

## Simbolu intervence

(Grāmatai „Pūces horizonts. Esejas par globālajām transformācijām”)

Cilvēces vēsturē mēdz būt visdažādākie radikālie pavērsieni jeb revolūcijas. Saprotams, vispopulārākās ir politiskās varas revolūcijas. Taču mēdz būt arī cita satura revolūcijas. Tā, piemēram, mēdz būt kognitīvās revolūcijas – radikāli pavērsieni matērijas izpratnē un gnozeoloģiskajos procesos. Visjaunākā tāda satura revolūcija sākās XX gs. 70. gados, kad tā dēvēto klasisko paradigmu nomaina postklasiskā paradigma, balstoties uz pilnīgi jauniem zinātniskajiem priekšstatiem. XXI gadsimta sākumā aktuāla kļūst kulturoloģiskā paradigma.

Mēdz būt arī simbolizācijas revolūcijas, kad sociumā izzūd līdzšinējo simbolu reālā filiācija. Tātad izzūd līdzšinējo simbolu pēctecība un radniecība ar jaunajiem simboliem. Simbolizācijas revolūcijas laikā sociumā sāk nostiprināties agrāk nepazīstami simboli: zīmes, kas var izraisīt viendabīgu sociālo reakciju sabiedrības darbībā, uzvedībā un komunikācijā.

Vēsture liecina, ka jebkuras radikālās ekonomiskās, politiskās, sociālās, tehnoloģiskās izmaiņas pavada tikpat radikālas izmaiņas simboliskajā vidē. To laikā tiek pārkodēta sabiedriskā apziņa un sabiedrība aklimatizējās jaunajā simboliskajā vidē. Mēs to labi zinām, jo faktiski dzīvojam tādā laikmetā un pilnā mērā izjūtam simbolizācijas revolūcijas priekus un bēdas.

Bez simboliem cilvēks nekad nav dzīvojis. Tie viņa dzīvē ir ieņēmuši noteiktu vietu vienmēr. Cilvēks vienmēr ir bijis simbolu gūsteknis tāpat kā intelektuālais gūsteknis – sava prāta potenciāla un īpatnību gūsteknis. Kārlis Marks ne velti teica, ka simboliskās idejas, kuras ir pārņēmušas ļaužu masas, kļūst par materiālo spēku. Ernsts Kasīrers pret kultūru izturējās kā pret simbolisku realitāti. Karls Gustavs Jungs kultūru uzskatīja par simbolu sistēmu un simbolizāciju par cilvēka vitālāko nepieciešamību. Ar simbolu palīdzību cilvēks sintezē apkārtējās pasaules ainu, kaļ savas darbības plānus, prognozē notikumu scenārijus, orietējās vēsturiskajā un sociālajā telpā. Simboli var attiekties uz kultūras arhetipiem, cilvēka darbības mērķiem un lietām ap cilvēku.

Taču simboli var mainīties un arī mainās, ja radikāli mainās cilvēka dzīve vispār. Neapšaubāmi, cilvēka dzīve ir viņa esamība kulturā. Tāpēc var teikt: mainoties

kultūrai, mainās arī tajā funkcionējošie simboli, un kultūras procesos iejaucās jauni simboli. Šo iejaukšanos var dēvēt par **simbolu intervenci**.

Simbolu intervence var ietekmēt hermeneitiskos konfliktus, jo pat vienas valodas un kultūras pārstāvji var dažādi izskaidrot kāda konkrēta simbola nozīmību. Simbolisko līdzekļu atšķirības raksturo ne tikai tradīciju, bet arī kultūru atšķirības, specifiku, idejisko orientāciju. Izpratnes un saziņas optimizācija nav iespējama bez simbolu interpretācijas optimizācijas. Komunikatīvās kopības faktors ne reti ir simbolu interpretācijas kopība. Ja komunikantiem ir atšķirīga simbolu interpretācija, tad nav nekādu cerību īstenot dialogu. Mēs arī to labi zinām, jo esam liecinieki cilvēku un postcilvēku, kultūras un postkultūras antidialogam.

