МЕДИАФИЛОСОФИЯ: ФОРМИРОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В. В. Савчук*

Мировой порядок и сопутствующие ему формы коммуникации демонстрируют, что действительность в основе своей — в бытии сущего — становится потоком информации, главными носителями которой являются электронные и цифровые медиа. Отсюда — возросший до такой степени, что его можно назвать жадным, интерес исследователей из разных областей к проблеме медиа. Фудаментальный сдвиг цивилизации фиксируется в результатах ряда конференций и публикаций. 1 Симптомоматичен факт внедрения в наш язык таких новообразований, как медиареальность, медиасфера, медиакультура, медиаиндустрия, медийное лицо, медиацентр, медиасубъект, медиа sapiens, медиазависимость, медиасерфингист, медиафоб и т. д. Впечатление такое, что в любой сфере культуры уже можно найти качество медиа. Лавинообразно нарастающая скорость распространения «медиапроизводных» — знак времени, суть которого в том, что социальные, культурные и экологические последствия, производимые новыми медиа, а также переход ими границ, очерченных старыми медиа (а значит и смыслами), превысили критическую массу новаций и подвели к новой стадии развития человека. Все вместе указывает на неотложность осмысления произошедшего.

Определение понятия

Media (от латинского medium) — нечто среднее, находящееся посреди, занимающее промежуточное положение, середина, центр; в

Работа написана при поддержке гранта РФФИ № 08-06-00071.

^{*}Савчук Валерий Владимирович, д. филос. н., профессор кафедры онтологии и теории познания факультета философии и политологии СПбГУ.

¹Philosophie et medias. Co-organisée par l'UNESCO, l'Agence universitaire de la francophonie et la Chaire UNESCO de philosophie (Faculté des sciences humaines et sociales, Université de Tunis I, Tunisie, 21 novembre 2002); Международной конференции «Современные медиа: теория, история, практика» (Москва, РГГУ, 17–19 мая 2006 г.); Международная научная конференция «Медиа как предмет философии» (Санкт-Петербург) 16–17 ноября 2007.

средневековой мистической традиции — ме́диум. В мифопоэтической традиции медиум (жрец, колдун, шаман, трикстер) соединял основные семантические оппозиции: землю и небо, дух и тело, и тем удостоверял их существование. В различных европейских языках medium означает: средство; посредник,² человек, легко поддающийся внушению, и, наконец, в физическом смысле — среда. Например, в английском языке, значение этого слова раскрывается в слове «посредник», но так же: а) способ, средство, деньги, средство коммуникации (mass media), поддержка, посредничество середина, промежуточная ступень, промежуточная стадия, среда (вещество, в котором существует что-либо); б) окружение, окружающая реальность, а также и центр, и посредник, и средство, и новая среда: общество, общественная жизнь, гласность, нечто, находящееся в общественном пользовании. Таким образом смысл медиа растворяется в многообразии денотатов, трудно схватываемых в одном понятии. С каждым новым открытием в области медиа создается новая картина мира, в которой иначе структурируется пространство и время, конституируется субъект и актуальные способы самоидентификации человека.

Основательно и подробно рассмотрев историю и содержание понятия «medium», немецкий исследователь Стефан Хоффман пришел к следующим выводам: «Слово "medium" пришло в Германию в XVII веке и понималось прежде всего как естественно-научное понятие и термин грамматики. Вместе с немецкими словами "середина" (Mitte), "средство" (Mittel), французским "среда" (milieu), итальянским "средний" (mezzo), греческими словами meta и meson, а так же со многими другими оно восходит к индоевропейскому корню medh-, medhios. В латинском языке доминируют значения усредненный, середина (пространства и времени), средний размер; средний уровень, золотая середина, средний, половина. Субстантив в классической латыни главным образом означал пространственный центр: с одной стороны указывает на середину объекта, с другой — центральную точку пространства или нечто, лежащее в основе (субстанцию) двух или более объектов». 3

 $^{^2}$ Владимир Даль дает такое определение: «медиум — от *пат.* посредник, сообщитель; ныне названье людей, будто бы способных к духовным сообщеньям» (см.: Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. Т. 3. М., 1980).

³Hoffmann St. Geschichte des Medienbegriffs. Hamburg, Meiner. 2002. S. 24–25.

По сути, природа медиа (вариант медиальности) и медиума едина. Вспомним, голос трансцендентного говорит медиумом тем лучше, чем меньше присутствия индивидуума в медиуме; чем менее говорит он от своего имени, тем более он не есть личность в момент, когда он транслирует нечто, его превосходящее. Термин «медиа» охватывает столь обширную сферу, что утрачивает границы определенности. Вопреки очевидному контрасту значений, крайние точки оказываются суть одно и то же, сливаются до неразличимости как в подлинном ритуале жертвоприношения, как в экстазе, медитации, воодушевлении и азартной игре. Надо полагать, именно поэтому И. П. Смирнов к первой форме медиальности относит не только «похоронный ритуал, но и жервоприношение».

Провозвестник новой компьютерной эпохи, литературовед по образованию, Маршалл Маклюэн, автор канонического тезиса и одноименнй книги «The Medium is the Message» (1967), написанной в сотрудничестве с художником и дизайнером Квентином Фиоре (Quentin Fiore), часто употреблял вместо понятия медиа «средство коммуникации», а Питирим Сорокин использовал в подобных случаях термин «проводник». Частотность и популярность термина в сочетании с неопределенностью его семантических границ дает основание подозревать, что медиа и порождаемые ими артефакты являются более сложным объектом рефлексии, чем это могло показаться на первый взгляд.

Но хитрость мирового разума здесь проявлется в том, что в истории средство становится целью, а цель средством, 4 вбирая крайно-

⁽¹⁶⁸ S.). На трудность определения понятия обратил внимание Γ - Γ . Гадамер в тексте, посвященном Ю. Хабермасу: «слово "медиум" является одним из интереснейших, его не столь просто понять, как об этом думают в первом приближении» Gadamer H.-G. Kultur und Medien // Zwischenbetrachtungen im Prozeß der Aufklärung. Jürgen Habermas zum 60. Geburtstag / hrsg. von Axel Honneth u. a. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1989. S. 715.

⁴Вспомним, что порох открыли для фейерверков, компас — для ориентации захоронений, телескоп, который принято считать детищем Галилея, на самом деле изобретен не им, так как «сначала был секретным оружием и только позднее стал использоваться в астрономии» (Фейерабенд П. Избранные труды по методологии науки. М., 1986. С. 247), телефон — для связи с умершими, а компьютер для вычислительных операций. Промышленные перевороты совершались не из жажды прогресса как такового его идея появилась после появления феномена «постоянного возросшей конкуренции, демографического и экологического давления на существующие формы производства жизни». Осознавая эту инверсию, об этом же говорит Августин: «Мы часто наслаждаемся тем, чем надо пользо-

сти в качестве семантической полноты или, быть может, интуитивно взыскуемой неопределенности; именно неопределенность является привлекательным моментом, поскольку обретает смысл в актуальных дискурсах в таком качестве, которое позволяет использовать этот термин, избегая прямого значения. Медиа оказывается не столько посредником, сколько средой, включающей в себя то, что прежде противостояло друг другу: мир небесный и земной, субъективную и объективную реальность, индивида и общество. Универсальность отсылает к неопределенности, а потенциальность к актуальности, средство — к цели, а начало к итогу.

Если первоначально за современными медиа закрепляется инструментальный статус, — роль незаинтересованного посредника (будь то письмо, телефон, радио, компьютер), задача которого сообщать, не привнося ничего от себя, — ни собственной стратегии, ни своих интересов, ни воли изменить положение дел, то в дальнейшем ситуация решительно меняется: медиа не только становятся самостоятельными, но и единственным, или, усилив тезис, онтологическим условием существования человека. Они уже не являются техническими посредниками, транслирующими нечто, что в них самих отсутствует, что только через них передается, проходит, но сами предстают всепоглащающей и всеохватывающей средой, то есть реальностью опыта и сознания. Подобная ситуация повторяет себя в становлении и распространении феномена виртуальной реальности; возникнув как реальность возможная (например, ухода из мира принуждения в мир игры и свободы, из мира одних критериев успеха, благополучия в другой, где критерием является, например, уровень профессионализма пользователя), она, поменяв знаки, стала самой реальностью, отодвинув первую, исходную, основную, подлинную, аутентичную реальность (в самой трудности определения — знак ее нереальности) в область вещи в себе. Вероятный и возможной статус ее утверждает себя в отказе от непосредственности, поскольку помимо медиасредств не репрезентирует себя. И в свою очередь не схватывается аналитическими процедурами классической рациональности, исходящей из четкости деления на субъект и объект, внешний и внутренний мир.

ваться, и пользуемся тем, чем нужно наслаждаться».

