

УДК 070+007

ІНФОРМАЦІЙНО-СВІДОМІСНИЙ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗМ І НОВА ПАРАДИГМА ЧАСУ (СПРОБА „ВПИСУВАННЯ» УКРАЇНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ В НОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ПАРАМЕТРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ)

Буряк В.Д.

Інформаційний інтелектуалізм – вищий рівень інтелектуального осмислення та вираження інформації.

Розвиток свідомісного відображення інтенсифікував форми і методи інтерпретації інформації. Інформація вписується в сферу інтелектуального пізнання життя. (Інтелект – пізнання, розуміння, розум – творча здатність людини, вища форма пізнання.) Виникли нові критерії інформаційного пізнання. Головний з них – концептуалізм, тобто здатність усвідомлювати, інтерпретувати інформацію на рівні системи „концепція” (система поглядів на явище чи подію і шляхи її осмислення та реалізації: тема, ідея, сюжет, композиція, жанр).

Актуальність. З поглибленням концептуального мислення в обробці інформації (утворення суб’єктивізованих жанрів, вираження інформації в художньому та публіцистичному мисленні) критерії інформаційності в аспекті інтелектуалізації вираження конкретизуються відповідно до своєї виражально-зображувальної специфіки. Уточнюються чи додаються нові критерії. Скажімо, для інформаційно-художньої свідомості (художня література та публіцистика) стають визначальними такі критерії: рівень концептуальності (новизна теми та ідеї, оригінальність сюжетного, жанрового, композиційного трактування), рівень сугестивності інформації, модульно-інтелектуальний рівень тексту й автора, відповідно, рівень авторського самовираження, співвідношення з вічним (континуум множинності), рівень інформаційних горизонтів (етнічний, національний, світовий), міфологізації чи антиміфологізації (вміння міфологізувати інформацію чи здатність дистанціюватися від міфологем часу).

Вступ до проблеми. Концептуальні критерії (рівень теми та ідеї, своєрідність сюжету, композиції жанру) у сукупності з критеріями інтелектуально-образної комунікації (інформаційно-свідомісний горизонт, авторська модульність, сугестивність, міфологізація, антиміфологізація, суб’єктивізація, співвіднесення з вічним – континуум множинності тексту) виводять інформацію на найвищий рівень відображення.

Системне інтелектуальне інформаційне забезпечення дало змогу вийти на рівень інформаційного інтелектуалізму – горизонт найвищої концептуальної інтерпретації інформації.

Отже, системність сприяє інтелектуалізації процесу мислення як комунікативного фактору. Вона визначає побудовчу специфіку інформаційно-художньої свідомості. Основні системи цього свідомісного горизонту: автор, герой, читач (глядач), суспільство, концепція, твір. Взаємодія інформаційних джерел розпочинається лише на рівні утворення концепції як реалізаційної зображально-виражальної системи, яка охоплює всі системи і підсистеми, що вибудовуються у свідомісний феномен. Кожна з

**ІНФОРМАЦІЙНО-СВІДОМІСНИЙ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗМ І НОВА ПАРАДИГМА ЧАСУ
(СПРОБА „ВПИСУВАННЯ» УКРАЇНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ В НОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ
ПАРАМЕТРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ)**

систем твору інформаційно закільтьована і складається з внутрішніх інформаційних горизонтів. Чим глибша підсистема, тим ширший прадавній архетипний шар, і це визначає рівень інформаційного насичення.

У системах автор, герой, читач (глядач) можна умовно виділити такі основні горизонти: душа (духовність), дитинство, батьки, суспільство (герой чи автор у суспільному контексті), природа (людина в контексті природи на рівні вироблення власних інформаційних кодів-архетипів свідомості, що визначають характер персонажа чи автора), космос (рівень дотичності душі до проблем вічного). Зіставлення систем автор, герой, читач (глядач, слухач) на рівні реалізації системи „концепція твору” створює дистанційну драматургію сприйняття факту (явища). Вміння фронтально дослідити інформаційні горизонти героя і зосередити увагу на характерному для нього забезпечує якість систем (художній твір, публіцистичний твір, система, концепція).

