

1. **Бенвенист Э.** Семиология языка / Эмиль Бенвенист // Бенвенист Э. Общая лингвистика; Под ред., с вступ. ст. и комм. Ю. С. Степанова. – М.: Прогресс, 1974. – С. 69-89.
2. **Гак Г. В.** Л. Теньер и его структурный синтаксис // Теньер Л. Основы структурного синтаксиса / Люсьен Теньер; Пер. с франц. И. М. Богуславского, Л. И. Лухт, Б. П. Нарумова, С. Л. Сахно; Вступ. ст. и общ. ред. В. Г. Гака. – М.: Прогресс, 1988. – С. 5-20. – (Языковеды мира).
3. **Гак Г. В.** Теоретическая грамматика французского языка / Владимир Григорьевич Гак. – М.: Добросвет, 2000. – 832 с.
4. **Даниленко В.П.** Мемуар о субъекто- и предикатоцентризме во фразообразовании / В.П. Даниленко // Язык, коммуникация и социальная среда / Под общ. ред. В. Б. Кашкина. – Выпуск 4: Воронеж: ВГУ, 2006. – С. 5-15.
5. **Есперсен О.** Философия грамматики / Отто Есперсен; Пер. с англ. В. В. Пассека и С. П. Сафроновой; Под общ. ред. Б. А. Ильиша. – М.: Издательство иностранной литературы, 1958. – 410 с.
6. **Райхерт К. В.** Категории «вещь», «свойство», «отношение» и синтаксис русского языка / К. В. Райхерт // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Т. 23(62): Философия. Культурология. Политология. Социология. – 2010. – № 4. – С. 163-168.
7. **Уёмов А.И.** Метафизика: Учебное пособие / Авенир Иванович Уёмов. – Одесса: Астропринт, 2010. – 260 с.
8. **Уёмов А.** Общая теория систем для гуманитариев: Учебное пособие / Авенир Уёмов, Ирина Сараева, Арнольд Цофнас; Под общ. ред. А. И. Уёмова. – Warszawa: Wydawnictwo Universitas Rediviva, 2001. – 276 с.
9. **Уёмов А. И.** Основы практической логики с задачами и упражнениями / Авенир Иванович Уёмов. – Одесса: ОГУ им. И.И. Мечникова; философское отделение ИСН, 1997. – 388 с.
10. **Уёмов А. И.** Системные аспекты философского знания / Авенир Иванович Уёмов. – Одесса: Негоциант, 2000. – 159 с.
11. **Уёмов А. И.** Системный подход и общая теория систем / Авенир Иванович Уёмов. – М.: Мысль, 1978. – 272 с.
12. **Уёмов А. И.** Язык тернарного описания как формализм параметрической общей теории систем. Часть 1 / Авенир Иванович Уёмов // Вісник Одеського національного університету. – Т.12: Філософія. – 2009. – Випуск 15. – С. 105-117.
13. **Юрченко В. С.** Философия языка и философия языкознания: Лингвофилософские очерки / Василий Семёнович Юрченко; Отв. ред. Э. П. Кадькалова; Вступ. ст. О. Б. Сиротининой, Э. П. Кадькаловой. – 3-е изд. – М.: ЛКИ, 2008. – 368 с.
14. **Danilenko V.** On the Relation Between Subject-Centred and Predicate-Centred Theories of Sentence Forming (V. Mathesius and L. Tesniere) // Philologica Pragensia. – 1988. – № 1. – P. 50-66.
15. **Jespersen O.** A Modern English Grammar on Historical Principles: Volume 2: Syntax (first volume). – 1st edition. – N.Y.: Routledge, 2006. – 544 p.

УДК 111.852 : 124.2 : 165.21

Ю. Ю. Полулях

СЕМІОЛОГІЯ ІНФОРМАЦІЇ: ЕСТЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Специфіка естетичної інформації потребує усебічного розгляду. Аналіз семіотичних концепцій дозволяє виявити характеристики, які розглядаються як основні принципи функціонування естетичної інформації у сучасній науці: знаково-комунікативна структура, неоднозначність, автореференція.

Ключові слова: інформація, естетична інформація, естетичне повідомлення, знак, образ.

Специфика эстетической информации нуждается во всестороннем рассмотрении. Анализ семиотических концепций позволяет выявить характеристики, которые рассматриваются как основные принципы функционирования эстетической информации в современной науке: знаково-коммуникативная структура, неоднозначность, автореференция

Ключевые слова: информация, эстетическая информация, эстетическое сообщение, знак, образ.