Механизм коммуникации, осуществляющийся с помощью новых медиа, в отличие от практики личного сообщения предполагает отказ от традиционных форм персонального присутствия: диалога, обмена экзистенциальным опытом, чувствами. Укажу на продуктивную попытку С. Л. Фокина развести понятия «коммуникация» и «сообщение», проделанную в отношении позиций Ж. Батая и Ю. Хабермаса, но имеющего потенциал для объяснения различий между сообщением в доинформационном и коммуникацией в информационном обществе: «Несмотря на то, что в отечественной традиции перевода понятия "communication" возобладал термин "коммуникация", использование его при передаче ведущей творческой установки Батая абсолютно невозможно. Помимо того, что исконно русское "сообщение" в общем передает смысловой разброс понятия "коммуникация", оно к тому же раскрывает его средоточие, обнажая корневые и словообразовательные связи с целым рядом экзистенциальных и творческих мифологем Батая: "сообщение" — "сообщество" — "общество" — "община"; "сообщение" — "приобщение" — ("причащение"); "сообщение" — "соумирание" ("жервоприношение"). Более того <...> по существу это два различных положения мысли». ⁵ Добавлю к этому перечню «сочувствие» и «сожжение» — важные характеристики жертвоприношения в архаических обществах. В свете сказанного следует признать, что существо «сообщения» раскрывается в личностном (оно же персональное и почти непосредственное) общении, поскольку оперирует так называемыми «близкодействующими» чувствами: осязанием, вкусом, обонянием, — а существо «коммуникации» в надличностном, поэтому опирается на «дальнодействующие» органы чувств: глаз и ухо, которые выходят на первый план в новых медиа, поскольку событие, прежде чем стать массмедиальным, трансформируется в дигитальный формат визуальной картины и звука.

В отношении искусства — исключение. На него указал Н. Луман: «коммуникация в художественной системе — это единственная форма коммуникации, которая транслирует не только формы смыслов, но вместе со смыслом передает физическое ощущение». То есть, под

⁵Танатография эроса: Жорж Батай и французская мысль середины XX века / Составление, перевод и коммент. С. Л. Фокина. СПб., 1994. С. 329.

историей медиа понимается продолжение (расширение) нашей способности чувственного восприятия и коммуникационной способности, но с оговоркой, что такому расширению не подвержены связанные с телом близкодействующие органы чувств, такие как осязание, обоняние и вкус.

В вопросе о том, все ли есть медиа, встречается две позиции. Одна, вслед за Маклюэном, понимает медиа как «extensions of ourselves», то есть любая форма восприятия уже является медиальной, поскольку опосредована нашими органами чувств: «действительность доступна нам всегда только как медиальная конструкция» (Muenkler). Другая же под медиа понимает инстанции, которые предполагают дистанцирование от чувственно-телесного опыта. Например, язык, письмо и все технические и культурные средства коммуникации. Дистанция растет от одного вида медиальности к другому. Если речь таит возможность поговорить «по душам», а письмо может быть посланием (в его прямом домакклюэнской смысле), то телефон и интернет купируют эти возможности.

Барбара Беккер (Barbara Becker) оспаривает строгость разделения на близко — и дальнодействующие воздействия, предлагая подругому ставить акценты. Она критикует позицию известных фотокритиков и медиакритиков (Г. Андерс, С. Зонтаг, Ж. Бодрийяр), которые утверждают, что отсутствие непосредственного контакта с изображаемым событием (отсутствие запаха, вкуса, прикосновения) оставляет зрителя незатронутым, равнодушным по отношению к событиям смерти, страдания, жертвам катастрофы. Зрители не затронуты телесно, плотью. Беккер утверждает, что новые медиа не только делают более значимым разрыв и зияние (Хасма) между субъектом и объектом, но и усиливают его. Именно в тематизации и актуализации этого разрыва нашего опыта, разрыва между плотью и миром, медиа могут быть продуктивны. Для примера она трактует концепцию пунктума Барта — пунктум как потенциальная телесная захваченность при взгляде на фотографию, то есть деталь на фотографии, которая шокирует наше тело, именно в ней состоит потенциал фотографии, которая трогает зрителя несмотря на дистанцированность. Тот факт, что фотография нас трогает, связан с эмоциональной и телесно-чувственной вовлеченностью фотографа в контекст, в событие, в полноту его ощущений запаха смерти, прикосновения к жертве катастрофы, соучастия в чувстве страха и ужаса, что соответственно изменяет всю совокупность его мировосприятия. Как говорил известный военный фотограф Фритьёф Капа: «Если твоя фотография нехороша, то ты не был достаточно близко». То есть, в фотографии всегда присутствует вовлеченность фотографа, участие в событии. Фотография стоит между зрителем и событием, по-новому маркируя разрыв субъекта и объекта, но она же есть форма опосредованного соприкосновения в событии фотографии.

То есть, фотография, как вид медиа, может задеть зрителя непосредственно, поскольку она подсоединяет зрителя к чуственно-телесному опыту художника. Конечно, человек не чувствует запах ужаса, в визуальном образе, но если фотография удалось, то сила воображения пробуждает в зрителе тоже объемное восприятие ужаса, что и у фотографа. И человек подсоединяется всем своим телесным опытом к экзистенциальному опыту художника, творца. На этот феномен обратил внимание философ и религиозный поэт XVII в. Ангелус Силезиус: «Кто созерцает Бога, тот также и имеет вкус, чувствует, обоняет и слышит его». Эту же мысль через два столетия повторил Ницше: «Иисус — как сладкий запах». В любом случае, повторю, произведение искусства, по Луману, выступает медиумом, передающим «вместе со смыслом физическое ощущение». Таким образом, медиа, с одной стороны, препятствует непосредственному прикосновению (тактильному контакту), а с другой, по-новому провоцирует некую затронутость, то есть в целом, медиа развивают новые формы опыта, изменяют и расширяют наше восприятие. 7 В отличие от сообщения, которое, как мы помним, всегда есть в искусстве, коммуникация есть переход в чистую функциональность, простоту и, как следствие, пустоту, но, как известно, пустота в пределе есть источник силы, энергии и власти. Власти над реальностью. В описании информационного общества подходит термин «коммуникация», а в определении природы и структуры диалога межличностного общения и внутреннего опыта — «сообщение». Подобно тому, как человек, привыкший к электричеству, становится потерянным при его отключении, чувство потерянности и отлученности рождается у тех, у кого

⁶KGW VII — 1.381; KSA 10.367.

⁷Becker B. Medienphilosophie der Nahsinne // Systematische Medienphilosophie / hrsg. von Mike Sandbothe und Ludwig Nagl. Berlin: Akad.-Verl., 2005. S. 76–79.

выходит из строя компьютер, лишая средств связи, общения, орудия труда, развлечения и игры.

Истинность медиареальности удостоверяется как наглядными примерами, так и умозрительно, она чувственна и сверхчувственна одновременно. Она включает реальность виртуальную как свой закономерный, исторически предшествующий этап. Подобно тому как постмодернистское понимание тела не могло бы появиться не будь трансфигураций традиционного тела в модернистском проекте, или, иначе, метаморфозы образа тела эпохи модерн, родившего свое иное — телесность, не сводимую к анатомическому телу, но являющуюся местом взаимодействия идеального и материального, чувственного и сверхчувственного (см., например, тело «Рабочего» и «Воина» Э. Юнгера, тело художника-авангардиста). Медиареальность — реальность всех, а не для всех. Именно в этом статусе она становится онтологическим условием существования человека. А в этом последнем качестве — предметом философии, медиафилософией

Медиа в форме масс

Медиа в качестве медиа проявляются тогда, когда обретают форму масс. Иными словами, когда они создают среду тотальной коммуникации, тогда овладевают массами, а когда становятся массовыми, тогда создают массовое общество. Новые медиа не только задают новую форму коллективного тела, но и инкорпорируются в него. В соответствии с природой медиа необратимые изменения происходят и в средствах, и с участниками коммуникации, и в результатах коммуникации. Как следствие формируется новая фигура — здесь действует магия точного найденного и широко используемого теоретиками коммуникации слова — коммуникант. Массмедиальное те-

⁸ Термин «коммуникант» используется не только теоретиками новых медиа и современными художниками (См. фильм режиссера Ринго Лэм (Ringo Lam) «Репликант» (2001) с Жан Клод Ван-Даммом, который наделен способностью смотреть на мир глазами убийцы, а также стоит вспомнить бесчисленных репликантов агента Смита из фильма-трилогии «Матрица»), но и специалистами традиционных дисциплин: «Язык — орудие коммуникации, необходимый для обмена информацией. При обмене информацией говорящие (коммуниканты) вынуждены координировать свой индивидуальный опыт, и они создают знаки (слова), которые относятся к общему опыту разных людей» (Успенский Б. А. Едо

ло состоит из коммуникантов — но, что ближе к истине, — оно использует коммуникантов. Коммуникант есть конверсив медиасреды, реактивно отражающий мутации социального, биологического, психологического, идеологического и прочих тел, составляющих тело массмедиа. В актуальности — на поверхности тела отдельного коммуниканта — мы имеем результат — иначе, конверсив — воздействий природных и цивилизационных воздействий, оставляющих на нем свои знаки. Тело медиума традиционного общества требовало инициации, подготовки, сосредоточенности и транса — в итоге становилось прозрачным для сообщения с трансцендентным. В массовую коммуникацию человек включается тем эффективней, чем более он редуцируется к коммуниканту, то есть к атомарному человеку: разобщенному и отделенному от других. Он не проводит сверхестественное, но, суммируя повседневное, усредненное, создает плотную и непроницаемую для традиции сопричастности электронную среду обитания. ¹⁰ Чем более предстает она как средство, тем более внедряется в сознание, опыт, тело, окружающий мир, а если использовать более корректную формулу — становится условием сознания, опыта, тела, окружающего мира. Массовая коммуникация не репрезентирует внешнее, она сама есть и внешнее, и внутреннее, а коммуникант лишен как имманетного, так и трансцендентного измерения, его микромир, не имеющий собственных границ, тождественен мак-

Коммуникант сращивается со средствами коммуникации и становится анонимным. Первые осмысления этого феномена нахожу в ставшем крылатым выражении Цицерона epistola non erubescit — письмо не краснеет. То, что нельзя сказать непосредственно, не покраснев при этом, то, используя письмо в качестве посредника — одно из первых медиасредств, — легко «говорится» на бумаге. Раз-

Loguens: Язык и коммуникационное пространство. М., 2007. С. 9). Коммуникантом по Успенскому является как адресат, так и адресант — как говорящий, так и слушающий, то есть люди вступившие в коммуникацию

⁹Ситуация, впрочем, не уникальна: «Человек не "обладает" духом; это дух его "имеет"» — пишет Макс Шелер в 20-х гг. XX века (Шелер М. Философские фрагменты. Из рукописного наследия. М., 2007. С. 195).