Zinātne nav spējīga formalizēti aprakstīt simbolu funkcionēšanas problēmas tāpat kā nav spējīga formalizēti aprakstīt morāles problēmas. Zinātnei nav fundamentāla pozīcija šajā jomā. Zinātnieka viedoklis par to, kas ir labs vai kas ir ļauns, ir tikpat analītiski nepamatots kā jebkuras citas profesijas pārstāvja spriedums par minētajām izpausmēm – labo vai ļauno. Tātad principā zinātnieka viedoklis par morāles problēmām ne ar ko neatšķirsies, pieņemsim, no šofera, inženiera, skolotāja viedokļa par morāles problēmām. Arī simbolu vidē zinātnieks tāpat kā šoferis, inženieris, skolotājs var apliecināt tikai savas attiecīgās izjūtas.

Simbolu vide ir vienota ar cilvēka emocijām, un simbolu vide var izraisīt ļoti lielu emocionālo intensitāti, stimulējot izteikti kontrastīvus pārdzīvojumus – bailes un padevību, naidu un dievināšanu, toleranci un šovinismu.

Emocionālā reakcija savukārt ir saistīta ar cilvēka psihi, kā arī fizioloģisko satvaru – visu organismu. Emocionālo reakciju var izraisīt apziņas un zemapziņas darbība. Par to mūsu kompetence ir niecīga un tāda vienmēr saglabāsies. Tā, piemēram, mēs nevaram perfekti atbildēt uz jautājumu, vai emocijas ir saistītas ar informācijas apstrādi zemapziņas līmenī jeb tās ir pilnīgi citas indivīda psihiskās īpašības, kuras atšķiras ne tikai no apziņas, bet arī no zemapziņas īpašībām.

Mēs zinām to, ka cilvēka psihi normāla funkcionēšana ir iespējama vienīgi nepārtrauktas informācijas saņemšanas apstākļos. Prieks, bēdas, naidis, pārsteigums, mīlestība...,- tas viss balstās uz noteiktu informāciju. Ja tiek liegta informācija, tad psihē rodas nopietni traucējumi. Cilvēks nepārtraukti alkst saņemt informāciju, lai viņa psihē būtu nemitīgs informācijas apstrādes process – jēdzienisko tēlu veidošana un emocionālā reakcija.

Mūsdienu zinātne uzskata, ka informatīvajiem procesiem vienmēr ir mērķis un jebkuru dzīvu organismu var uzskatīt par informatīvu sistēmu. Mūsdienu zinātne tāpat uzskata, ka dzīvo sistēmu evolūcijas dzinējspēks ir informatīvais faktors –

noteikta mērķtiecība.

Tādējādi nepieciešams atcerēties, ka simbolizācijas revolūcija nav iespējama bez revolucionāra pavērsiena informācijas vidē. Un šajā ziņā XX gadsimta beigās sākās jauns laikmets – **cilvēka apziņas mērķtiecīgas vadīšanas laikmets**. Pateicoties jaunajām informatīvajām tehnoloģijām, apzināti un speciāli organizētas manipulācijas ar cilvēka apziņu sāka iegūt radikāli jaunu vērību. Tāpēc nākas runāt par revolucionāru pavērsienu, kas iezīmē jaunu etapu cilvēces vēsturē. Informācijas revolūcija ļauj pārkodēt apziņu, sākot ar izmaiņām vēsturiskajā atmiņā un beidzot ar simbolu vidi, kura ir ļoti svarīga sociālajos procesos – sociālajā atmiņā. Sociālā atmiņa balstās uz simbolu jēgu.