The specific of aesthetic information need to be in a careful consideration. The analysis of semiotic conceptions allows revealing characteristics, which are considered as basic principle of

Key words: information, aesthetical information, aesthetical message, sign, image.

Визначення поняття інформації з точки зору структурно-синтактичних, логіко-семантичних та ціннісно-прагматичних підходів постійно зустрічається з проблемою, яка методами та засобами цих підходів до кінця не вирішується. Ця проблема – проблема естетичної інформації, проблема специфіки її виду буття у загальній онтології інформації. Очевидна відмінність інформації художніх об'єктів від об'єктів утилітарних та естетичної експресивності від логічної формалізації у той же час потребує складного наукового обґрунтування, бо існуючі концепції інформації виробляють абстрактне поняття, у якому важливі у першу чергу загальні риси, а не виявлення відмінностей між різними типами інформації. Саме цьому, як вірно відзначає О. Поліщук, «проблема естетичної інформації, незважаючи на її актуальність, недостатньо розроблена вітчизняною наукою» [1, с.127]. У той же час культура інформаційного суспільства потребує чітких і точних визначень специфіки інформаційних процесів, які відбуваються у сучасній соціодинаміці, що і визначає актуальність аналітики естетичної інформації. Метою статті є розгляд концепцій М. Бензе, У. Еко, А. Моля, Н. Крюковського та Ю. Філіпєва, у яких виявлені основні характеристики естетичної інформації.

Згідно з А. Модем, індивід отримує повідомлення із зовнішнього середовища по різних каналах: природним (органи чуття) та штучним (техніка). Повідомлення являють собою «кінцеву впорядковану безліч елементів сприйняття, узятих із деякого «набору» та об'єднаних у деяку структуру. Елементи набору визначені властивостями приймача» [2, с.40]. Культура є граничним комплексом повідомлень, декім полем, у якому повідомлення себе реалізують [3, с.126-130]. До естетичних повідомлень А. Моль відносить звукові повідомлення (мовні та музичні), надруковані тексти, живопис, графіку, кіно [2, с.166-167]. Але більшість з перерахованих об'єктів можуть бути не тільки естетичними, але і позаестетичними. Що ж тоді визначає їх як естетичні? Для повідомлення як естетичного явища важлива не логічна інформація розуміння, а естетична оригінальність. Тому для сукупності повідомлень існує дві точки зору на повідомлення, яким відповідає два типи інформації:

1) семантична – це інформація, що «підкоряється універсальній логіці, має структуру, допускає точне уявлення, перекладається іншими мовами» [2, с.203];

2) естетична – ця інформація «відноситься не до універсального набору символів, а тільки до набору знань, загальних для приймача та передавача; вона теоретично неперекладна на іншу «мову» або у систему логічних символів тому, що іншої такої мови для передачі цієї інформації просто не існує. До неї можна підійти як до якоїсь персональної інформації» [2, с.203]).

А. Моль помічає, що оригінальність повідомлення залежать від тезаурусу, який має людина, і звідси витікає, що «в одному й тому ж матеріальному повідомленні має місце суперпозиція багатьох послідовностей різних символів, що містять одні й ті ж елементи, по-різному згруповані» [2, с.201]. Це означає, що семантичний та естетичний типи інформації іманентно присутні у кожному повідомленні, виділяючись у окремий тип завдяки особливій спрямованості на повідомлення, яке виявляє семантичний або естетичний спосіб структуризації повідомлення. Тому відмінність між семантикою та естетикою полягає, згідно з А. Модем, у першу чергу у відмінності у точках зору. Семантичну точку зору цікавить стан зовнішнього світу, який важливий для ухвалення рішень, для підготовки та напряду дій, реакцій людини, це точка зору у інформаційному смислі носить утилітарний та логічний характер, вона пов'язана з дією та смислом, тобто з позапокладеною метою. Естетична точка зору позбавлена навмисності та не має мети, вона неутілітарна, реакції у ній маловажні, для неї важливі внутрішні стани індивіда, тому у ній інформація невідривна від каналу, через який естетична інформація передається; і вона істотно міняється, якщо намагаються передати її через інший канал: «симфонія не може «замінити» мультиплікаційний фільм» [2, с.204].