¹⁰ Каждый вид искусства, каждый вид медиальности отстаивая чистоту и специфику своего языка, не конвертируемого в другой, денансирует молчаливые представления о целостности и объемности восприятия.

рывая непосредственность сообщения, оно имеет свои, осознавшиеся со всей серьезностью, последствия за написанное слово: «слова — это слова, а что написано, то написано» или, в отечественном варианте, «что написано пером...». Чистый язык коммуниканта теснит язык межличностного общения, акцентирующий, как мы помним, близкодействующие органы чувств. Для стабилизации медиареальности уже более важно не личное присутствие, а постоянство связи с человеком, его достижимость и связанность.

Но обращу внимание на то, что анонимность отвергал Мартин Хайдеггер — автор подхваченного структуралистами тезиса «язык язычет» («die Sprache spricht»). У него язык выступает в двух ипостасях: собственно языка, или языка сущности, и обыденного языка («das Gerede»). Разумеется, коммуниканты не говорят на языке сущности, поскольку язык коммуникантов представляет собой нерефлексивное повторение клише, фраз рекламных роликов, а так как их чувства запрограммированы из вне, они своего рода имплантанты медиа; и интенции их исходят из внеличностного, а потому абсолютно чистого сознания, сознания медиасубъекта.

Срастившись с медиями, человек становится коммуникантом инстанцией как передачи информации, так и ее среды, формируется гомогенное массовое тело, или медиасреда. Коммуникант есть имя новой формы идентификации, но подчеркну — не самоидентификации. Говорят о коммуникантах, но не «я коммуникант». Его основа не только в дереализации персональной коммуникации, но и структур непосредственного межличностного общения доинформационной эпохи. Активность редуцируется к активности субъекта, который предстоит отныне как коллективный субъект коммуникации, или, иными словами, - коммуникант. Наряду с объективацией коммуникации, происходит субъективация вещи. Яркий, в силу наглядности образов рекламы, пример обнаруживает феномен эротики, покидающий ландшафт тела человека и перемещающийся на поверхность рекламируемых товаров. Это дает повод аналитикам визуальности в целом и фотографии в частности говорить о постэротической эпохе — с ударением на втором слоге. 11

 $^{^{11}}$ «В ситуации "*после оргии*", в эпоху, получившую имя "постэротической" или "постгенитальной" сексуальности, после того как в массмедиальной по форме и содержанию культуре стало общепринятым мнение, что мужское и женское —

Новое средство коммуникации создает новое качество сообщения и тем самым новую реальность. Ее первые симптомы фиксируются в различных понятиях: «объективная коммуникация», противостоящая «экзистенциальной», направленной на со-общение (Ясперс); в особом типе поведения — «стратегическое поведение» (Хабермас), которое ведет к сознательному или бессознательному обману, к отчуждению и утрате «коллективной идентичности», разрыву с традицией, утрате ориентиров и росту психических отклонений. Хабермас в пространстве концепта коммуникации, продумывает положительные последствия ее использования. Именно коммуникация, а не сообщение, например, ведет к созданию «устойчивых межличностных отношений и личностных структур», к возникновению «устойчивой нормативной среды». Суммируя можно сделать вывод, что коммуникативное действие (ориентированное на взаимопонимание) является базой для воспроизводства устойчивых структур жизненного мира.

Здесь уместно сделать одну, на мой взгляд, важную оговорку. О «новом качестве» говорят большинство исследователей медиареальности. Но ее самостоятельность, обособленность и отдельность не является уникальным в истории смены средств коммуникации. Каждый исторически значимый эпифеномен культуры есть самостоятельная и обособленная реальность, каковой, например, был и миф или религиозное сознание. Например, не сводящаяся к материальным процессам и витальным потребностям человека, реальность мифа была и актуальной формой коммуникации, и средой, и способами производства и воспроизводства реальности. Он, мир населенный «настоящими» мифологическими существами, храмами, церемониями и ритуалами. То же, что подразумевается под данным «новым качеством» — фиксирует напряженность момента перехода от одной системы, означающей реальность и продуцирующей ее, к другой, ситуацию слома привычного мира коммуникации — новыми средствами формирования нового языка: мобильного, интернетного, письменного или «албанского».

лишь конструкции нашего представления, сюрпризы эротики ждут нас вне тела. Самыми эротичными объектами оказываются рекламируемые товары, которые (и здесь замечательна чистота инверсии) дают почти сексуальное удовлетворение их новому владельцу в момент покупки» (Савчук В. В. Философия фотографии. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2005. С. 116).

Использование бинарных категорий в анализе формирования медиареальности оправдано лишь до тех пор, пока тенденция еще не проявила себя отчетливо, пока случайность и непредсказуемость не образовали цепь необходимости, приводящей к проявлению нового качества. Уход прежнего, воспроизводящего себя в неизменности мира, схватывается «теорией катастроф» Жоржа Кювье, который исходил из того, что определенное состояние мира с его животными и растениями уничтожается в результате катастрофы, и создается совершенно новый мир, с новыми растениями и животными. А старый мир становится областью археологии, палеонтологии или истории повседневности. Новая картина мира, создаваемая новыми же медиа, производит и новую артикуляцию сущего, в которой сообщать и быть суть одно, как одним и тем же оказывается и сообщение, и то, чем оно передается. Появление нового господствующего средства коммуникации ведет к формированию соответствующей реальности. Подобно тому как «описывая эстетические феномены, на самом деле мы описываем некие способы жизни» (Л. Витгенштейн), с большой долей уверенности можно утверждать, что, «описывая разные структуры медиальности, мы по сути описываем не только разные реальности, но и разные способы жизни, разные картины мира, разные языки». Вот как остроумно и живо характеризовала появление нового языка Татьяна Щербина: «"Я на мобильном", — говорю. Физическое мое тело, может, пасется на альпийских лугах или загорает в другом полушарии — я разговариваю с Москвой так, будто мы с абонентом сидим рядом. "Абонент" было первым словом, уменьшившим Землю, люди стянулись в один голосовой пучок. Особенно когда пуповину отсекли — телефонный шнур, привязка к месту осталась лишь у физического тела, "я" — кочевник. На встречи физических тел времени стало не хватать (в XIX веке, кажется, только и делали, что общались, будто сутки были раза в три длиннее), зато я регулярно читаю в ЖЖ "ленту друзей", обмениваюсь комментариями. Виртуальные друзья, прижившиеся англицизмом "френды", это те, близкие и дальние, знакомые и незнакомые, с кем я состою в диалоге. Тело не состоит, а "я" состоит. Совсем уж ничего материального: ни голоса, ни почерка, ни бумажки, запечатлевающей буквы». ¹²

 $^{^{12}}$ Щербина Т. «Я» и тело // Независимая газета. 18 декабря 2007. С. 8.

Обратившись к Н. Луману, увидим, что есть (в его горизонте мысли) основания утверждать «о сообщении без общения», коммуникации без человека. Луман исходит из того, что не люди друг с другом коммуницируют, а коммуникация коммуницирует сама с собой: «коммуникация — не есть способ трансляции чего-то, а способ создания новой структуры». ¹³ Скажем так, коммуникация становится не только реальностью существования, но всепоглощающей, а потому и единственной реальностью. Эта реальность — производное массовости; сформировавшись посредством медиа, масса становится медиасубъектом. 14 Она уже сама себе и из себя прописывает последовательность трансформаций, которые на начальных стадиях схватываются и описываются в терминах метаморфозы или мутации. Здесь уместно вспомнить излюбленную фигуру мысли Лумана, котороя точно подходит к нашей ситуации: «Понятие природы гласит: различное есть то же самое». 15 Понятие медиареальности открывает нам то, что медиа, сообщение и реальность — суть одно и тоже. Способы их объединения в новой реальности являются также предметом медиафилософии.

Медиапотребление

Медиальность не редуцируется ни к аппаратам, ни к коммуникантам, ни к социальным условиям ее появления. Она — эпифеномен всех составляющих. Реальность медиа структурируется двумя полю-

 $^{$^{-13}}$ Луман Н. Общество как социальная система / Пер с
 nem. А. Антоновского. М.: Логос, 2004. С. 46.

