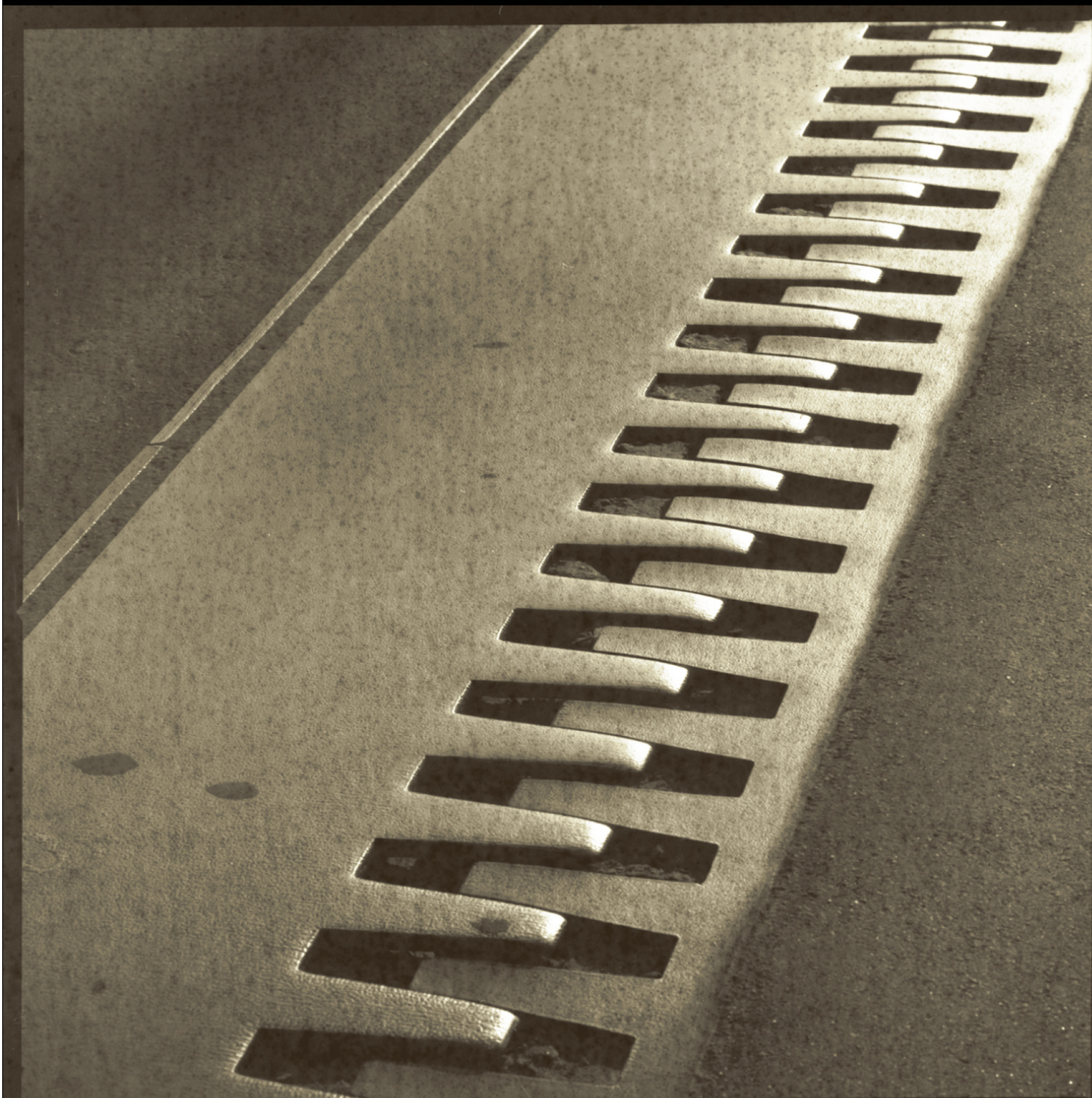


# МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ

КОНЦЕПТЫ И КУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ



Коллектив авторов  
**Медиареальность**

«Фонд развития конфликтологии»