Але як відокремити семантику від естетики у повідомленнях? Ці два типи інформації зв'язано матеріально (носіями), але кожна з них реалізується по власним структурним правилам. Наприклад, в усній мові семантична інформація передається повідомленням, яке складене з послідовностей нормалізованих звуків, з нормалізованих фонем, з фонетичних слів (мовний словник), з типових фраз тощо. Естетична інформація передається повідомленням, елементи якого утворюються шляхом переваги конкретної людиною відповідно до будови її голосових зв'язок, певних частот та певних комбінацій, які породжують спектральні символи, певну тривалість фонем, певні комбінації фонем тощо [2, с.205-206]. У поезії та ораторському мистецтві естетична інформація домінує: «оратор прагне впливати на нас швидше темпераментом, виразністю, переконаністю голосу, чим логічною обґрунтованістю того, що він затверджує»

[2, с.207]. Таким чином, естетична інформація у концепції А. Моля у першу чергу пов'язана зі стилем як індивідуалізованим, персоналізованим аспектом повідомлення: «Мистецтво стилю... є внесенням до початкової обстановки якоїсь логічно неперекладної естетичної інформації. Правила, які керують стилістикою, – це саме закони естетичної інформації» [2, с.211].

М. Бензе як естетичні об'єкти розглядає об'єкти мистецтва та об'єкти дизайну. Для їх дослідження передумовою служать чотири тези: 1) теза про матеріальність (об'єкти мистецтва або об'єкти дизайну, виготовлені з якого-небудь матеріалу); 2) теза про впорядкування (перетворення матерії на об'єкти мистецтва або дизайну відбувається як впорядкування у межах заданих елементів); 3) теза про комунікативність (об'єкт мистецтва або дизайну завжди включений у ланцюг «передавач – приймач», який зв'язує «виробника» та «споживача» цього об'єкту); та 4) теза про знаковість (у художньому творі певну роль грають знаки, знакові утворення та знакові процеси) [4, с.198-199].

Для М. Бензе виявити естетичне у об'єкті означає виявити його певну будову, класичні категорії естетики його не цікавлять. Будова естетичного об'єкту припускає естетичний стан (процес), який кардинальний відмінний від фізичного стану (процесу). Фізичні стани детерміновані та достатньо передбачені, вони можуть бути описані причинно-наслідковими зв'язками, естетичні аж ніяк не є у достатній мірі детермінованими. М. Бензе стверджує, що естетичні стани просто недетерміновані та не можуть бути описані причинно-наслідковими категоріями, вони імовірнісні: «Так, про художні принади задуманого автором вірша або роману можна судити лише тоді, коли твір закінчений. Заздалегідь нам дещо може бути відоме, можливо, про сюжетний розвиток твору, але естетичний стан цілого до завершення роботи непередбачуваний» [4, с.200]. Фізичні стани володіють зростанням ентропії, а естетичні – зменшенням ентропії. Перехід від фізичного стану до естетичного відбувається за допомогою впорядкування. Реалізуючись через діяльність художника, естетичний об'єкт, встановлюючи порядок у безлічі заданих елементів, співвідноситься з константами матеріалу: «Наприклад, коли художник створює металеву скульптуру з міді, він повинен враховувати матеріальні константи міді. Але це означає, що йому доводиться погоджуватися з властивостями матеріалу» [4, с.201]. Так вводиться поняття «естетична міра» (М), яке є співвідношенням міри впорядкованості (О) та міри складності (С): $M = O/C$. Чим більше у творі упорядкованості по відношенню до складності, тим воно більш естетичне – і навпаки [4, с.202].

М. Бензе постулює, що те, що у А. Моля зветься інформацією, є величиною, якою вимірюється кількість статистичної інформації, і у його системі вона відноситься скоріше до міри складності (С). До міри впорядкованості тоді відноситься надмірність (О), причому це суб'єктивне утворення, суб'єктивний приріст надмірності, нормування набору вірогідних елементів [4, с.205-206]. У такому разі можна говорити про естетичну інформацію (мікроестетичний об'єкт) як вибір зі статистичного набору можливостей, який привносить впорядкованість таким чином, що неможливо передбачити яким все буде у результаті, але результат представляється на фоні підвищеної впорядкованості (регулярному розподілі інформації).