¹⁴Ницше отмечал: «Когда сто человек стоят друг возле друга, каждый теряет свой рассудок и получает какой-то другой» (Ницше Ф. Злая мудрость. Афоризмы и изречения // Ницше Ф. Сочинения. В 2-х т. Т. 1. М.: Мысль. 1990. С. 766). Когда же люди — не важно, осознают ли они это или нет — объединяются в сообщество пользователей мобильными телефонами или сообщество телезрителей, потребителей рекламы, когда, как по призыву, становятся рядовыми армии пользователей интернета, объединенных в единую сеть, тогда отдельный человек отдает не только часть своего рассудка, но и своего ощущающего и воспринимающего тела, образуя новое коллективное, массмедиальное тело, контуры которого, кажется, уже видны, но мутации его столь стремительны, что нас (как объектов исследования и исследователей), уверен, поджидают новые удивительные сюрпризы.

¹⁵Luhmann N. Weltkunst // Unbeobachtbare Welt. Über Kunst und Architektur / Hrsg. Niklas Luhmann, Frederick D. Bunsen, Dirk Baecker. Bielefeld, 1990. S. 10.

сами: производство и потребление. Но производство рождает потребление, так же, как потребление становится возможным в результате производства. Они стимулируют друг друга. В отличие от деспотичности 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, ¹⁶ а в пределе — всеприсутствие.

Новые средства коммуникации не только устраняют старые (например, сообщение как событие подменяется — и в структуре предложения и во времени — происшествием и сенсацией), но и определяют новые возможности и способы сообщения. Они создают систему принуждения, поскольку сформированное общество обусловлено технологией его сборки и зависит от средств коммуникации во всех отношениях. Генерируя нагнетение сенсации, они продуцируют скуку, которая развеивается новой же, более сильной фасцинирующей сенсацией. Медиазависимость обладает той же логикой формирования, как и наркотическая: логикой неумолимого прогресса зависимости, логикой утраты воли и сфокусированности на модели привычного удовольствия. Негативную сторону этого процесса выражает максима Августина: «Мы часто наслаждаемся тем, чем надо пользоваться, и пользуемся тем, чем нужно наслаждаться». Средство становится целью, а цель — средством; компьютер из орудия вычисления становится средой (сетью) жизни, а сама полнокровная жизнь — потоком электронных образов, предметный мир — плоским экраном.

Современные медиа, определяя характер и способ коммуникации, решительно вытесняют написанное рукой в музей или архив, а пись-

¹⁶ Славой Жижек отмечает, что виртуальная реальность дает возможность «децентрации субъекта» — один и тот же человек в киберпространстве выступает под разными масками. Притом негативным следствием этой «децентрации» является не то, что в общении с лакановским Другим человек не может предстать в своем собственном качестве, он не может явиться тем, кем он «является на самом деле», следовательно, его коммуникация с Другим тотально симуляционна (Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. 1998. № 1).

мо — телефонным разговором с одновременной трансляцией образа говорящего. Как потлач сменился денежным (вспомним, что деньги одно из значений медиума) эквивалентом, так и электронное сообщение идет рука об руку с электронными деньгами, платежными операциями. Сообщение становится коммуникацией, человек коммуникантом, а сообщающиеся персональные тела — коллективной информационной средой, в которой способность личного участия утрачивает вес, уступая функциям накопления, прибыли и приобретения. А как остро подмечает еще в середине прошлого века Ги Дебор: «Любые сношения между людьми могут осуществляться теперь только через посредничество этой власти мгновенного сообщения, то это только потому, что это «сообщение», в сущности, является однонаправленным, так что его концентрация ведет к накапливанию в руках администрации существующей системы средств, которые и позволяют ей продолжать это, уже предопределенное, администрирование. Повсеместное расщепление, производимое спектаклем, неотделимо от современного Государства, то есть от обобществленной формы социального расслоения, продукта общественного разделения труда и орудия классового господства». ¹⁷ Форма всегда есть насилие над содержанием, сообщение — над общающимися, а коммуникация — над богатством сообщения.

Вседоступность, как и техническое господство над природой, иллюзорна. Так географическое пространство — в силу развития средств сообщения, — и пространство коммуникации сжимаются, становятся вседоступными: мы всех слышали, но мало кого знаем персонально, все видели, 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? 18).

¹⁷Дебор Ги. Общество спектакля. М., Логос. 2000. С. 28. Ему вторит Марсель Энаф: «Подсчеты, отсрочки, посредники — все это свойственно судопроизводству и буржуазной торговле» (Энафф М. Маркиз де Сад: Изобретение тела либертена. СПб.: ИЦ «Гуманитарная академия», 2005. С. 339).

¹⁸ 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 навострить уши. Везде ли расстояние между колоннами одинаково? Кто-то оказывает услугу и измеряет. Нет. Он не удивлен, ведь древ-

В сети мы присутствуем везде и нигде, вернее, только в ней и присутствуем, словно иллюстрируя формулу: «Все и ничто тождественно».

Еще одной функцией массмедиа является возможность трансформировать свой актуальный опыт в исторический опыт, опыт ушедшей эпохи; настоящее должно постоянно уступать место более настоящему, подлинному, реальному — сверхреальному — новому, еще не завоевавшему вкус и предпочтения потребителя. А поскольку «реальный потребитель становится потребителем иллюзий» (Ги Дебор), то реальность производится на фабрике грез, в большей степени, чем на фабриках и кустарных мастерских Поднебесной, товары которых, замечу, являются теми же грезами, так как они повсеместно являются симулякром оригинала. Имманентное качество массмедиа — не только создавать нечто помимо того, что сообщается, но и свое собственное послание. В сумме всех медий мы получаем медиареальность или (акцентируя ее новое качество Б. Гройс использует другой термин) — субмедиальность. Медиареальность становится настоящей реальностью, когда освобождает место для новой актуальности — в том исходном значении, которое соответствует латинскому определению бытия — «actualitas», как действительности действительного, во всех смыслах слова: вкус продуктов, качества воды и свежести воздуха, природного пейзажа, того, чем, согласно Августину, нужно наслаждаться. Так медиареальность предстает средством исторической амнезии, ускорением исторического времени¹⁹ и идеологией консюмеризма, что в данном контексте одно и тоже.

ние 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. Ното Фабер. Назову себя Гантенбайн. М., 1975. С. 364–365).

¹⁹ Увеличение скорости письма (в момент изобретения которого ученики получают «мнимую, а не истинную мудрость», поскольку будут «многое знать понаслышке, без обучения, и будут казаться многознающими, оставаясь в большинстве невеждами, людьми трудными для общения» (Платон Федр. 275а-b)), ведет к мертвописи. Согласно Н. Федорову: «Скоропись (курсив, мелкое, беглое письмо, беглопись) — это письмо Нового времени, времени, переходящего от религиозной жизни к светской. Подобно тому как все должности и профессии лишаются священного значения, и письмо перестает быть службою Богу в общем, хотя и таинственном, деле, а подобно другим профессиям обращается в личное дело и становится средством наживы; скоропись — это уже не священное письмо, и не благоговение управляет рукой писца, ставшего наемником и продавцом, не благоговение управляет и рукою писателя и вообще пишущего в эту

Медиа как предмет теории

Один из первых, и он же nepewй дискуссионный вопрос, — вопрос о реальности предмета медиа и его границах. Маршалл Маклюэн к медиа относит: электрический свет, устную речь, письмо, дороги, числа, одежду, жилище, город, деньги, часы, печать, книги, рекламу, транспортные средства, автоматическое оборудование, кино, фотографию, пишущую машинку, телефон и компьютер. Если произвести инвентаризацию того, что включается исследователями в предмет медиа, то нас ожидает удивление, оборачивающееся прозрением, а что не есть медиа? Вилем Флюссер выделяет визуальные медиа (фотоаппарат, кинокамера, монитор телевизора, видеомагнитофон). Теоретики искусства полагают, что живопись, равно как и другие формы художественного творчества, тоже есть медиа. 20 Неопределенность предмета медиатеории дала повод Сьюзен Бак-Морс сказать, что «такого объекта, как медиа, не существует или же, что медиа, — это "слабый" объект». 21 Но изнанка неопределенности отказ от границ, а, следовательно, всеприсутствие. Одна из первых сложностей анализа медиа в том, что они не столько являются предметом рассмотрения, сколько сами являют мир в его данности, помимо которой пусть нечто и мерцает своей вероятной жизнью, но

эпоху, не признающую ничего священного. Для новейшего времени и скоропись оказалась еще медленною, и вот оно создало стенографию для записывания всего создаваемого на скорую руку. Скоропись, несмотря на быстроту, оставляет еще переписывающему некоторую свободу, тогда как стенограф, находясь в полной зависимости от говорящего, обращается уже в машину, в фонограф. Чтобы понять сущность прогресса, нужно представить весь путь от живописи, которая была первою грамотою, которая от писавшего требовала художественных способностей, полноты души (такова была иероглифическая грамота, это живое письмо, говорившее преимущественно о мертвых, как бы оживлявшее ихудо письма стенографического, в коем уже нет ничего живописного; стенография есть мертвопись, говорящая о дрязгах живых, исполняемая человеком, обращенным в самопишущую машину» (Федоров Н. Сочинения. М., 1982. С. 83, 84–85). Об этом весьма интересном сюжете см.: Петер Боянич. Создает ли «скоропись» врага? О «мертвописи» у Федорова (стенограф) // CREDO NEW. Теоретический журнал. 2004. № 1.

