миром, имеет чрезвычайное значение для ориентации человека в окружающей действительности, в существующей культурной обстановке. Таким образом, предметный мир, становясь трансляционным каналом социальной коммуникации, приобретает значение важного элемента духовной культуры человека.

Литература / References

1. Моль, А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М. : Прогресс, 1973. – 409 с. Mol', A. Sotsiodinamika kul'tury / A. Mol'. – M.: Progress, 1973. – 409 p.
2. Боров, В.Ю. Культура и массовая коммуникация / В.Ю. Боров, А.В. Коваленко. – М. : Наука, 1986. – 301 с. Borev, V.Yu. Kul'tura i massovaya kommunikatsiya / V.Yu. Borev, A.V. Kovalenko. – M.: Nauka, 1986. – 301 p.
3. Брэтон, Ф. Выбух камунікацыі. Нараджэнне новай ідэалогіі / Ф. Брэтон, С. Пру. – Мінск: Беларускі фонд Сораса, 1995. – 336 с. Breton, F. Vybukh kamunikatsyi. Naradzhenne novay idealogii / F. Breton, S. Pru. – Minsk: Belaruski fond Sorasa, 1995. – 336 p.
4. Комиссаржевский, Ф.Ф. История костюма / Ф.Ф. Комиссаржевский. – Минск: Современ. литератор, 2001. – 496 с. Komissarzhevskiy, F.F. Istoriya kostyuma / F.F. Komissarzhevskiy. – Minsk: Sovremen. literator, 2001. – 496 c.
5. Миронова, Л.Н. Цветоведение / Л.Н. Миронова. – Минск: Выш. школа, 1984. – 286 с. Mironova, L.N. Tsvetovedeniye / L.N. Mironova. – Minsk: Vysh. shkola, 1984. – 286 p.

6. Каплун, А.И. Стиль и архитектура / А.И. Каплун. – М.: Стройиздат, 1985. – 232 с.
Kaplun, A.I. Stil' i arkhitektura / A.I. Kaplun. – M.: Stroyizdat, 1985. – 232 p.
7. Сарабьянов, Д.В. Стиль модерн / Д.В. Сарабьянов. – М.: Искусство, 1989. – 294 с.
Sarab'yanov, D.V. Stil' modern / D.V. Sarab'yanov. – M.: Iskusstvo, 1989. – 294 p.
8. Эко, У. Отсутствующая структура: введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : Simposium, 2006. – 548 с.
Eko, U. Otsutstvuyushchaya struktura: vvedeniye v semiologiyu / U. Eko. – SPb.: Simposium, 2006. – 548 p.