У рамках артикуляції естетичного об'єкту останнім рівнем, який логічно витікає з комунікативності, є рівень знаків. М. Бензе розділяє підхід Ч. Пірса до знаку як потрійної єдності виразу (репрезентації), відношення до об'єкту й інтерпретації. Важливим тут для естетики є функціонування знаку всередині потрійної знакової функції як засобі реалізації: «Наприклад, коли я говорю: «Роза червона», я вживаю послідовність знаків для того, щоб реалізувати у мові червоний колір троянди. Але при цьому троянда та її червоний колір реалізуються не у природі, а у мові й там кодуються. Цю «функцію кодування» ми завжди повинні враховувати при аналізі твору мистецтва з погляду його знакової природи» [4, с.207]. Знакові відношення М. Бензе включає у рамки комунікативної схеми «приймач – передавач» [4, с.209]. Інформацію (у тому числі й естетичну) переносить сигнал, який з одного боку співвідноситься з об'єктом, а з іншої – з інтерпретацією. Наприклад, у живописі розрізняються певні форми (крапки, лінії, прямі, фігури) та певна безліч кольорів. Створюючи картину, художник «пише її так, що елементарний образ або володіє певною формою, або не володіє нею, має певний колір або не має тощо» [4, с.210]. Якщо на картині є форма, яку можна розпізнати, та вона має колір, який можна розпізнати, таке ототожнення є елементарним осередком (образом), у якому «виражається те, що про щось висловлюється. Це вислів про «щось інше» є вислів семантематичним: смислове значення змісту, *семантика* такої картини, виявляється у можливому «помноженні» кольору на форму» [4, с.210-211]. Така семантика є естетичним знаком, тобто знаком, що несе естетичну інформацію. Таким чином, можна бачити, що естетична інформація, згідно з М. Бензе, реалізується на рівні синтактичної структури знакового устрою естетичного об'єкту, оскільки семантика представляє виразну (репрезентативну) сторону твору мистецтва. Саме тому твір мистецтва (естетичний об'єкт) цікавий перш за все у його синтаксичному вимірюванні. І саме

тому М. Бензе стверджує, що не можна вичленувати апріорний клас естетичних знаків. У рамках синтаксису те або інше місце, що визначає естетичне розгортання інформації через семантému, може зайняти будь-який тип знаку. Виходячи з цього, кожен знак із самого початку володіє можливістю бути естетичним знаком, оскільки будь-який знак повністю себе розкриває лише синтагматично, у синтаксичному відношенні до інших знаків.

Комунікативно-семіотичний аналіз М. Бензе обмежує естетичне дослідження лише квантитативною стороною [4, с.212-213]. Дослідник, хоч і протиставляє естетичну інформацію семантичній, але це протиставлення не у сенсі загального та особливого, а у сенсі структурального (позазнакового) та селективного (внутрішньознакового), що, звичайно, не одне і теж. У М. Бензе не стильове вираження, а синтаксичне вираження є сферою естетичної інформації. Загальне, що є наявним у обох дослідників, це бажання звести до мінімуму естетику реципієнта, зосереджуючись на «об'єктивній» естетиці повідомлення, хоча М. Бензе, на відміну від А. Моля, визнає надмірність позитивною стороною естетичного стану та наслідком суб'єктивності у конституюванні естетичного об'єкту, але вважає її привілеєм художника, який створює естетичну реалізацію.

Згідно з У. Еко, у мистецтві ми по перевазі маємо справу з інформацією, яка позитивно конституїрована елементами неупорядкованості. Більш того, естетичні повідомлення виникають як порушення стабільної референціальної системи. Наприклад, вважає дослідник, у поезії саме незвичайний спосіб використання мови визначає поетичний результат, у такому разі «інформація зв'язується не з порядком, а з *неупорядкованістю*, принаймні, з певним *непорядком*, який незвичний та який не можна передбачити» [5, с.120]. Ця інформація порушує банальність, але вона не просто створює неупорядковане повідомлення з погляду коду, ця інформація є неупорядкованістю тільки по відношенню до попередньої організації інформації, вона постає як певний порядок по відношенню до власних параметрів, які виникають усередині її поля реалізації. Для цієї інформації джерелом є не зовнішній подразник, сигнал, з якого утворюється повідомлення, а саме повідомлення стає джерелом. І тоді «будь-яка художня форма, якщо навіть вона приймає умовності буденної мови або традиційні образотворчі символи, все одно привносить щось нове у організацію матеріалу, оскільки у будь-якому випадку збільшує кількість інформації для того, хто її сприймає» [5, с.188].

