

САВЧУК Валерий Владимирович / Valery SAVCHUK

| О предмете медиафилософии |

САВЧУК Валерий Владимирович / Valery SAVCHUK

Санкт-Петербург, Россия.
 Санкт-Петербургский государственный университет. Философский факультет.
 Кафедра онтологии и теории познания. Профессор, доктор философских наук.

Russia, St. Petersburg.
 St. Petersburg State University. Faculty of Philosophy.
 Department of Ontology and the Theory of Knowledge. PhD, Professor,

vvs1771@rambler.ru



О ПРЕДМЕТЕ МЕДИАФИЛОСОФИИ*

Статья вводит читателя в современный контекст медиафилософии, одновременно и фиксируя необратимость становления медиареальности, и заостряя акцент на ключевой для XX–XXI века трансформации активности субъекта переходящей к объекту: не субъект говорит, видит, воспринимает, а язык говорит, образ видит, а медиа воспринимают субъектом. Следуя логике важнейших «поворотов» в культуре XX века (онтологический, лингвистический, иконический), автор предлагает следующий — медиальный поворот, из которого проистекает ключевой тезис медиафилософии — все есть медиа. Обосновываются границы разрешимости этого тезиса.

Ключевые слова: медиа, медиафилософия, лингвистический поворот, иконический поворот, *medial turn*, коммуникант, медиареальность, медиальная конфигурация, сущее

On the Subject of Mediaphilosophy

The article introduces the reader to the contemporary context of mediaphilosophy, discussing the irreversibility of the mediareality's existence and presence. In addition, the article sharpens the focus on the key to transformation which has taken place in the 20th–21st centuries, wherein media activities have themselves become the object, rather than the objective reporter. The media is not a subject that speaks, sees, perceives, but rather the speech speaks, the image sees, while the media is perceived by the subject. Following the logic of the important cultural "shifts" of the 20th century (ontological, linguistic, iconic), the author suggests the following: — the media shift — from which the key theory of mediaphilosophy arises — may be summed as "everything is media". The soluble limits of this theory are justified.

Key words: media, mediaphilosophy, linguistic turn, iconic turn, *medial turn*, communicant, mediareality, medial configuration, existing

Вопрос о спекулятивности

Медиафилософия — спекулятивная дисциплина. Для ее формирования нужна была революция в области медиа, в одночасье обратившая традиционные медиа в новые медиа, которые в конце концов привели к медиальному повороту и трансформации реальности в медиареальность (термин «медиареальность» появляется тогда, когда само понятие «медиа» претерпевает сущностное переосмысление). Для сторонников иконического поворота, исходящих из максимы «все есть образ», утверждение «все есть язык», вариант — «текст», утрачивает актуальность, как утрачивает силу бумажная власть деконструкции, поскольку в текущем состоянии дигитальных образов, составляющих нашу медиареальность, исходная данность образа столь же актуальна, как и другие медиа. Визуальные образы, словно следуя призыву Ницше, «храбро остаются у поверхности, у складки, у кожи, поклоняются иллюзии»¹ и, добавлю, создают образ мира, неотличимый от реальности, то

есть — саму реальность. Медиафилософы делают следующий, столь же необходимый, сколь и радикальный шаг: визуальный образ *низводится до одного из видов медиа*, числа под ним все то, что опосредует наше восприятие, что открывает сокрытое, что является первосущим. В конечном счете, о чем нельзя сообщить, того не существует. Сообщение важнее события.

Medial Turn

После череды важнейших для XX и начала XXI века поворотов все настоятельнее слышны голоса признать суммирующим и, одновременно, фундаментальным поворотом медиальный поворот. Его закономерный приход опирается на признание за языком, образом, пространством, риторикой, любым восприятием человека свойство медиальности. Акцент на то, чем мы воспринимаем, ведет к двум сопредельным следствиям, во-первых, к осознанию утраты непосредственности: все данное

¹ Ницше Ф. Сочинения: В 2-х т. — Т. 1. М.: Мысль, 1990. С. 497.

* Статья написана при поддержке НИР 2011–2013 Тема исследования: «Необратимость медиатрансформаций: тело, сознание, общество».