XX gadsimta beigās sākās sabiedrības noburšanas jauns laikmets, salīdzinot ar ko pāvesta Klementija XVI gs. izveidotās „*Congregatio propaganda fide*” darbība nobāl un atgādina diletantu rotaļāšanos ar nopietnām lietām. Taču vārds „noburšana” neiederās Interneta ērā. Tāpēc ir jārunā smalkāk: sākas neirolingvistisko, neurosemantisko, neurosemiotisko procesu, nelīnijiskās dinamikas, sociālo tīklu kontrolēšanas programmu apzināta masveida realizācija. Un tas notiek legālā un atklāti ciniskā veidā. 2006.gadā Pentagons oficiāli atzina, ka Internetā izplata dezinformāciju. Ne visai gribas ticēt, ka izplata tikai kara retorikas formātā savus modīgos simbolus/klišejas: „terorists”, „antiteroristiskā koalīcija”, „preventīvi pasākumi”, „arābu teroristiskās organizācijas” , „cietais spēks” utt.

Tradicionāli mēdz uzskatīt, ka cilvēks vienmēr ir eksistējis trijās dimensijās: 1) reālajā vidē, 2) informācijas vidē un 3) simbolu vidē. Pie tam simbolu vidē cilvēka esamības komponentu hierarhijā vienmēr ir ieņēmusi vienu no svarīgākajām pozīcijām.

Piemēram, uzskatāmi tas attiecās uz mitoloģisko simbolu stabilitāti cilvēces kultūras vēsturē – antīkajā, viduslaiku kultūrā un arī pēc tam. Tiesa, tiek izsmieta šodienas mītu simboliskā materiāla nabadzība, salīdzinot ar antīkās kultūras simbolisko materiālu. Antīkajā kultūrā sastopamajos mītos liela nozīme ir pagātnes simbolizācijai, dažādu fenomenu ģenēzes skaidrojumiem, priekšstatiem par laiku un telpu, kosmosu un haosu, centru un perifēriju, pasaules un cilvēka izcelsmi. Antīkā laikmeta mītu tematika ir intelektuāli piesātināta un eksistenciāli nozīmīga. Turpretī šodienas mītu simboliskais materiāls pamatā ir orientēts uz ikdienišķi tukšu prātuļošanu un fizioloģiskajām prasībām - ķermeņa komfortu un glamūru kā garīgo kompleksu.

Taču bēdīgākais – šodienas mītu simboliskais materiāls ir orientēts tikai uz

tagadni. Mēs dzīvojam intensīvas tagadnes laikmetā. Cilvēces vēsturē tas ir pirmo reizi. XX gs. beigās mēs pārstājam dzīvot nākotnei. Nākotne priekš mums ir tukša skaņa un veclaicīgas domāšanas pazīme. Dominē tagadnes notikumu ātri mainīgā straume, kurā vienu spožu notikumu nekavējoties nomaina nākamais, aiznākamais, aiznākamais spožais notikums un mums nav laika domāt par nākotni. Mēs spējam jūsmot tikai par tagadnes notikumu kaleidoskopisko vibrēšanu – tagadnes spožajiem izaicinājumiem.

Mēs pārvēršamies par vibrējošās tagadnes faniem. Un tādā vibrējošā tagadnē nemaz nav vietas, tā teikt, īstiem simboliem – abstraktām konstrukcijām, kuru jēgu nevar apgūt bez vērošanas un apceres. Kā zināms, kontemplācija prasa noteiktu mentālo gatavību – laika „apstāšanos” un dvēselisko mieru. Tagadnes amoka skrējiena dalībniekiem tāpēc arī simboli ir īslaicīgi, ātri pārejoši un bez kādām idejiskajām perspektīvām.

Šodienas **simboliskais kapitāls** galvenokārt koncentrējas ap glamūru, kas pats ir kļuvis par postmodernisma kultūras simbolu un universiālu estētisko kritēriju. Šodienas simboliskajā kapitālā glamūrs funkcionē kā bezidejiska ideoloģija, kura tajā pašā laikā ļoti dziļi ietekmē cilvēku domāšanu un uzvedību, demonstrējot absolūtu vienaldzību pret tiem aksioloģiskajiem simboliem, kurus sabiedrība cienīja līdz šim.