Будь-який твір мистецтва, будь-який художній вислів або жест, згідно з У. Еко, дає реципієнту високу міру інформації, але не семантичній інформації, яка збагачує свідомість ускладненим відсиланням до зовнішнього світу, а інформації естетичної, «яка виходить лише з багатства даної форми та відноситься до повідомлення як до акту комунікації, направлено перш за все на представлення її самої» [5, с.189]. Виникнення такої естетичної інформації на основі кількісної інформації проходить як би у два етапи: на першому етапі інформація «виходить завдяки тому, що зі всієї сукупності знаків витягується основна кількість можливих образних імпульсів (натяків), у загальну сукупність знаків включаються якомога більше наших особистих привнесень, які сумісні з інтенціями автора» [5, с.206]. На другому етапі отримання інформації «полягає у співвідношенні результатів першої інформації з органічними властивостями твору, що усвідомлюється як їх джерело, у приємному усвідомленні того, що ми користуємося результатом свідомої організації твору, свідомої формотворчості» [там само]. Прикладом може бути картина Поллока: «неупорядковані знаки, контури, що розпадаються, спалахи різних конфігурацій закликають нас взяти участь у вільній грі відновлених зв'язків, і проте початкове діяння художника, зафіксоване у знаку, веде нас у заданому напрямі, повертає до авторського задуму» [5, с.205]. У. Еко помічає, що така естетична тенденція виявляє себе найповніше у сучасному мистецтві. Класичне мистецтво включало як необхідну умову акти тлумачення, але вони не були переважними, їх прагнули обмежити встановленими рамками [5, с.206].

Отже, естетична інформація, згідно з У. Еко, визначена багатозначністю як інформаційною новизною та автореференційною самоцінністю. Реалізується естетична інформація у естетичному повідомленні. Відштовхуючись від схеми функцій повідомлення Р. Якобсона, У. Еко заявляє, що «повідомлення знаходить естетичну функцію, коли воно побудоване так, що виявляється неоднозначним та направлено на саме себе, тобто прагне повернути увагу до того, як воно побудоване» [6, с.98]. Неоднозначність повинна бути плідною, тобто, повертаючи увагу, вона повинна спонукати до інтерпретації як виявлення складнішого порядку на фоні позірної безладу; іншими словами, повинен відбуватися приріст інформації як утворення естетичної інформації.

У. Еко підкреслює, що естетична інформація як ряд можливих інтерпретацій не є кількісною. Вона є різновидом семіологічної інформації, яка «не обчислюється за допомогою кількісних методів, але визначається через ряд значень, які можуть виникнути під впливом різних кодів. Фізична інформація відображає статистичну рівноймовірність джерела, інформація семіологічна

припускає цілий спектр можливих тлумачень» [6, с.94]. Твір мистецтва є надсемантичним, його неоднозначність породжується особливою системою відмінностей, що охоплює і надмірну семантику, і потік інтерпретацій, і індивідуальні модальності виразу. Найвний семіотичний матеріал (сформовані соціокультурні системи знаків) як функціонування основного коду, визначає міри так званої творчої свободи продукування складних соціальних конвенцій та установок, результатом яких є набори матричних комбінацій, які здатні породжувати індивідуальні варіації та порушувати код. Ця система відмінностей як значуща форма артикуляції денотацій та конотацій у ситуації породження естетичного повідомлення можлива лише на фоні сформованих кодів. Код передує порушенню коду. Тому, вважає дослідник, естетична комунікація будується на ефекті очуднення, деавтоматизації: «Буває, що раптом якийсь автор, описуючи річ, яку ми завжди знаємо і яка для нас постійно перед очима, використовує слово... незвичайним чином, і тоді нашою першою реакцією у відповідь буде почуття розгубленості у зв'язку з утрудненим пізнаванням об'єкту (ця утрудненість є наслідок неоднозначної організації повідомлення по відношенню до основного коду» [6, с.119]. Таким чином, поняття естетичної інформації у У. Еко є поняттям багаторівневої інтерпретативної інформації, тобто позитивно багатозначного повідомлення.