человеку в его восприятии, дано посредством *определенных средств*, через определенные, по своим собственным законам функционирующие, по своему преломляющие, избирающие, фильтрующие сообщения, а с другой — говорящие, указывающие на активность, предзаданность, первичность языка по отношению к тому, кто общается. Видимо поэтому «кульминацией всех теорий медийного, является рассмотрение языка»², замечает Дитер Мерш. Язык — как один из проработанных медиа — есть путь к пониманию того, как он влияет на содержание сообщаемого, как ирония, интонирование, оценка дает возможность интерпретировать его прямо противоположным образом (самый наглядный пример, среди версий «прочтений» пьесы Шекспира, мы встречаем прямо противоположные трактовки). Экстраполируя интерпретацию языка на другие медиа, мы обретаем шанс понять работу любого вида медиа. Содержательно медийный поворот связан с осознанием, что не только язык говорит мной, а образ видит мной, но и пониманием того, что *все способы восприятия*, которые по глубокому замечанию Мерло-Понти, включают как момент «деперсонализации», некой общности переживания, так и активности другого: «если бы я захотел точно выразить перцептивный опыт, мне следовало бы сказать, что некто во мне воспринимает, но не я воспринимаю»³, следуют одной и той же схеме. Тезис «все есть медиа» с необходимостью ведет к признанию: медиа внутри нас, в полной мере раскрываясь в способности отслеживать работу медиа; каждое из них создает свою реальность, свой способ восприятия, но также и — это всегда нужно помнить — его ограничения, его невосприимчивость к другому, данному виду медиа неподвластному. В итоге, совокупность посредников создает действительность: воспринятая, помысленная и концептуально выраженная, она открывается тому, кто рефлексивно подходит к условиям ее производства и репрезентации.

Обратившись к медиа в их предельно абстрактной форме, должны ли мы игнорировать ту же функцию осуществления самого себя и сохранения себя в качестве медиа, все опосредующей инстанции? Образы, смыслы и значения информации, доносимые медиа, столь же невещественны, эфемерны, идеальны, сколь неустранимо материальными и физически ощутимыми предстают средства их доставки. Как таковое медиа есть причина того, что *видимость* предстает нам в ее предметно вещественном виде, в виде норм и правил, в виде законов изменяющегося мира. Медиа есть условие, собирающее и соединяющее людей в некую целостность и проявляющую результат их усилий в формировании новой реальности. Они — условие целого, его исток и способ воспроизводства. Онтологическая модель медиа вычленяет следующие существенные черты: медиа в целом рассматривается как непрерывный, многомерный, необратимый поток сообщения; в этом общем потоке можно выделить отдельные медиа, каждое из которых «работает» по одному и тому же принципу. Медиа есть не столько соединение двух — разнородных, отдельных и отдаленных — инстанций посылающего и получающего сообщения, сколько репрезентация единого целого системы, ее субстанциональной неразрывности, ее внешнего и внутреннего, ее активного и пассивного

начала: человек говорит, но язык говорит человеком, человек видит, но и образ видит им. Медиа настолько же владеет свойством направленности на адресата, сколько и стягивания полюсов в точке неразличимости, становясь неэлиминируемой субстанцией, внутренним содержанием целого, подобно крови организма, духу религиозного сознания, понятия философии. Только на основе медиасообщения люди объединяются в общество, появляются новые формы взаимодействия, орудий труда, культурных артефактов, типов медиа. Медиа в той же мере создают общество, в какой общество создают исчерпывающие его потребности медиа. Революционные изменения в обществе шли рука об руку с революцией в области средств сообщения.

Данность сообщения включают в себя не только уникальные, неповторимые и преходящие элементы, но и всеобщие сущностные структуры, идеальные типы, которые представляют собой имманентное замкнутое образование, где инициирующим коммуникацию началом является структура, делегирующая часть своей активности медиа. Медиа, таким образом, есть способ самораскрытия системы. Иными словами, поток сообщения в целом, во всех регионах целого, и его отдельные акты являются данностями все того же целого, способного проявлять себя и в центре и на периферии.

Здесь есть счастливый повод обратиться к Николаю Кузанскому, который со всей глубиной, каковая только была возможна, продумал взаимоотношение бесконечности Бога и конечного мира, абсолютного максимума и столь же абсолютного минимума, центра и периферии: «Все, целое — находится непосредственно в любом члене через любой член, как целое находится в своих частях в любой части через любую часть».⁴ Философская составляющая его религиозной мысли, опираясь на неоплатоническую идею эманации, отметала как неистинное представление — естественное для теолога того (видит Бог, и для этого) времени, — согласно которому, существует непреодолимая пропасть между творцом и его творением. Исходя из формулы «Бог есть абсолютный и бесконечный максимум», а творение, проявление Бога есть «абсолютный минимум», то есть бесконечность потенциальная, он делает вывод, что Бог, вмещающий в себя все сущее, присутствует в любой, самой ничтожной вещи, подобно тому как «звезды взаимно связываются своими влияниями, а также связывают их с другими звездами... Таким образом ясно, что имеется соотношение влияний, при котором одно не может существовать без другого».⁵ Вселенная медиа исполняется взаимными влияниями. Мир цифровых технологий, среда интерактивных коммуникаций, непрерывная взаимозамена активных и пассивных инстанций, причины

² Mersch D. Systematische Medienphilosophie. 2005. S. 114.