Glamūrs atspoguļo visjaunāko laiku kapitālisma kultūras loģiku. Šī loģika balstās uz vairākām primitīvām premisām: greznību, eksotiku, erotiku, seksualitāti, ķermeņa kultu, dzīves baudīšanu. Šo premisu institucionālās formas: reitingi, nominācijas, prezentācijas, projekti, hitu parādes, „imidži”, brendi, „mesidži”, *Public Relations*. Dominē cilvēka ārējās eksotikas prioritāte, nevis intelekta un talanta prioritāte. Cilvēka ārējais izskats (skūta galva, tetovējumi, „ornamentāla” frizūra, neparasts apģērbs) un ārējā poza (trokšņaina introspekcija, skandaloza uzvedība) ir tas, uz kā balstās šodienas pseidointelektuālie līderi un dažāda tipa glamūra elki - kulta vēsturnieki, filosofi, sociologi, ekonomisti, divdesmitgadīgie eksperti. Viņu diskursos metafizikas un patiesības vietā pulsē „efektivitāte” un „plurālisms”. Viņu „ekspertīzes” pamattendence – postmodernistiska dekonstrukcija.

Šodien tiek pamatoti akcentēta plašu saziņas līdzekļu (PSL) milzīgā loma. Jaunās tehnoloģijas un komunikācijas tehniskās iespējas sabiedrības apziņā izmaina attieksmi pret realitāti. Konstatējams process, kuru var saukt par realitātes mediatizāciju. Proti, sabiedriskajā apziņā ir radies priekšstats, ka reālie notikumi kļūst nozīmīgi tikai tad, ja par tiem raksta, stāsta, rāda PSL. Un, saprotams, PSL to izmanto, lai formētu vajadzīgo simbolu vidi.

PSL loma simboliskās vides formēšanā agrāk nebija tik kardināla. Agrāk simboliskās vides formēšanā būtiska loma bija citām garīgajām autoritātēm – baznīcai, skolai, izcilām radošām personībām, valdniekiem, nācijas politiskajiem līderiem. Patiesībā agrāk mediji sabiedrību sargāja no dažādām mentālajām „infekcijām”, kalpojot savai cēlajai profesionālajai misijai. Nākas secināt, ka daudzi šodienas žurnālisti nemaz nav dzirdējuši par žurnālistikas profesionālo misiju – aizstāvēt sabiedrības intereses.

Tas ir skaidrs – glamūrs bez medijiem nevar pastāvēt. Glamūra akcijas zaudē jēgu, ja tās netiek atspoguļotas medijos. Skaidrs ir arī tas, ka šodienas publiskā telpa ir pārsātināta ar glamūra medijiem, kas ir jauns mediju tips mediju vēsturē. Atsevišķās zemēs glamūra mediju īpatsvars ir ļoti liels – apm. 90 un vairāk procentu. Viss ir atkarīgs no tā, cik liels ir postcilvēku/*homo glamorousus* īpatsvars attiecīgajā sociumā. Sastopamas teritorijas, kurās masu fenomenu, respektīvi, postcilvēku/*homo glamorousus*, segmentācija totāli triumfē. Tāpēc var apgalvot, ka glamūrs nevar pastāvēt bez medijiem tāpat kā šodienas mediji nevar pastāvēt bez glamūra.

Mediji ne tikai formē glamūra simbolus, bet arī nosaka simbolu hierarhiju attiecīgās sabiedrības un attiecīgā laika simboliskajā kapitālā. Mediji nosaka simbolu sakrālo zonu – neaizskamos „dievus”, kuri veido visaugstāko pakāpi simbolu hierarhijā. No medijiem ir atkarīga sakrālās zonas nomenklatūra un izmaiņas šajā nomenklatūrā. Mediji spēj samērā ātri vecos „dievus” nomainīt ar jauniem „dieviem”. Vecos „dievus” drīkst kritizēt un apšaubīt to leģitimitāti simboliskajā kapitālā. Svēti un neaizskami kļūst jaunie „dievi”.