Згідно з Ю. Філіпсьвим, поняття естетичної інформації не повинне співвідноситися з відображенням у мистецтві конкретних фактів, воно повинне допомогти вказати, як художній образ стає не тільки фактографічним повторенням життєвих явищ, але і перетворюється на естетичну (художню) цінність. Тому інформація як міра структурної організації повинна протиставлятися ентропії як мірі дезорганізації [7, с.12]. Сигнально-структурний вплив «якого-небудь красивого явища або предмету краса його, діючи на наше сприйняття, упорядковує наші почуття, викликає підйом наших почуттів. Сам по собі цей підйом є своєрідною організацією почуттів, що виникає у результаті дії, яку ми сприйняли при погляді на даний предмет або явище» [7, с.17]. Природні структури так не сприймаються, так сприймаються предмети, які створені для подібного інформаційного впливу. Ці предмети є неутилітарними, але їх вплив такий же сильний, як і у споживчих, але по-іншому: краса та естетичні цінності створюють своєрідну спрямованість та організацію сприйняття і уваги, вони впливають як імпульс організації, тобто як інформація, яка несе смислове навантаження. Речова сторона підпорядкована цій інформаційній дії. Проста споглядальна насолода (милування пейзажем, предметом, особою) викликана впливом на людську психіку, вона приводиться у стан своєрідної організованості для споглядальної насолоди. «Адже не сама фізично речова структура сприйманого красивого предмету або явища входить у живе сприйняття, а ідеальний ізоморфний образ, що відзеркалено створює у сприйнятті під впливом речової структури об'єкту» [7, с.23]. Тому у естетичних сигналах поміщена не речовина або енергія, а «організуюча сигнальна властивість» [7, с.26]. Саме тому, згідно з Ю. Філіпсьвим, що естетичне є інформаційним, воно і не викликає споживчих почуттів.

Естетичне начало, вважає дослідник, внаслідок своєї інформаційної суті володіє двосторонньою дією: 1) воно організує структуру того матеріалу, який перетворюється на естетичні та художні об'єкти; 2) у стані впливу на людину ці об'єкти у сприйнятті свою естетичну структуру (інформаційну організованість) переводять у ізоморфний стан психічної організації, яка певним чином настроює наші почуття, свідомість та волю [7, с.24.]. Сигнал, уточнює Ю. Філіпсьв, лише тоді виконує функцію організації у якій-небудь системі, коли він повністю відповідає структурі цієї системи, є елементом системи, якого їй недостає, без якого система не діятиме. Така ж дія краси на людське сприйняття. Ю. Філіпсьв пише про внутрішню властиву предмету міру, яка здійснюється, коли людина творить по законам краси. Ця «міра» визначає співвіднесеність, єдність та необхідність елементів цілого. «Роль такої «міри» – вільно здійснювати структурну будову предмету, виявити внутрішній сенс цієї будови. Це відбувається, коли структура предмету досягає свого оптимального стану, закладеного у зміст самого предмету. Краса і є та «міра», яка виступає специфічним організаційним початком як у природних предметах, так і у створених людськими руками» [7, с.30]. Естетичні цінності як інформаційні виконують свою суспільну роль як чинник соціальної мобілізації: вони мають оптимально-організуюче значення, допомагають зменшити хаос життєвих сприйнять та підвищити організацію вражень від навколишньої дійсності [7, с.34-35]. Таким чином, поняття естетичної інформації у Ю. Філіпсьва виражає спосіб організації психічних образів за допомогою організації почуттів.

Н. Крюковський критикує підхід до інформації, коли вона обмежено визначається через негентропію, коли «інформація дуже жорстко зв'язується з вірогідністю повідомлення. Звідси робиться висновок: чим неймовірніше повідомлення, тим воно багатше інформацією» [8, с.55]. Але у такому разі найвищий ступінь інформаційної насиченості буде співпадати з вищим

ступенем хаосу, хоча інформація і визначає себе як організація, закономірність, інакше кажучи, у даному визначенні міститься суперечність. Цілісний підхід до поняття інформації повинен виходити не тільки з факту передачі, але і з суб'єкта (адресата) та об'єкта (відправника). Тоді «інформаційна значущість тут не зростає від нуля до якоїсь крапки у нескінченності, а, піднімаючись від нуля, досягає десь посередині найвищої точки і потім знову падає до нуля» [8, с.59]. Тавтологія не має інформаційної цінності, але і крайній ступінь «оригінальності» не володіє інформаційною цінністю. Тому для інформації (особливо естетичної) важлива міра. Кількість інформації (семантична «маса») може розумітися як різноманітність, безліч станів (сигнальних структур), які залежать від суб'єкта та об'єкту [8, с.63]. Важливим тут є те, що отриману інформацію суб'єкт порівнює з власною різноманітністю, а не з безліччю станів об'єкту. Тому «форма повідомлення має об'єктивний характер, а зміст – суб'єктивний» [8, с.65]. Кількість інформації максимальна тоді, коли структури і об'єкта, і суб'єкта досягають найбільшого ступеню ізоморфізму та виникає якийсь стан рівноваги, гомеостазис.