³ Мерло-Понти М. Феноменология восприятия / Пер. с фр. под ред. И. С. Вдовиной, С. Л. Фокина СПб.: 1999. С. 227.

⁴ Николай Кузанский. Об ученом незнании // Николай Кузанский. Избранные философские сочинения. Т. 1. М.: Мысль, 1979. С. 75. Кроме Анаксагора, мысль которого ведет Кузанского, уместно привести далекого от Кузанского, нас, медиафилософии Пауля Наторпа, в своем желании видеть психологию главным предметом философской рефлексии полагает (что совпадает с приведенной трактовкой медиа), что психология есть «наиболее конкретный из всех родов фактических исследований, она спаивает всю совокупность наук в одно целое, в одно наиболее конкретное единство» (Наторп П. Философия и психология. // Наторп П. Избранные работы. М., 2006. С. 32).

⁵ Николай Кузанский. Об ученом незнании // Николай Кузанский. Избранные философские сочинения. Т. 1. М.: Мысль, 1979. С. 110.



и следствия, источника и результата информации работают по законам Вселенной Кузанского, имея общую форму взаимной обусловленности и взаимного влияния.

Специфика предмета медиафилософии раскрывается в самоотчете сборки индивидуального и коллективного тела (хотя как оторвать одно от другого в медиареальности?) на основе медиа. Когда присутствие целого разлито в обществе, когда оно заявляет о себе во всех жизненных проявлениях, тогда медиафилософ своими концептами находит резонанс с душами, излишне стесненными порядком и принуждаемыми к порядку, тяготевшими им. Когда же общество разорвано, атомизировано, не собрано, когда порядка нет, а идентификационные механизмы выстраиваются помимо, а зачастую и вопреки непосредственному окружению, тогда целое актуально, оно востребовано временем. Его форма требует политического прагматизма (цинизма), расчета и калькуляции. Негативные последствия обретения целого, принимаемые решения на пути к целому, принуждения к порядку будут всегда. Жертва самобытностью — одно из многочисленных следствий становления цифровой медиареальности. Медиа *всесильны* в ситуации призрачности и неопознаваемости их работы и *слабы* в ситуации разоблачения, демифологизации их в качестве *средств* достижения успеха: массмедиальной демагогии, популизма, «пиара». Как только механизмы политтехнологии становятся известными, общество политтехнологов депопуляризируются. Прозрачность достигается медиапросвещением, обучением основам медиаанализа, которые раскрывают механизм успеха, неизбежно включающий политический цинизм, расчет и калькуляцию последствий принятых решений.

Таким образом, медиа — и способ коммуникации, и орудие производства, и изощренный способ симуляции, и орудие политической борьбы. Поэтому наиболее чужд в анализе медиа односторонний подход (а отсюда и упрямые абстракции), редуцирующий существо дела к одному из его составляющих. Инструментальная природа медиа как такового не должна скрывать от нас гео/политическую направленность каждого его проявления, каждого использования, реализующихся медиапроектов, отражающих существо культуралов, радикальных левых, борцов за народ (не эффект ли медиавласти виден в том, что люди, развлекающие массы, угождающие им — над массами же воспаряют, становятся идолами, звездами, а подавляющее большинство политиков, борющихся за права бедных и обездоленных, со временем становятся богатыми и преуспевающими людьми).

Медиаальный поворот подтверждает старую истину: в истории цели и средства постоянно меняются местами: средство со временем становится целью и *vice versa*. Из бесчисленного числа примеров таковых обратимся к Августину, который сетовал, что многие наши беды от того, что «мы пользуемся (*uti*) предметами, которые предназначены для наслаждения, и наслаждаемся (*frui*) предметами, предназначенными для пользования». Медиа, предполагаемые в качестве средства сообщения, *лишь* формального опосредствования коммуникации, механизмом всеобщей доступности информации, исподволь становятся учредителем социального неравенства, кумулирующегося терминами «информационное» и

«неинформационное общество». В привычке представлять медиасреду универсальным (в пределе единственным) условием общения обнаруживаем *иллюзию* равенства, под которую подкладывается мина большой мощности. Нет большей претензии на власть как провозглашение информационного равенства. Превращенной формой его является формальная власть над всеми равными, ставшими коммуникантами, распространившими чистоту коммуникационной функции в начале интернет-, а затем и всего человеческого сообщества. Мы, однако же, подмечаем, что миф информационного равенства выгоден тем, кто производит, поддерживает и контролирует доступ к информации. В информационную эпоху именно информационное неравенство является самым важным, поскольку суммирует все его прежние разновидности. Как, например, из того, что человек знает какие концерты, выставки, симпозиумы происходят за тысячу километров в метрополии, но он не может присутствовать на них физически, у него растет чувство обделенности, суженного горизонта возможностей, желание уехать из маленького города, деревни. С другой стороны, события его топоса, его новости (если только они не катастрофические) не становятся новостями для метрополии.