Jauno „dievu” vārdā var nosaukt ielas, kuģus, skvērus. Tā tiek veidoti simboli ilgākai lietošanai, ja simboliskā revolūcija sabalsojās ar politiskās varas revolūciju. Glamūra simboli nav domāti ilgākai lietošanai. Glamūrs kā visas spožas, primitīvas un garīgi seklas parādības ir pakļauts samērā ātrai erozijai sabiedriskajā apziņā. Mediji to zina, un erozijas pārvarēšanai ir izstrādāts prāvs tehnoloģiskais arsenāls.

Cilvēka apziņas mērķtiecīgas vadīšanas laikmetā, saprotams, neeksistē tikai glamūra simboli. Apziņas mērķtiecīgas vadīšanas laikmetā ir sastopams arī tāds simbolu līmenis, kas ir adresēts sociuma saprātīgajai daļai - domājošiem cilvēkiem, intelektuālā Interneta lietotājiem. Lai vadītu sabiedrisko apziņu, nepieciešams ir katra indivīda prātu integrēt t.s. masu prātā. Šajā līmenī nākas runāt par diviem simbolizācijas atzariem – „gudrā spēka” un vadāmā haosa tehnoloģijām.

„Gudrā spēka” tehnoloģijas pielieto lielvalstis savu stratēģisko un ģeopolitisko mērķu realizācijai. Šajā simbolizācijas atzarā valda tādi simboli kā „demokrātija”,

„liberālisms”, „cilvēktiesības”, „atvērta sabiedrība”, „tirgus ekonomika”, „pilsoniskā sabiedrība”, „stabilitāte”, „starptautiskā ekonomika”, „globalizācija”, „kultūru dialogs”, „civilizāciju dialogs”. Simboli adresēti elitei – politiskajai un ekonomiskajai elitei, lai tās apziņā iepotētu vajadzīgās nostādnas.

Tajā skaitā jaunāko pieeju sociālo sistēmu analītikā. Tagad pat ar zināmu mesiānistisku patosu tiek atzīts, ka sociālās sistēmas nevar modelēt ar formālām metodēm. Sociālo sistēmu modeļos ir jāiekļauj atsevišķu indivīdu esamības sociohumanitārie faktori. Agrāk sociālo sistēmu modeļos izpaudās formālistiski kauzāla pieeja: iemesls – sekas. Tagad arvien lielāka nozīme ir teleoloģiskajam aspektam – cilvēka iekšējās cēlonības momentiem.

Tādējādi tiek patētiski propagandēta skaista attieksme – cilvēku nevar „formalizēt”. Taču tajā pašā laikā analītisko pētījumu centrā reāli vēl vairāk nostiprinās „kolektīvās domāšanas” funkcionālās racionalitātes studijas – kolektivistisko reflektīvo procesu, vērtību orientācijas, stratēģiskās reflektīvās projektēšanas analīze. Reāli šodien ne tik daudz domā par atsevišķa cilvēka socializāciju, kā par sociālo klubu/tīklu kontroli un vadīšanu. Labi ir zināms, ka šajos tīklos var ātri izplatīt „virusus”, kas operatīvi izmainīs tautas pārliecību. Ne velti tādu kompetentu speciālistu kā *Albert-Laszlo Barabasi* 2010. gadā Pentagons iesaistīja savos projektos.

Patērēšanas sabiedrībā sociālie klubi/ tīkli ir galvenie sociālās organizācijas formāti. Sociālie klubi/tīkli balstās uz kopīgu gaumi, kopīgiem dzīves standartiem, kopīgiem simboliem, jo mūsdienu industrija ražo nevis utilitāras preces, bet simboliskus signālus. Patērēšana ir demonstratīva darbība. Tajā galvenais ir nevis prece, bet gan tās cena un cenas simboliskā iedarbība uz citiem. Patērēšanas sabiedrībā simboli paceļas pāri jebkurai realitātes formai tāpat kā mākslas simboliem nav tiešs sakars ar realitāti.