У контексті інтелектуалізації інформації можна розрізнити індивідуальний інформаційний інтелектуалізм (інформаційний інтелектуалізм людини, особистості) та інформаційний інтелектуалізм суспільної свідомості (етносу, народу, нації). Специфіка інформаційного інтелектуалізму полягає у системному підході до оцінки явищ дійсності, у глибокому філософському, науковому, художньому чи публіцистичному осмисленні інформації з виробленням відповідної методології в осмисленні явищ буття.

Однією з головних ознак інформаційного інтелектуалізму є „вписування” його в контекст нової парадигми часу, оскільки її формування безпосередньо залежить від нього.

Інтелектуальну сутність нового типу мислення і визначає самопізнання або раціоналізм, що утворив певний стиль розмірковувань, який не обмежився одними межами теорії пізнання, а розповсюдився на аналіз усіх сфер, де людина в принципі здатна зробити ту чи іншу дію – соціальну, економічну, культурну, моральну і т.д. – на реальних основах [6, с.4]. Звідси – новий рівень концептуалізму як системи сприйняття та інтерпретації факту і нова модель інформаційно-художньої свідомості як системи інтерпретації факту вищого інтелектуального рівня (література, мистецтво, публіцистика), яка вводить в горизонт свого відображення весь свідомісно-інформаційний спектр людського буття – науковий, філософський, релігійний. Тобто література, мистецтво, публіцистика як горизонти інформаційної свідомості набирають суперознак модуль-свідомісної системи, що визначає рівень осмислення буття світовою свідомістю, свідомістю етносу, народу. Мова йде про інтелектуальний рівень, з одного боку, етносу, з іншого – інформаційної еліти (письменники, науковці, митці, публіцисти), яка репрезентує цей етнос у світовому етнічному просторі. У парадигмі, що існує до цього часу (парадигма просвітительства), суб’єктом формування особистості є суспільство: „Відповідно сучасній доктрині, сокровенне ядро особистості („самості”) вже існує у людині і не піддається втручанню зі сторони зовнішнього світу. У цьому ядрі полягає моральна гідність людини, її внутрішня міцність. Тому мета виховання – „культурне самотворення”. Суспільство, колектив, інші люди повинні лише створювати умови, надавати допомогу у цьому процесі „самонароджування”, „окультурювання, становлення і розвитку „самості” [3, с.17]. Центросутня (центробудівнича) специфіка людини у контексті нової парадигми мислення ще більше підкреслює важливість літератури, мистецтва, журналістики як інформаційної бази формування свідомості нового типу (суперхудожньо-інформаційної, здатної творити тексти на рівні континууму множинності з усією сферою комунікативного впливу на свідомість людини, етносу (народу), світу). Тип такої творчої свідомості (створювач) володіє витонченою стилістикою самовираження, що виявляє ознаки постмодернізму:

„непевність, фрагментарність, деканонізація, безособистість, антиіконографічність, іронія, звернення до гри, алегорія, гібридизація – мутантна зміна жанру, породження нечітких форм, карнавалізація, конструктивізм, іманентність – символізація переведення всіх чуттів на мову знаків” [5, с.16]. Мова йде про створення універсального типу авторської свідомості, що за інтелектуально-творчим рівнем представляє весь діапазон форм і методів вираження факту (інформації) у її інтелектуально-творчому розрізі як форми відображення, створення паралельної (художньої) моделі світу або відображеної реальної” (типізованої художньо-документальної моделі), починаючи від міфологічного мислення (умовно-реального) до постмодерністського (універсально-відображеного). Масова інформаційність сучасного суспільства, її глибокий інтелектуальний потенціал визначають передумови створення нового свідомісного стану суспільності – „перехід до принципово нового стану цивілізації і культури – до глобального гіперінтелекту” [4, с.141].