 $^{^{20}}$ Фоменко А. Живопись после живописи // Художественный журнал. 2001. № 40.

 $^{^{21}{\}rm CM.:}$ Гавришина О. Материалы Международной конференции «Современные медиа: теория, история, практика» (Москва, РГГУ, 17–19 мая 2006 г.) // Новое литературное обозрение. № 82.

средств — помимо медий — эксплицировать его нет. Медиа инсталлированы в нашу способность понимать мир в его данности. Мы видим не медии, но медиями. Такую позицию можно назвать медиааприоризмом, или, как называет ее Кристоф Вульф, медийным фундаментализмом.

Сюжет не нов, его прообраз открывает себя в имевших место в истории способах представлять непредставимое, в традиции говорить о несказуемом, показывать сверчувственное (здесь весь спектр от мистического экстаза и духовного видения, до трансцендирования и трансгрессии). Осознавая возможность и важность этого подхода, вспомним режим актуальности, задаваемый массмедиями; именно в массовом формате медиа обретают то качество, которое изменяет реальность и определяет предмет философской рефлексии.

Столь же настоятельный, сколь и трудный вопрос о границах того, что относить к медиа, решается исследователями в двух направлениях. Представители первого, относя к ним все, что окружает человека, чрезмерно расширяют содержание понятия до неразличимости с такими понятиями, как реальность, действительность, сущее — оно характерно для медиафилософии.²² Вторые связывают себя целью ограничить предмет, выделив круг средств коммуникации, — теория коммуникаций. Последняя сталкивается с другой проблемой: каковы критерии демаркации средств от не причисляющихся к таковым? И не оказываемся ли мы в ситуации, которую точно описывает Вульф: «В позиции медийной маргинальности, в которой медиа «идентифицируются исключительно с материальными условиями реализации семиотического процесса». Вульф предлагает сместить внимание на осуществляющуюся функцию медиа — ее перформативный характер, то есть направить концепт медиа на вопрос о том, «можно ли понимать "передачу с помощью медиа" одновременно и как "трансформацию, и как субверсию передаваемого"...

²² Фотограф — это не рабочий, а игрок: не «Homo faber», а «Homo ludens». Только фотограф играет не игрушкой, а против игрушки. Он внедряется в аппарат, чтобы вывести на свет скрытый в нем замысел. Фотограф внутри аппарата и тесно с ним связан, но совершенно иначе, чем окруженный орудиями труда ремесленник и стоящий у машины рабочий. Это функция нового типа, при которой человек и не константа и не переменная величина, человек и аппарат сливаются в единой целое. Поэтому уместно называть фотографа функционером (Вилем Флюссер. За философию фотографии. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2008. С. 29).

Тогда "репрезентация" не означает переход от чувственного к лежащему "за ним" смыслу, а предоставляет возможность проявиться смыслу из самого чувственного воплощения. . . Медиа тогда "историческая грамматика" нашего способа обращения с тем, что дистанцировано от нас. Медиа позволяют проявиться удаленному, буквально говоря: удаляют (устраняют) пространство. Медиа феноменализируют, их посредническая способность основана на превращении в воспринимаемое, на эстетизировании. Поэтому основополагающей для нас является воспринимающая функция медиа: их когнитивная и коммуникативная роль выполняются за счет этого эстетизирующего потенциала». ²³

Понятия «медиатеория» и «медиафилософия» часто отождествляются. Однако их следует различать. Если медиатеория реализуется в рамках специализированного знания, используя количественные характеристики в анализе технических средств сбора, хранения и передачи информации, то медиафилософия исходит из предпосылки, что медиа не столько предмет познания, но сами есть условия познания, действия, мысли. Так, например, глобализация использует медиатехнологии, но и сама глобализация смогла обрести свои четкие очертания в связи с развитием новых — всепронизывающих и быстрых — медиа.²⁴ Они — предпосылка того, в свете чего можно нечто увидеть. Их самореферентность и самозамкнутость — существенное качество медиареальности. Ее постижению помогают идеи Н. Лумана, показавшего, что система коммуникации является закрытой системой. Она обладает свойством самореферентности, то есть отсылки к самой себе, отказывает внешним инстанциям в определении истины или оценки. Медиа также операционально замкнуты, сосредоточены на себе, своих способах репрезентации. Отсылая к себе и себя же удостоверяя, они аутопоэтичны: строятся на своих собственных основаниях, гарантируя свое собственное воспроизводство. Заметим при этом, что медиареальность больше чем система коммуникации, описанная Н. Луманом.

 $^{^{23}}$ Вульф Кристоф. Антропология: История, культура, философия / Перевод, послесловие и комментарии Гульнары Хайдаровой. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2008. С. 156.

 $^{^{24}}$ Так «медленная подача информации недостойна теперь даже называться "информацией" » (Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана. М., 2002. С. 112).

Различая медиа как средство традиционного (доинформационного) сообщения и медиа как условие вопрошания о реальности, как способ данности мира, мы, исподволь, подходим к проблемному полю медиафилософии. Первый подход акцентирует механизмы и средства сбора, хранения и передачи информации, побочным эффектом чего является редукция человека к коммуниканту — этому, в вышей степени точному и самопроговаривающемуся о забвении личностных связей (и самой личности) в сетях коммуникации, агенту. Но в дискурсе медиаспециалистов нет ценностной негации. Функциональный подход имеет свой прагматический ресурс. Им оправдан и в его же границах привычен, а, если вспомнить, что привычка (et hos) по Аристотелю, то и этичен.

«Если телеграф сделал предложение короче, то радио укоротило новость, а телевидение ввело в журналистику вопросительную интонацию». ²⁵ Продолжая ряд, спросим себя, что нового внес интернет? Объединенные в сеть персональные компьютеры создали деперсонализированную реальность, которая поглотила реальность исходную, попутно вобрав в нее как пространство самореализации, так и самого человека; медиареальность, тотально развернув свою сеть в форме электронной и цифровой коммуникации (киберпространство), стала не представлением реальности (о реальности), но самой реальностью. ²⁶ Глобализация возникает не столько тогда, когда глобальный мир охватывает все миры сетями коммуникации, сколько тогда,

²⁵ Маклюэн Герберт Маршалл. Понимание медиа. М., 2003. С. 244. Данный фрагмент я привожу в переводе Руслана Хестанова. «Ускорение новости» ведет не только к сокращению предложения, но и к сокращению расстояния, или, по Хайдеггеру, к преодолению от-даленности, которое на поверку оказывается «еще необозримым от-далением "мира" на пути разрушающего расширения повседневного окружающего мира» (Хайдеггер М. Бытие и время. М., 1997. С. 105. (Пер. В. Бибихина)). По прошествии времени утверждение об атомизации человека стало общим местом в трудах социологов и культурологов.

²⁶При всей, на первый взгляд, кажущейся отдаленности от нашей темы, темы представления в СМИ «Востока», наблюдение Эдварда Саида затрагивает существенные черты медиареальности: «Один из аспектов электронного мира постмодерна состоит в том, что стереотипы, через которые смотрят на Восток, получают определенное подкрепление. Телевидение, кино и прочие медиаресурсы сводят всю информацию к более или менее стандартизованным формам. Как только речь заходит о Востоке, стандартизация и культурные стереотипы усиливают влияние академической и имагинативной демонологии XIX в., "таинственного Востока" » (Саид Э. Ориентализм / Пер. А. В. Говорунова. СПб., 2007. С. 45)

когда он присутствует у тебя дома, когда кажется, что ты владеешь средствами коммуникации, когда ты думаешь, что они у тебя «под рукой», но тогда, когда ты оказываешся связан ими, когда ты всегда на связи, когда ты повсеместно доступен и наблюдаем. Что совершенно оправдано фиксируется в терминах транспорентности (прозрачности). Но медиареальность это не тот мир, который, как «большой брат» посредством медий следит за тобой, но тот, за которым пользователь или телезритель следит неотступно, неотлучно, бескорыстно и всегда по своей воле. Пользователи — это в высшей степени средняя часть населения (вспомним, что медиа отсылает к значению середина, средний, посредник). Установка интеллектуалов на отказ от телевизора маргинализирует стратегии получения информации, уравнивая их с «бездомными», которые тоже телевизор «не смотрят».

Коммуниканты

Коммуниканты — актуальная форма интерсубъективности. Коммуниканты (которым нет числа, как нет ограничений в пространстве и во времени) неотделимы от средств коммуникации, как минотавр неотделим от лабиринта, а кентавр — от продуктивной силы воображения. Они создают среду в той же мере, в какой медиасреда создала коммуникантов. Коммуникант — и жертва, и жрец в одном лице. Осцилляция в конкретном акте коммуникации между передачей информации и трансформацией участников коммуникации производит единое тело медиасубъекта. В конечном итоге существо коммуникации требует тождества получаемой информации и трансформированного сознания — медисферы. Средства информации (неизбежно отбирающие и видоизменяющие события) являются результатом качественной трансформации системы коммуникации. Именно это усреднение — результат трансформации — вынуждены делать специалисты по различным практикам коммуниакции, которые, повторю, имеют дело не столько с людьми, сколько с коммуникантами этим субститутом голливудского репликанта в системе «реальных» отношений.