Все есть медиа

Я исхожу из того, что медиа, сообщение и реальность — суть одно и то же. Способ их объединения дает новое качество — медиареальность. Таким образом, не сами по себе медиа являются предметом медиафилософии, но тот *способ* восприятия природы, общества и самого человека, его образа себя, его тела, которое есть мета-медиум, как назвал его Майк Сандботе; среди других медиа тело отличается тем, что «в моем восприятии оно есть медиум, который ежеминутно наиболее всего уязвляется и наиболее всего игнорируется всей совокупностью чувственных, художественных и технических медиа. И если эта совокупность медиа образует целостность, то это дает понять как внутренне функционирует сеть, тем самым возникают условия для поиска революционной динамики в будущем, где пренебрегается ныне самая большая опасность. Революции возвращаются. Это относится ко всему, но также и в первую очередь к миру медиа».⁶ Возвращение вижу в том, что телу возвращается архаическая размерность, оно становится частью живого мира, относится внешнему с симпатией, то есть как к самому себе, сочувствуя.

И первый шаг на этом пути — всеприсутствие медиареальности в ее «неприглядности», «незаметности» и «незамечности», как об этом точно заметил Дитмар Кампер: «Парадокс времени в том, что дематериализуясь, медиа исчезают достигнув цели».⁷ Медиареальность не возникает в процессе анализа, но исчезает в нем, исчезает ее актуальная продуктивная форма посредника, исчезает ее целостность. Она не дается инструментальному подходу, поскольку самый изощренный инструмент есть воплощение инструментальности, того чем нечто берется: и здесь не важно раскаленная ли это заготовка, берущаяся огромными щипцами, сверхтонкий пинцет микро-

⁶ Sandbothe M. Und wie fühlt sich Ihr Nacken an? // Kulturaustausch. Zeitschrift für internationale Perspektiven. 2010, № 3. S. 22.

⁷ Kamper, Dietmar. Unmögliche Gegenwart. Zur Theorie der Phantasie. München, Fink Verlag, 1995. S. 96.





Рис 1. Инсталляция Тора Берресена «Убийство топором» (2011) X Международная биеннале современного искусства «Диалоги» (26 августа — 4 сентября). Центральный выставочный зал «Манеж», Санкт-Петербург (фото Ольги Казакевич).

хирурга, захватывающий нерв, методы психоанализа, позволяющие работать с невротическими состояниями пациента — все они производные того инструментария, который схватывает и удерживает объекты. Но что может взять инструмент? Другой инструмент? Остановка? Саморефлексия? Иллюстрацией может послужить инсталляция Тора Берресена «Убийство топором» (2011) (см. рис. 1.). В ней весьма наглядно продемонстрировано, что получается, если мы одним инструментом постигаем другой и какова деформированная картина в итоге предстает перед нами. «Познанное» средство теряет не только эффективность воздействия, но саму способность воздействовать.

Разочарование проявленным, введение в регистр учета средств, достижения практических целей. Проявленность средства сообщения ведет к утрате чистоты сообщаемого; человек словно спотыкается, отскакивает, подозревает и, для особо чувствительных людей, подобно Декарту, прозревает об условности конструкции реальности, неподлинность видимого. Во «Втором размышлении» он говорит, будто видит из окна людей, переходящих улицу, впадая при этом, возможно, в заблуждение, ибо видит он всего лишь шляпы и плащи, в которые с таким же успехом могут быть облачены люди-автоматы, движимые пружинами. (Что сказал бы он сейчас, поскольку его познания нашли бы столько подтверждений, что, пожалуй, он

стал бы более радикальным представителем симуляционного характера реальности или концепции киборгов в духе художника Стеларка Аркадиу, взявшего себе имя Стеларк (*Stelarc*), чем самый последовательный приверженец постсовременности (ситуации, замечу, решительно оставшейся в прошлом веке)). Мир данности исчезает. Когда видишь изнанку — пружины и подъемные механизмы — декораций, тогда они перестают работать *на сцену речи, представления, истины*. И напротив, чаще всего когда кто-то, сталкиваясь с медиареальностью, не зная, что такое медиа, такие люди ищут в медиареальности все что угодно, но только не то, что она действительно в себе содержит: конструкцию нашего восприятия, а, следовательно, и представления. В итоге конструкцию реальности, невидимое, жесткое армирование которой принуждает считаться с ней, подчиняться ее правилам, согласовывать свою внутреннюю конструкцию с внешней, инсценировать аутентичность.