Vadāmā haosa tehnoloģiju tāpat kā „gudrā spēka” (*smart power*) tehnoloģiju pielietošana šodien asociējās ar ASV politiku un tās nacionālo interešu īstenošanu planetārā mērogā. ASV vairs neražo zeķes, televizorus un vēl daudz ko citu. Tā vietā ASV ir pievērsusies svarīgāku „preču” ražošanai.

Amerikāņu izplatītie vadāmā haosa simboli ir adresēti antipatriotiski, kosmopolītiski, materiālistiski noskaņotai izveicīgu un alkātīgu cilvēku daļai, kuras intelektuālo un morālo potenciālu lielvalstis veikli novirza savu politisko un ekonomisko mērķu sasniegšanai attiecīgajā zemē. Šajā simbolizācijas atzarā dominē tādi simboli kā „vara”, „nauda”, „elite”, „villa”, „jahta”, „banka”, „business”.

Šajā simbolizācijas atzarā var iekļauties arī glamūra simboli, ja „sapņi” par varu un naudu ir piepildījušies. Un „sapņi” par varu un naudu nevar nepiepildīties, jo vadāmā haosa struktūrā organiski ietilpst bagāta un paklausīga sociālā slāņa radīšana no varaskārām un alkātīgām padibenēm, kuras mans tēvs sauca par „plikadīdām”. Savā laikā Makss Vēbers interesanti rakstīja par kundzības psiholoģiju. Kundzība nav iespējama bez gribas minimuma, brīvprātīgi vēloties pakļauties kungam. Kundzība nav iespējama bez „vadības štaba” – starpniekiem, kuri realizē kunga pavēles. Visbiežāk „vadības štabs” pakļaujas kungam materiālās ieinteresētības motivēts.

Vadāmā haosa simbolu hierarhijā augstu pozīciju ieņem simbols „informācija”. Izveicīgie un alkātīgie cilvēki mīl lepoties ar savu informētību. Turklāt, kā viņi saka, tā nav tradicionālā informētība saskaņā ar principu: tas, kuram ir informācija, pārvalda pasauli. Viņi darbojās saskaņā ar citu principu: tas, kurš prot sistematizēt informāciju un no tā iegūt zināšanas, pārvalda pasauli.

Dzimtenē ir nācies novērot, ka vadāmā haosa praktiskie izpildītāji var arī nesaprast, kādā „tīklā” viņi ir iepīti un kurš reāli pārvalda valsti/pasauli un, protams, arī viņu apziņu. Sergejs Kara-Murza viņus dēvē par „trulā siciāldarvinismā” eksistējošu sabiedrības grupu, kāda nav nekad agrāk bijusi cilvēces vēsturē. Neviens nedomāja, ka var rasties tāds „sociālais radījums”, kuram grūti pat vārdu atrast. Savukārt Karens Svasjans atgādina, ka zinātniski tehniskais progress demonstrē intelekta attīstību. Taču zinātniski tehniskā progresa augļi nonāk „sociālo mēslu” rokās – politiķu, militāristu, alkātīgu biznesmeņu rokās. Viņaprāt pat Osvalds Špenglers savā rekviēmā eiropēiskajai kultūrai neesot paredzējis to, kas notiek šodien. Špenglers paredzēja tikai „civilizāciju” un „fellahismu”, kas viņam simbolizēja bojāeju un degradāciju.

Taču Osvaldam Špengleram pieder arī terapeitiski vārdi: „Mēs neesam spējīgi izmainīt to, ka piedzimām īstas civilizācijas pirmajā salā, bet nevis saules apspīdētajā kultūrā Fīdija vai Mocarta laikā”. Osvalds Špenglers pats sevi ārstējoši mīrināja: „Mans laiks – rokoko; tur es esmu kā savās mājās”.

2012 jūlijs