Медиасубъект наследует родовые признаки субъективной модели, которую находим в различных философских школах. В частности, описание совокупности правил познания и действия на основе

разума разработано в рационалистической традиции. Находим ее и в «Феноменологии духа» Гегеля. Его концепт «для нас» вовлекает в познание целого, которое раскрывается в идее «действительного разума», осуществляющегося в структурах взаимодействия. В таком развертывающем себя, проекте всеобщности быстро обнаружилось затруднение в объяснении того, откуда происходят универсальные моральные и теоретико-познавательные нормы, регулирующие конкретные формы жизни. Юрген Хабермас констатирует, что наше время характеризуется тем, что «Невозможно не разглядеть симптомов роста нищеты и социальной нестабильности при растущей диспропорции в доходах, нельзя не заметить и тенденции к общественной дезинтеграции». ²⁷ Способом собрать и удержать общество в динамическом равновесии, привести к единству является введение концепта «коммуникативной рациональности», опирающейся на разумные критерии, опосредствующие связь реальных индивидов. «Действительный разум» продумывается в терминах интерсубъективности как эпифеномена коммуникативных процедур. Имя ему дают, исходя из обновленной концепции разума: «семиотический разум» К.-О. Апеля, «коммуникативный разум» Ю. Хабермаса, «лингвистический разум» Г. Шнедельбаха, «интерпретирующий разум» 3. Баумана. Здесь разум — условие диалога, основа общности и основание коммуникаци. Общность выработана самим же разумом, его притязанием на всеобщность и тотальность. Критика последних с позиций контекстуализма, акцентирующем индивидуальность топоса, культуры, языка, то есть не всеобщность и не сводимость множества этосов, языков, жизненных практик к единому началу, одновременно является критикой же классического разума. Будем справедливы и укажем на то, что не все полагаются на разум безоговорочно: «То, что разум выступает фактором общественной дезинтеграции, вызвано главным образом тем, что он изгоняет из жизни архаические силы, которые извечно были закваской и оплотом общества», пишет, опираясь на мысль Жоржа Батая, Жан-Мишель Хеймоне. ²⁸

 $[\]overline{\ \ \ }^{27}$ Хабермас Ю. Учиться на опыте катастроф? Диагностический взгляд на 20 век // Хабермас Ю. Политические работы / Перевод Б. Скуратова. М.: Праксис, 2005. С. 114.

²⁸Хеймоне Ж.-М. Хабермас и Батай // Танатография эроса: Жорж Батай и французская мысль середины XX века / Составление, перевод и коммент.

Идея свободного доступа к информации и свободной коммуникации, согласно авторам, уповающим на модифицированный разум, приводит к пониманию того, что обретение консенсуса зависит от средств коммуникации.

С точки же зрения новой формы субъективности — сознания пользователей (коммуникантов) — новые медиа это единственный путь обретения свободы вместе со средствами коммуникации, а не отрицая их.

media turn

Прояснению понятия «медиафилософия» способствует, по убеждению Стефана Мюнкера, анализ ситуации, возникшей после медиального поворота («medial turn»). 29 Австрийский автор Райхард Марграйтер радикализирует тезис об онтологическом статусе медиареальности, полагая, что медиафилософия сегодня является «первой философией» «prima philosophia» в аристотелевском смысле.³⁰ И это дает ему основание назвать современную интеллектуальную и культурную ситуацию таким же радикальным разрывом с предыдущей традицией, каким был «лингвистический поворот» («linguistic turn»), а нынешнему дать название («medial turn»). Претендуя на резонанс, который вызвал Рорти, введя продуктивный и широко известный ныне философский terminus novus «linguistic turn». В ряду же претендующих на статус следующего поворота XX века первым стоит иконический поворот «iconic turn», обозначающий поворот к образу на рубеже XX и XXI веков. Вскоре вслед за иконическим стали появляться теологический, перформативный, антропологический, риторический и пр. повороты. 31 Позиция Марграйтера, пусть

С. Л. Фокина. СПб., 1994. С. 204.

 $^{^{29}}$ Münker S. After the medial turn. Sieben Thesen zur Medienphilosophie. // Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs // Hrsg. von Stefan Münker, Alexandrer Roesler, Vike Sandbothe. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl., 2003. S. 16–25.

³⁰ Systematische Medienphilosophie / hrsg. von Mike Sandbothe und Ludwig Nagl. Berlin: Akad.-Verl., 2005; Konitzer W. Medienphilosophie. München, Fink, 2006; Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs / hrsg. von Stefan Münker. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl., 2003.

³¹Вот какие аргументы использует Христоф Вульф для обоснования введения понятия антропологический поворот: «После лингвистического поворота и ико-

и в модусе симптома, важна. Дело в том, что метафора поворота сегодня используется там, где исследователи, используя философский ресурс метафоры поворота Хайдеггера—Рорти, претендуют на сверхзначимость результатов той области, в которой они работают, и которая, в случае признания ее «поворотом» автоматически становится не только легитимной философской дисциплиной: философией языка, человека, понимания, образа, медиа и фотографии, но и самой злободневной сферой ииследования. 32

Вопрос о метафоре поворота не столь прост. В нем сходятся несколько, странным образом связанных друг с другом сюжетов. Первый — терминологический. Его принято связывать с фундаментальным поворотом, часто обозначаемым онтологическим, Н. Гартмана и Хайдеггера. Здесь два различных поворота: во-первых, то, что исследователи называют фундаментальным поворотом, и, вовторых, то, что сам Хайдеггер называл таковым. Первый отсылает к «Бытию и времени», второй — к работам после одноименной работы «Кеhre». В собственном обозначении он избрал старое немецкое слово Кеhre — поворот, извилина (дороги), поворот, соскок с поворотом (гимнастика), разворот автомобиля; вираж. 3. kehren — обратить взор к небу, повернуть все к лучшему, но и мести, подметать, наводить порядок. Хайдеггер игнорирует более привычное слово Wende — поворот; оборот 2. перен. поворот, перемена (судьбы и т. п.). 3. рубеж, порог (о времени). 4. выход наверх (борьба).

нического поворота 70-х и 90-х гг. прошлого века, в которых были обозначены языковая и образная укорененность действия и познания, на переломе веков в культурологических науках намечается перформативный поворот, в перспективе которого культурное действие рассматривается как инсценирование и исполнение. Все три "поворота" — это повороты к антропологическому способу рассмотрения. В первом случае речь идет о зависимости человеческих взаимодействий и познания от языка, во втором — о конституирующей роли воображаемого для культуры и в третьем — о форме и структуре человеческого действии, фокусирующего телесность» (Вульф Кристоф. Антропология: История, культура, философия / Перевод, послесловие и комментарии Гульнары Хайдаровой. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2008. С. 152). См. также: The Anthropological Turn in Literary Studies, Yearbook of Research in English and American Literature / Hrsg. Jürgen Schläger. Tübingen 1996.

³²Вот характерный пассаж, иллюстрирующий сказанное: «Всеобщий Ренессанс риторики, так называемый rhetorical turn, — хотя и несущий еще знаки вопроса, — достиг немецкоя зычной философии» (Peter L. Rhetorische Revisionen der Philosophie // Philosophiesche Rundschau. 2007. Bd. 54. S. 177).

Второй, — я назвал бы, геополитическим. Дело в том, что лингвистический поворот (linguistic turn), связываемый с именем Ричарда Рорти, провозгласившего начало лингвистического поворота в сборнике под одноименным названием в 1967 г., 33 становится матрицей, которая задает схему для всех последующих поворотов, избирая англоязычную транскрипцию. И первый из претендентов на третий поворот есть иконический поворот — означающее сдвига в социально-культурной ситуации, при котором онтологическая проблематика переводится в план анализа визуальных образов. Он следует за онтологическим, лингвистическим поворотами и фиксирует отход в средствах коммуникации от вербального способа к визуальному (или, как сказал бы Π . Вирилио, от soft к hard³⁴). Но господство новых средств коммуникации изменяет существо восприятия, что в конечном итоге ведет к изменению понятия реальности. В наше время перепроизводство визуальной продукции достигло столь небывалых масштабов, что перестроило критерии оценки событий: мы чаще доверяемся не букве и слову, а визуальному образу. Начало этой тенденции обнаружил в 30-е годы XX века ученик Гуссерля и Хайдеггера Гюнтер Андерс, усмотревший в ней «икономанию», затем Вильям Дж. Томас Митчел в 1992 г. в журнале «Артфорум» вводит понятие «pictorial turn», ³⁵ а Фердинад Фельман в рамках исследований символического прагматизма «Imagic turn» и наконец, историк искусства из Базеля Готфрид Бем предложил в 1994 г. термин «Iconic turn» «иконический поворот». 36 Можно ли говорить и в каком смысле об «иконическом повороте»? Не сопровождается ли обращение медиатеоретиков и философов в решении актуальных вопросов к образу игнорированием языка, который к 1980 годам, согласно Ж.-Ф. Лиотару, обрел статус

³³ The Linguistic Turn / Ed. Rorty R. Chicago, University of Chicago Press, 1967. ³⁴ «Остается лишь дилемма средств коммуникации, конфликт между soft (речью) и hard (образом)... дискурс новых политических топ-моделй будет hard и убедительным». (Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана. М.: «Гнозис», «Прагматика культуры», 2002. С. 63). Здесь естественно вспомнить о медиасубъекте (В. Подорога), медиальном шамане (Н. Грякалов), культурале (см. подробнее В. Савчук. Режим акутальности. СПб, 2004), синонимом которых являются политические топ-модели.