Особливість естетичної інформації у тому, що вона «передається по каналам, пропускна спроможність яких невимірно перевершує різноманітність суб'єкта, а у інших випадках і об'єкта (якщо у якості такого виступає твір мистецтва)» [8, с.89]. Кодування приводить різноманітність каналу у стан ізоморфізму з різноманітністю відправника. Одиницею такого кодування є знак (сигнал) – елемент множини, який має інформаційну (змістовну) та матеріальну (формальну) сторони. Поняття знаку Н. Крюковський використовує у контексті системи «об'єкт – канал інформації – суб'єкт» [8, с.91-93]. Знаки діляться їм за шкалою ступеня співвідношення форми та змісту, нижчий рівень якого представлений знаками-речами (форма знаку підпорядковує собі його зміст), середній – знаками-образами (і форма, і зміст виступають як самостійні), вищий – знаками-символами (зміст знаку підпорядковує собі його форму). Кожен із цих типів знаків співвідноситься з тією або іншою інформацією: знаки-речі – з утилітарною, знаки-образи – з естетичною, знаки-символи – з теоретичною [8, с.101-106].

Утилітарна інформація характеризується тотожністю знаку та означуваного предмету: «Зовнішній вигляд, зовнішні властивості служать знаком предмету як сукупності цих же його властивостей» [8, с.110]. А саме властивості і потрібні для реалізації споживання – утилітарного відношення. Теоретична інформація діаметрально протилежна утилітарної, оскільки у теоретичному об'єкті виділяється багато семантичних рівнів як у горизонтальному, так і у вертикальному плані. Теоретичний об'єкт як джерело можливої інформації повинен володіти каналом з великою та інтенсивною пропускною спроможністю, і саме тому штучні мови з їх абстрактною або науковою символікою типу математичної для такого типу інформації підходять більш всього. При цьому теоретична інформація повинна бути максимально однозначною, але у відмінності від елементарної однозначності утилітарної, ця однозначність пов'язана з поняттями «істинності та помилковості – основними полюсами станів теоретичного відношення» [8, с.123]. Естетична інформація, згідно з Н. Крюковським, займає весь «простір» між утилітарною та теоретичною типами інформації, які «грають роль своєрідних граничних станів, що обмежують широку область естетичного відношення» [8, с.125]. Специфіка естетичного об'єкту у його цілісності, яка охоплює закономірний результат позиціонування естетичного об'єкту між утилітарним і теоретичним відношенням – багатозначність його інформації. Багатозначність ця специфічна, вона виступає як співвідношення різних рівнів структури об'єкту, які однаково важливі для нього, ця багатозначність носить не диз'юнктивний, а кон'юнктивний характер. Естетична інформація передається по каналу, який є знаковою системою, яка зв'язує всі рівні об'єкту та суб'єкту у всьому діапазоні їх структур. Естетична інформація так само повинна володіти багатоярусністю, тільки так вона може транслюватися у повному об'ємі [8, с.139-140]. Чим більше рівнів у цілісному відображенні предмету у творі мистецтва, тим більше естетичної інформації, що виражається як необхідність єдності форми та змісту.

Багатозначність естетичної інформації виражається у тому, що у основі знакової системи, яка передає естетичну інформацію, лежить знак-образ, структура якого, згідно з Н. Крюковським, визначена єдністю означника та означуваного, зовнішнього та внутрішнього, форми та змісту, матеріального та ідеального. Але, не дивлячись на свою багатозначність з боку багаторівневості, знак-образ є однозначним з боку цілісності, але «однозначність ця дуже «широка». Естетичне враження, що отримується при сприйнятті художнього твору, будь то роман, картина або симфонія, завжди повинне характеризуватися єдністю та цілісністю, яким би багатим по своєму вертикальному різноманіттю не був цей твір» [8, с.147]. Ця цілісність – своєрідна міра інформації, яка знаходиться між оригінальністю та банальністю.