Чи вписується українська публіцистика у нову парадигму часу? По-перше, мовиться про суспільно-духовну парадигму, що визначається постмодерністичною філософською системою. Слід би було говорити про постмодерністичний метод комунікації (М. Фуко, Ж. Бодрійар, Х.-Г. Гадамер), що, на думку деяких критиків, надто переоцінює здатність споживача руйнувати серцевинне ідеологічне значення комунікації, виготовляючи в такий спосіб необмежену кількість прогресивного читива і діючи як апологет „ліберального „моралізму” [1, с.8]. Постмодерністи пропонують уявлення від ідеї, що комунікація існує для самовираження, до ствердження, що комунікація творить сама себе. Якщо далі розвивати дискурс про створення комунікацією „самої себе” в аспекті лише авторського самовираження, представлення модуль-типів у журналістиці, які незалежні від медіамагнатів, то тут слід говорити про концепцію персонального журналізму як формотворного чинника у масовокомунікативному процесі. На думку І. Засурського, персональний журналізм притаманний лише газетам-поглядам, що орієнтовані на освічену політизовану еліту суспільства і не стільки інформують, скільки оприлюднюють свою інтерпретацію фактів чи подій. І тут ми одразу згадуємо США. Бо цей так званий персональний журналізм активно сприяв перетворенню американської преси в особливий соціальний інститут аж до набуття нею ознак „четвертої влади”. Ось чому американські медіа вже майже протягом двох століть відіграють роль гідного слова часу ідейного лідера, інформаційно забезпечують демократичний та гуманістичний розвиток суспільства [2, с.1]. Якщо говорити про вітчизняні ЗМІ, то тут можна одразу зупинитися, бо відповідь, здається, негативна. Як система *постмодерністичного стилю вираження інформації* українські ЗМІ просто не існують чи не встигають виявити себе, бо немає відповідної суспільної парадигми, яка б враховувала концепцію загального свідомісного інтелектуального розвитку світу. Можна лише говорити про індивідуальні стилі вираження інформації, які де-не-де вписуються у європейський контекст.

Щодо вписування публіцистики у нову соціально-політичну парадигму часу конкретної країни (України), то тут після помаранчевої революції, безперечно, наявна спроба утворити нову інформаційно-інтелектуальну модель. Розкутість інформаційного вираження позначається на широті й глибині подачі інформації в ЗМІ. Але процес уписування в нову суспільну парадигму надто складний. По-перше, чітко не окреслені всі концепти нової соціально-політичної парадигми країни. По-друге, ідеологічна люстрація все ж має відбутися хоч би внутрішньо у кожному з нас. По-третє, існує проблема створення нової виражальної парадигми сучасних ЗМІ України. Тобто якщо перевести все це у етнографічну термінологію, то йде процес обрядовості – розлучення з архаїчними системами, але такого розлучення, де головні герої часто не знають, хто

**ІНФОРМАЦІЙНО-СВІДОМІСНИЙ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗМ І НОВА ПАРАДИГМА ЧАСУ
(СПРОБА „ВПИСУВАННЯ» УКРАЇНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ В НОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ
ПАРАМЕТРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ)**

виступає в якій ролі, і це є сюжетно-політичний абсурд безсюжетності. Тобто водночас наявне постмодерністичне мислення як система і майже концептуально-інформаційний хаос. Потрібні нові концепції, нові лідери, нові герої, нові парадигми, нові сюжети життя. І вони будуть. А куди ж дітисся. Бо все-таки є інтелектуально-свідомісна база нації і досить сильна, а модельєри на рівні створення інтелектуальних систем буття етносу знайдуться.

Висновки. Безперечно, володіння рівнем інформаційного інтелектуалізму виводить індивідуальну свідомість на модульний горизонт інтерпретації факту (модуль-особистість). Етнос, який продукує інформацію на рівні інформаційного інтелектуалізму в системному режимі, є етносом-модулем

Список літератури

1. Демченко С.В. Медіаполітична система в сучасній Україні (інтегрована комунікативна модель): Авт. дис... канд. політ. наук. – Дн-ськ, 2004.
2. Кирилова О.В. Концепція персонального журналізму у пресі Сполучених Штатів Америки (історія формування та сучасний аспект проблеми): Авт. дис... канд. філолог. наук. – К., 2004.
3. Козловский П. Культура постмодерна. – М., 1996.
4. Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. – М., 1991.
5. Сапунов Б.М. Философские проблемы массовой информации и телерадиокommunikации. – М., 1998.

Поступила до редакції 25.08.2005 р.