 $^{^{35}{\}rm Mitchell}$ W. J. T. Iconology: Image, Text, Ideology. Chicago, 1986; Mitchell W. J. T. Picture Theory. Chicago, 1994.

³⁶Boehm G. Die Wiederkehr der Bilder // Was ist ein Bild? Hrsg. von Gottfried Boehm. München, Wilhelm Fink Verlag, 1994. S. 17-19.

реальности как таковой, ибо даже «научное знание — это вид дискурса. Поэтому можно сказать, что на протяжении сорока лет так называемые передовые науки и техники имеют дело с языком: фонология и лингвистические теории, проблемы коммуникации и кибернетика, современные алгебры и информатика, вычислительные машины и их языки, проблемы языковых переводов и исследование совместимости машинных языков, проблемы сохранения в памяти и банки данных, телематика и разработка "мыслящих" терминалов, парадоксологи — вот явные свидетельства, и список этот не исчерпан» (Ж.-Ф. Лиотар. Состояние постмодерна, 1979). Итак, лингвистический поворот подразумевал, что язык стал конституирующим условием сознания, опыта и познания; центральные вопросы философии — это вопросы языка. Иконический поворот констатирует, что в истоке формирования актуальной реальности исключительна роль образа, воздействующего на этико-политическую и экономическую составляющую жизни.

После того как изображение стало возможно не только репродицировать, но и обрабатывать (вначале эти возможности дает фотография, а сегодня, стократ увеличив, цифровой способ обработки изображения), степень манипуляции визуальным документом возросла. Конструкция объективного отображения или изображения реальности утратила фундамент. Референт изображения оказывается под вопросом. Идея адекватности отступает перед свободным выбором представления одной и той же реальности, таким образом хайдеггеровское представление реальности получает иконическое развитие. Мы не интерпретируем то, что видим, мы видим то, что представляем. Реальность выступает лишь как архив или склад, откуда отбирается или заказывается необходимое для производства образов. «Дайте мне образ, и я переверну мир», — такова максима, выражающая существо иконического поворота в западной цивилизации. К тому же она говорит о том, что к фигуре интеллектуала, владеющего умами современников, добавляется фигура культурала, успешно претендующая на (о)владение взглядами зрителей.

Если для Л. Витгенштейна «Образ есть модель действительности», 37 то ныне в нем усматривают самостоятельную реальность.

³⁷Витгенштейн Л. Логико-философский трактат. М., 1958. (Фрагмент 2.12).

Мультикультурный и многоуровневый характер производства визуальной реальности стал довлеющим. В этом контексте существо фотообраза как визуального образа эпохи новых медиа — одна из наиболее актуальных тем. Здесь скрещиваются интересы философов и теоретиков искусства, антропологов и медиа-теоретиков. В истории проблемы более или менее достигнут консенсус: реальность визуального образа, которая не подвергалась сомнению в традиционных обществах, становится в эпоху модерна посредством механизма десакрализации «отражением реальности» (сильные иллюзии породила впервые фотография), а затем в постмодерне — и самостоятельной реальностью, часто определяемой как сверхзначимая.

Эволюционировала и трактовка образа. Если результаты понимания мира в новоевропейской культуре стали соотносить с картиной мира, то изображение реальности стали отождествлять с картиной. Привходящие значения художественного образа (то есть те, которые не входят в изобразительные искусства) отданы на откуп неизобразительным искусствам: танцу, музыке, поэзии и т. д., которые не столько отражают мир, сколько выражают состояние человека. Вобрав в себя миф, порожденный оптикоцентричной перспективой, художественная картина мира — один из важнейших символов западной культуры — стала прямо и непосредственно соотноситься с живописью. Завершенность и неизменность художественной картины — важный конструкт европейской самоидентификации и условие функционирования ее в качестве шедевра, то есть товара, год от года повышающего свою стоимость. Спросим себя, что питает (по сей день) идею неприкосновенности уникальной картины? Ведь документация происходящего идет перманентно, и мы имеем возможность видеть случайные события, например, как самолет 11 сентября 2001 года врезается в башню, картины взрыва стоят у нас перед глазами, воздействуя с такой силой, о какой не могли и мечтать ни автор «Герники», ни автор плакатов РОСТА.

Сложившаяся ситуация ведет к настоятельной потребности осознать последствия иконического поворота, которые предрекали медиатеоретики и медиафилософы. Замечу к случаю, что отличие медиатеории от философии медиа можно усмотреть еще и в том, что современное медиальное воздействие на человека значительно превосходит другие, в том числе и те из них, которые прежде числились ведущими: наука, механическая техника, письмо, вербальный язык. Поэтому философия науки — сегодня чистая форма ангелологии, поскольку задача философии сводится здесь к этическим проблемам научных исследований.

К этому случаю вспомним Вилема Флюссера, предвидевшего общественную ситуацию, в которой образ становится столь значимым, что эпоху, в которой произошли эти изменения, стали называть «цивилизацией образа». Распятый на экране человек (П. Вирилье) стал обладателем столь же плоского, как и экран, сознания. Образ приобретает онтологический статус. Окружая себя образами, экранируя ими реальность (представляя и отгораживаясь от нее все более и более тонкими экранами, в пределе утритившими толщину и слившимися с «реальностью»), мы селективно подходим к миру фотообразов, но более к слову. Мы «онемели перед образом», мы сообщаемся образами, мы, наконец, думаем образами, утрачивая лингвистический характер реальности. 38 В чем тут дело? Медиа, полагающие себя в качестве формального принципа опосредования и равнодоступности информации для всех людей, исподволь становятся учредителем социального неравенства. Но именно в этом и состоит главная мина иллюзии равенства: в привычке представлять медиасреду универсальным (в пределе единственным) условием общения. Такой формат есть проявление формальной власти над всеми участниками, вначале интернет-, а затем и всего человеческого сообщества. Мы, однако же, подмечаем, что он выгоден тем, кто производит, поддерживает и может влиять на доступ к информации. В информационную эпоху именно информационное неравенство является сегодня самым важным, поскольку суммирует все остальные его разновидности.

^{38 «}В этом контексте интересны размышления Дитмара Кампера, считающего, что технический образ не только осуществляет насилие, но и смертоносен» (Кампер Д. Взгляд и насилие. Будущее очевидности // Ступени. 2000. № 11. С. 9–12; см. также Кампер Д. Схватиться за стоп-кран. Искусство в головокружении скоростей // Художественный журнал. М., 2000. № 30/31. С. 27–28 (Перевод, комментарии). Кампер Д. Ассоциации. Семь отвергнутых предложений об искусстве, терроре и цивилизации // Художественный журнал. 2002. № 43/44. С. 81–83. (Все в переводе Гульнары Хайдаровой)).

Медиафилософия

Когда вопросы, которые ставят исследователи покидает сферу количественных показателей: разъяснение устройства средств коммуникации, расчет их эффективности, составление рейтинга, т. е. сфер практической пользы, — тогда же с необходимостью возникают проблемы метафизические. Целый ряд конференций, книг, в названии которых заявлена медиафилософия, создает интеллектуальный контекст легитимации дисциплины, которая — в силу частотности, — кажется, уже не требует обоснования введения этого термина. ³⁹ К числу доводов в пользу медиафилософии можно отнести следующие. В ряду других философских дисциплин, появившихся в последнее время, но уже ставших легитимными: философия техники, музыки, математики, фотографии, ориентирования, спорта и др. — медиафилософия не исключение. Путь ее формирования столь же недолог и стремителен, как распространение и захват рынка коммуникаций новыми медиями. ⁴⁰

Имеет ли смысл говорить о медиафилософии? — вопрос по сей день открыт. Как утверждает Йозеф Раушер: «Хотя само понятие медиафилософии (появилось в самом конце 90-х) до сих пор не означает отдельной дисциплины, оно все-таки общепринято как метапонятие различных рефлексий о медиа. То, что медиафилософия

³⁹C_M.: Luhmann N. Die Realität der Massenmedien, 2. Auflage, Opladen 1996; Mersch D. Medientheorien zur Einfürung. Hamburg, Junius Verlag, 2006; Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs // Hrsg. von Stefan Münker, Alexandrer Roesler, Vike Sandbothe. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl., 2003; Winkler H. Mediendefinition // Medienwissenschaft — Rezensionen, Reviews. № 1/04, Mai 2004; Medienphilosophie: Musik, Sprache und Schrift bei Friedrich Nietzsche // Hrsg. Rudolf Fietz. Würzburg: Königshausen & Neumann, 1992; Perspektiven interdisziplinärer Medienphilosophie // Hrsg. Christoph Ernst. Bielefeld: Transcript-Verl., 2003; Systematische Medienphilosophie // Hrsg. Mike Sandbothe. Berlin: Akad.-Verl., 2005; Konitzer Werner. Medienphilosophie. München: Fink-Verl., 2006; Medienphilosophie // Frank Hartmann. Wien: WUV, 2000; Medienphilosophie, Medienethik: zwei Tagungen — eine Dokumentation; [Beiträge zweier Tagungen, die in den Jahren 2001 und 2002 an der Katholischen Akademie des Bistums Mainz stattfanden; Tagung zum Thema Medienethik] // Hrsg. Günter Kruck. Frankfurt am Main [u.a.]: Lang, 2003.