Медиареальность в качестве предмета медиафилософии не редуцируется ни к аппаратам, ни к конкретному виду медиа, ни к коммуникантам, ни к техническим и социальным условиям ее появления. Она — эпифеномен медиа, собравшихся в когорту цифровых. Медиареальность структурируется двумя полюсами: производство и потребление, потребление зрелищ, визуальной продукции, вес которых день ото дня растет. Но



производство рождает потребление, так же, как потребление становится возможным в результате производства. Они стимулируют друг друга. В отличие от тирании субъект-объектных отношений, медиареальность игнорирует оппозиции классической рациональности и, в первую очередь, четкость деления на субъективную и объективную реальность, на идеальное и материальное, на реальность и вымысел. Новые средства коммуникации порождают новую конфигурацию субъекта, отличительной чертой которого является децентрация, а в пределе — всеприсутствие.

Но всеприсутствие, как и техническое господство над природой (М. Хоркхаймер и Т. Адорно), иллюзорны. Так, географическое пространство — в силу развития средств сообщения, — и пространство коммуникации сжимаются, становятся вседоступными: мы всех слушали и все видели (кто не видел Эверест? А кто был там, был рядом, на прямой видимости?), мы мало кого знаем персонально, все экзотические виды рассматривали, но мало где были (а там, где бывали, давали ли себе труд увидеть, смотрели ли косо, с недоверием к собственному опыту, с медитативной концентрированностью и отрешенностью?⁸). В сети мы присутствуем везде и нигде, вернее, только в ней и присутствуем, отсутствуя телесно.

⁸ Подобно Гантенбайну — мнимому слепому — герою писателя Макса Фриша, после того как группа туристов, с которой он поехал в Грецию, «отщелкают фотоаппаратами», нужно поставить наивные вопросы о *видимом*, например: «Все ли колонны Парфенона одинаковой высоты? Он не верит этому; у него есть резоны, заставляющие наострить уши. Везде ли расстояние между колоннами одинаково? Кто-то оказывает услугу и измеряет. Нет. Он не удивлен, ведь древние Греки не были слепыми ... Некоторые так жалеют его, что в поисках слов, которые дали бы представление о священности этих мест, сами начинают видеть. Слова их беспомощны, но глаза оживают» (Фриш М. Номо Фабер. Назову себя Гантенбайн. М., 1975. С. 364–365).

По аналогии — этой предельно наглядной форме аргументации — с лингвистическим поворотом можно вслед за Стефаном Мюнкером повторить его главный тезис: «Все проблемы философии переформулируются как проблемы медиа, а философия, которая занималась бы ими становилась бы медиафилософией».⁹ Предметом медиафилософии после медиального поворота является реальность, ставшая медиареальностью. На миг — в акте рефлексии — ставшей определенным предметом (что естественно невозможно, но что есть условие акта схватывания актуального процесса в понятиях медиафилософии).

Итак, сделаем вывод, последовательность осознания важности произошедших поворотов в культуре XX века: от онтологического, лингвистического, иконического приводит к совокупности «фигураций» — видов медиа. Навык видеть в том или ином опосредующем восприятие человека средстве вид медиа, будь-то язык, образ, телефон или танец, подводит к идее конфигурации, к осмыслению не фотографии, компьютера или танца в качестве медиа, не конкретного его вида, но медиа как такового — медиальность (своего рода «стольность» и «чашность»): по определению активного, активно строящего соответствующий мир, представляя его, ставя ему представление, в соответствии с которым он формируется. Суммируя, можно сказать, что конфигурация медиареальности раскрывается максимой — «все есть медиа», или иначе *media ergo sum*, что дает ответ на вопросы *каким образом* я воспринимаю или не воспринимаю мир, сообщая себя с другим, о себе, о том, что делают медиа со мной, о том, наконец, посредством чего сообщая о себе, приобщаясь к другому, соответствую своему о себе представлению?

⁹ Munker St. Philosophie nach dem «Medial Turn». Beiträge zur Theorie der Mediengesellschaft. Bielefeld: Transcript Verlag, 2009. S. 20.