УДК 130.2 : 316.77

ББК 71.0

### **Коллектив авторов**

Медиареальность / Коллектив авторов — «Фонд развития конфликтологии»,

ISBN 978-5-6040100-2-0

Учебное пособие «Медиареальность: концепты и культурные практики» подготовлено исследовательским коллективом Центра медиафилософии СПбГУ. Современная реальность — продукт цифровых технологий. Высокая скорость передачи сообщения, перенасыщенность событийного поля, аффективные и когнитивные перегрузки создают ситуацию информационного изобилия, в которой стираются границы между прошлым и будущим, вымышленным и подлинным, виртуальным и актуальным. Новая реальность предполагает новые культурные практики, новые формы сообщества, новое сознание. Данное пособие предназначено ознакомить учащегося и любого заинтересованного читателя с действенными стратегиями понятийной ориентации, предлагаемыми как отечественными, так и зарубежными исследователями медиареальности. В учебное пособие вошли тексты, посвященные онтологической и эпистемологической проблематике медиатехнологий, эстетические манифесты и этические программы, описывающие культурные практики и способы заботы о себе в медиареальности. Издание снабжено словарем ключевых понятий.

УДК 130.2 : 316.77

ББК 71.0

ISBN 978-5-6040100-2-0

© Коллектив авторов  
© Фонд развития конфликтологии

# Содержание

Предисловие	6
I. Теоретические основы и культурные практики	9
Виртуальная реальность как предпосылка медиареальности	9
Предмет медиафилософии	16
Методы медиафилософии	19
Медиааналитика	23
Язык медиафилософии	27
Медиарациональность	33
Истина и медиа	36
Конец ознакомительного фрагмента.	37

# Медиареальность: концепты и культурные практики

## Предисловие

За последние два десятилетия слово «медиа» как в научных обсуждениях, так и в обыденном словоупотреблении звучит все чаще и настойчивее. Мы сталкиваемся с ним в лексиконе рекламных менеджеров, программистов, военных, политиков. Находим его также и в академическом сообществе, где медийные проблемы так или иначе серьезно обсуждаются в различных научных областях – от филологии до социологии, от теории коммуникации до философии. Несомненно, такая широта использования понятия, порой мешает его содержательной определенности. А значит, не лишним будет напомнить основные смыслы, которые вкладываются в это понятие. Слово «медиа» переводится с латыни как «средства, посредники». Как устойчивый термин оно получило широкое хождение в журналистской среде, и в соответствии с буквальным прочтением ассоциировалось со средствами массовой информации. Позднее из информационного пространства термин медиа переходит в среду социологическую; начинается критический период его осмысления. Медиа перестают рассматривать только в значении посредников между исходным событием и реципиентом этого события, в них признают сначала инструмент манипулирования общественным мнением, а затем и автономную инстанцию власти. Выдвигается мысль о том, что медиа не столько транслируют объективную информацию, сколько определяют формы восприятия этой информации. Здесь берет начало осмысление феномена медиа, которое, тем не менее, ограничивается рассмотрением исторических, социальных и политических эффектов медиа в общественной жизни человека. Медиафилософия делает следующий шаг – полагая, что медиа не вне, а внутри нас, и, соответственно, медиааналитика совпадает с самосознанием и самоанализом: в понимании медиа, она обнаруживает ключ к пониманию общества, человека, мира.

Медиа вносят критические изменения в саму материю повседневности, превращая жизненный мир современного человека в медиасреду. Экранированная действительность, с которой сталкивается современный человек, вызывает подозрение в скрытой манипуляции со стороны самих медиа, а учреждение ими «диктатуры свободного выбора» принуждает к проблематизации таких тем, как свобода в медиареальности, технологический синтез коллективного фантазма и аудиовизуальный террор, осуществляемый индустрией развлечений. Здесь поднимается целый ряд новых проблем – рассеивание культурной идентичности в социальных сетях и сборка медиасубъекта, визуальная экология, конструирование гендера средствами медиа, сетевое потребление и информационный голод («булимия и анорексия медиасубъекта»), цифровой вуайеризм и экибиционизм, программирование и интенсификация в медиа-скуке, бесчувствие, анонимность, отчуждение, диктатура массмедиа-развлечений, экспансия насилия и экстаза, экстраполяция медиаигровой реальности за пределы традиционно отведенных им.

Мы уже не представляем нашу жизнь вне медиа: без перманентной информационной подгрузки от новостных каналов, без фотоотчета о собственной жизни в социальных сетях, без навязываемых медиа способов общения, без континуального онлайн присутствия. Медиа вторгаются в коммуникацию человека, в апробированные традицией интерсубъективные и подтверждающие общность ритуалы, в сам образ повседневной жизни. Время, когда мы смотрели на мир через аппараты, приборы, гаджеты, безвозвратно прошло, сменившись временем, когда

аппараты смотрят на мир через нас. Медиа скрывают от нас больше, чем мы через них видим, и дают нам больше, чем мы от них ожидаем.