 $^{^{40}{\}rm Bot}$ интересные данные: в США радио набрало аудиорию в 50 млн. человек за 40 лет, телевидение — за 15, а интернет — за 4 года.

есть — это бесспорно, но вот что она такое, можно ли вообще конституировать специфично философскую перспективу в отношении медиа — вопрос открытый. < . . . > В отношении медиа трудно провести границу между философией и другими дисциплинами (поэтому у нас в сборнике междисциплинарная медиафилософия). Но культурологические науки вынуждены прояснять свои философские основы, а философия вынуждена ссылаться на результаты культурологичеких работ и их интегрировать. И все-таки наш сборник показывает тенденцию к образованию интердисциплинарно фундированной медиафилософской перспективы.

Соединение теории коммуникации, культурологических наук и философии происходит в момент концентрации интереса исследователей на медиа. Это проиходит двояко: медиа мыслятся как материальный предмет или рассматривается дискурс о медиа. Исторически это связано с работами Деррида и Фуко. Работы Фуко и Деррида, как часто сетуют, надолго отвлекли философию от разработки понятия медиа. Но зато в центре философской рефлексии оказалась медиальность, которая была укоренена в традиционной философской постановке вопроса, в частности в гносеологической, онтологической, этической или антропологической плоскости. Поэтому первыми аутентичными медиафилософскими попытками следует считать установление отношения между медиальностью и медиа, а значит и всевозможные попытки связать обе названные перспективы». 41

Тематизируя медиафилософию, нам не избежать вопроса: что делает ту или иную дисциплину философской? Как возникают *легитимная* философия чего-то, как, например, философия науки, фи-

⁴¹ Rauscher J. Einleitung // Perspektiven interdisziplinärer Medienphilosophie / Hrsg. Christoph Ernst, Petra Gropp, Karl Anton Sprengard. Bielefeld: transcript-Verl., 2003. S. 86–89. Следует обратить внимание на то, что усилия понять медиа и медиальность предпринимаются «прежде всего в феноменологическом направлении. И это обосновано, поскольку ни одна философская школа не может похвастаться, что столько занималась медиа, как феноменологическая, и ее последователи, будь то в форме анализа дискурса, деконструкции или системной теории. Автор ратует за ориентирование медиафилософии в направлении современной феноменологии, в том числе и весь этот дискурс о теле, о перформативности, которая в частности позволяет объединение и культурологических теорий и медиапрактики. В особенности автор считает важным медиаискусство, которое оказывается на стыке между эстетической и медиафилософской рефлексией» (Ebd).

лософия техники, философия культуры, философия политики? Что это за феномен, философия чего-то? Обратим внимание, что вплоть до XVII века философия понималось как учение о первосущем, как наука о сущем как таковом, как наука наук, а затем утверждается новое ее понимание. Суть его в том, что философия утрачивает претензию на всеобщность «брать мир как целое», ради осуществляемой в дальнейшем прагматической функции, производной от идеологии эпохи модерна. Ф. Бэкон (1561–1626) первым использовал формулу philosiphy of x, которая сегодня стала нормативной для дисциплинарного деления философии. Выделив три сферы «devine philosophy», «natural philosophy» и «human philosophy» (философию божественную, естественную и человека), 42 тем самым он мыслил философию как науку, способную удовлетворить потребности людей и улучшить их жизнь, в том числе — результат иллюзии, порожденной началом эпохи науки и техники, — избавив от проклятья, полученного при изгнании из рая: «В поте лица своего будешь есть хлеб, доколе не возвратишься в землю» (Бытие 2.19), чему должно было способствовать «Великое восстановление наук». Найденная им формула стала прообразом того, что весьма недвусмысленно заявило о себе в названии книг вышедших вскоре: (Ure A.) Юэ А. «Философия мануфактуры» (1835), (Ticknor C.) Тикнор С. «Философия здравого смысла» (1841), (Matthews B.) Маттеус Б. «Философия короткого рассказа» (1836), (Still A. T.) Стилл А. Т. «Философия гомеопатии» (1899) и др. В этот же ряд можно поставить и книгу Э. Гуссерля «Философия арифметики» (1891).

Медиафилософия, вбирая проблематику, которой прежде занимали себя философия науки, философия культуры, социология, политология, история коммуникаций, ставит актуальные проблемы воздействия результатов высоких технологий, науки и техники, то есть медиального пространства на человека. Иными словами, она продумывает ситуацию того, как воздействуют на человека, на его картину мира, мировоззрение, способ идентификации, на его тело и чувства, средства массовых коммуникаций, как возможно существо-

 $^{^{42}}$ Бэкон Ф. О достоинстве и преумножении наук // Бэкон Ф. Сочинения.: В 2 т. Т. 1. М., 1977. С. 200. Сравни: если по Д. Беркли (1685–1753) «философия есть учение о мудрости и истине», то для А. Э. К. Шефтсбери (1671–1713) «философия есть учение о счастье».

вание человека в ситуации всевозрастающего потока соблазняющей, увлекающей и поглощающей его информации. При этом существует последовательность: вначале средства массовой информацими закаватывают внимание человека, а затем поглощают его целиком. В связи с этим радикально настроенные медиафилософы полагают, что создается совершенно новая ситуация философской рефлексии: «Мыслитель должен мгновенно отвечать на поставленные вопросы и принимать решение, а прежде удовлетворявшие нас теории техники, традиция этической рефлексии или теория познания более не в состоянии нам помочь... В Германии, где философия развивается традиционно, она является тормозом в деле понимания того, что сделали из нашего настоящего медиа-волюции или технологические эволюции». 43

Тематизируя предмет медиафилософии, мне, видимо, не удастся избежать истории ее понятий. А они, как справедливо указывает Дитер Мерш, скорее происходят из области эстетической, в том смысле, который придавал ей Баумгартен, из области чувственного восприятия, чем технической. Вывод Мерша: «искусство — мотор медиарефлексии», столь же провокативен, — сколь и продуктивен в свете концепта философа как художника. Задержим внимание на распространенной речевой норме: «Мы видим образы», но не сами визуальные предпосылки и условия коммуникации, поскольку мы не видим арматуру образа, машинное и конвейерное их производство. В духе концепта активности субъекта мы полагаем, что используем соответствующие средства коммуникации, хотя гораздо более продуктивной является посылка, что это нас используют средства коммуникации, поэтому точнее сказать, что не мы видим образы, а образы видят нами. Дело в том, что мы, хотя и являемся важным звеном коммуникации, но не целью ее. Сами того не подозревая, мы являемся агентами хитрости аутопоэзиса и саморазвития медий. Это, впрочем, входит в противоречие с позицией тех, кто в духе философии как осознания свободы, полагает, что «философия медиа не исполнит своего предназначения, если ей не удастся создать — как бы это не было трудно и опасно — теорию свободного использования медий». 44

^{43 «}Neue Medien — Das Ende der Philosophie?» Ein Streitgespräch zwischen Norbert Bolz und Julian Nida-Rümelin // Information Philosophie. Oktober 1998. № 4.
44 Seel M. Eine vorübergehende Sache // Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung

Отличие теории коммуникации от медиафилософии в том, что медиафилософия не ставит вопрос о конкретных механизмах, процессах, и средствах коммуникации, но об условиях и способах чувственного восприятия, мотивации и действии человека, о способе конституирования социального и индивидуального тела, об условиях понимания и признания другого, о том, что медиа есть не предмет, но процесс, в котором они раскрывают себя, иными словами, медиа не проявляют себя в мире вещей, но лишь в мире отношений, они раскрывают себя через свои эффекты. Они схатываются тем существеннее, чем менее в них фиксируется техническая составляющая медиакоммуникации.

В заключении скажем: в результате «гипертрофии визуальной продукции» в конце XX в. произошло сильное переплетение личной и социальной жизни с техническими медиа: фотографией, кино, телевидением и компьютером. На всех уровнях произошло слияние двух ранее разделенных сфер — мира и картины мира — до неразличимости. Термин «иконический поворот» фиксирует отход в средствах коммуникации от вербального способа к визуальному. Но господство каждого нового средства коммуникации (медиа, медиальности) изменяет существо восприятия, что в конечном итоге ведет к изменению понятия реальности. После того как изображение стало возможно не только репродуцировать, но и обрабатывать референт изображения оказывается под вопросом. Идея объективного изображения реальности, адекватности образа отступает перед свободой выбора в отражении и интерпретации одной и той же реальности. Настоятельной является задача не только экспликацирования и осмысления многоуровневого и комплексного характера производства медиареальности, но и обоснования медиафилософии: понятийного аппарата, адекватных методов исследования, ей присущих.

eines Begriffs / Hrsg. von Stefan Münker. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl., $2003.~\mathrm{S.}~14.$