Отже, як загальні для основних існуючих концепцій естетичної інформації можна виділити принципи, які приймаються усіма дослідниками у тій або іншій мірі:

- 1) естетична інформація у повному та конкретному вигляді виявляє себе у мистецтві;

2) естетична інформація являє собою багатозначний феномен, ця багатозначність конститує її інформаційні можливості;

3) естетична інформація це семіотичний конструкт, нерозривно пов'язаний зі знаково-комунікативною системою реалізації

Останнє положення про семіотичну суть естетичної інформації несе за собою важливі висновки. Це не цілком об'єктна, не цілком суб'єктна інформація, тобто ця інформація у конкретизації визначена соціумом та культурою. А це означає, що естетична інформація знакових систем є соціокультурним об'єктом, а не природним або трансцендентним феноменом, вона створюється людиною і використовується людиною для специфічної репрезентації світу через багатозначні (багатообразні) знакові семіотичні структури. І у зв'язку з цим треба відмітити, що інформаційна насиченість естетичних образів у перспективі тотального поширення електронно-інформаційних технологій виявляється двоякою: з одного боку, за її допомогою відбувається впровадження інформаційного світогляду у суспільну свідомість, що на сучасному етапі інформаційного суспільства є, певним чином, історично необхідним; але, з іншого боку, інформаційні технології суттєво змінюють спосіб сприйняття інформації, у тому числі й естетичної, визначаючи швидкість, дискретність та однозначність як основні характеристики інформаційного обміну, що призводить до нерозуміння та неможливості дешифрувати коди класичних носіїв естетичної інформації.

Бібліографічні посилання:

1. **Поліщук О.** Художнє мислення: естетико-культурологічний дискурс / О Поліщук. – К. : Вид. ПАРАПАН, 2007. – 208 с.
2. **Моль А.** Теория информации и эстетическое восприятие / А. Моль; пер. с фр. Б.А. Власюка, Ю.Ф. Кичатова, А.И. Теймана. – М. : «Мир», 1966. – 352 с.
3. **Моль А.** Социодинамика культуры / А. Моль; пер. с фр. под ред. В.В. Бирюкова, Р.Х. Зарипова, С.Н. Плотникова. – М. : КомКнига, 2005. – 416 с.
4. **Бензе М.** Введение в информационную эстетику / М. Бензе; пер. Л.А. Меламида // Семиотика и искусствоведение. – М. : Издательство «Мир», 1972 – С. 198-215.
5. **Эко У.** Открытое произведение. Форма и неопределённость в современной поэтике / У. Эко; пер. с итал. А. Шурбелева. – СПб. : Академический проект, 2004. – 384 с.
6. **Эко У.** Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко; пер. с итал. В. Резник, А. Погоняйло. – СПб. : symposium, 2004. – 544 с.
7. **Филиппьев Ю.А.** Сигналы эстетической информации / Ю.А. Филиппьев. – М. : Наука, 1971. – 112 с.
8. **Крюковский Н.И.** Кибернетика и законы красоты (философский очерк) / Н.И. Крюковский. – Мн. : Изд-во БГУ, 1977. – 256 с.

УДК: 164.031

А. П. Політюк

«НОВА РИТОРИКА» ТА НЕФОРМАЛЬНА ЛОГІКА

У статті «Нова Риторика» та неформальна логіка аналізується проект «Нової Риторики», що був запропонований Хаїмом Перельманом та Люсі Ольбрехтс-Титекою ще у 1958 р., однак який і досі активно досліджується і розвивається, крізь призму співвідношення підходів до проблематики аргументації у сучасній неформальній логіці та риторичі.

Ключові слова: неформальна логіка, аргументація, риторика, аудиторія, критерії оцінки аргументації.

В статье «Новая Риторика» и неформальная логика анализируется проект «Новой Риторики», который был предложен Хаимом Перельманом и Люси Ольбрехтс-Титекой еще в 1958 г., однако не потерявший актуальности и на сегодняшний день, сквозь призму соотношения подходов к проблематике аргументации, существующих в современной неформальной логике и риторике.

Ключевые слова: неформальная логика, аргументация, риторика, аудитория, критерии оценки аргументации.

The article “New Rhetoric” and Informal Logic aims at analyzing the project of “New Rhetoric,” introduced by Chaim Perelman and Lucie Olbrechts-Titeka in 1958 but relevant and