Современный человек обнаруживает себя в ситуации информационного избытка. Распространение сетевых технологий, совершенствование цифровых интерфейсов, высокие скорости коммуникации приводят к имплозии – критическому сжатию мира, предельному вовлечению внимания, агрессивной эксплуатации наших аффектов, боли, страха. Нас привлекает только то, что удивляет; но удивление в силу избытка информационных данных может вызвать только то, что угрожает, затрагивает, ранит. Образы, смыслы, аффекты, производимые медиа, становятся беспрепятственно и безгранично нашими, – они ответственны за наше понимание и проживание мира.

Как ориентироваться в мире информационного изобилия, экранной культуры, осетвленной чувственности и цифрового мышления? Ведь прежние установки знания претерпевают трансформацию вслед за изменением опыта мира. Как изнутри современности возможно мыслить о том, что определяет современную мысль, – иначе говоря, как возможно мыслить о медиа? Все эти вопросы определяют и ландшафт повседневности, и горизонт академических дискуссий: экзистенциально-аналитический аспект проблематики уравнивается эпистемологическим, а сам феномен медиа все чаще оказывается в перекрестии теоретического прицела философии техники, философии культуры, философской антропологии, онтологии.

Центр медиафилософии – одна из первых в России институций, целенаправленно исследующих проблемы медиа. За 10 лет своего существования в его стенах были проведены все-российские и международные конференции, в рамках которых объединились крупнейшие исследователи медиа со всего мира. Центр входит в «Реестр ведущих научных и научно-педагогических школ Санкт-Петербурга», итоги его работы отражены в 12 сборниках трудов Центра и в ряде монографий. При Центре медиафилософии образовались две исследовательские лаборатории – Лаборатория визуальной экологии и Лаборатория исследований компьютерных игр (ЛИКИ).

Данное пособие является плодом междисциплинарного взаимодействия и международного сотрудничества. Каждый текст написан авторитетным в своей области исследователем и соотнесен с актуальным положением дел в определенной тематической сфере. Тексты ориентированы на желающих познакомиться с проблематикой, но, несмотря на это, требуют соответствующей теоретической подготовки. Задачу восполнения дефицита определений новых терминов берет на себя словарь, представленный в третьей части книги.

Для удобства пользования содержание учебного пособия разбито на три раздела:

1. Теоретические основы и культурные практики.
2. Манифесты, тезисы, подходы.
3. Понятийный аппарат медиафилософии.

Представленное учебное пособие может быть использовано в рамках образовательных программ магистратур, ориентированных на изучение культуры медиа, философии техники, медиатеории и антропологии. Оно должно помочь обучающимся в усвоении дисциплин по курсу магистерских программ «Культура медиа», «Теории коммуникаций», «Медиафилософия» и др. Во втором разделе представлены переводы крупнейших западных исследователей феномена медиа (среди которых К. Вульф, Д. Кампер, Л. Визинг, Д. де Керкхов, Д. Мерш, С. Мюнкер, М. Б. Н. Хансен, М. Хартман и др.).

Суммирующий многолетнюю работу коллективный труд интересен кристаллизацией нового вида рациональности – медиарациональности, отличающейся подрывом представлений и ожиданий, традиционно вмещающих рациональности всеобщий характер, достоверность, надежность критериев, гарантированность методов, определенность в разметке границ. Поток формирующих медиапространство дигитальных образов, вопрос об истинности которых в принципе не стоит, размывает всякие границы, рассеивает идентичности, растворяет надеж-

ные ориентиры, проблематизируя возможность управляемой навигации. Медиасреда характеризуется децентрированностью, сингулярностью, сетевыми формами коммуникации. Соответственно, в основе медиарациональности лежит иной тип власти: не частная власть языка, не власть институтов, не право (и тем более не власть монополий или капитала), но власть скорости, доступности, интерактивности, развлекательности. Эта универсальная власть задает особый тип рациональности, опирающийся не на обоснованную истину и универсальный метод, а на новый вид социальности, не связанный с силовым противостоянием. В связи с этим новым форматом социальных связей учебное пособие может быть полезным для исследователей различных гуманитарных дисциплин, поскольку оно стремится уловить дух времени в эпоху медиального поворота. Как говорил Кант, решая вопрос возможности и рациональности «Вечного мира», не следует «предпочесть принципы философа решениям (например) юриста... но его (философа) следует выслушать», ибо «класс философов... необходим и тем, и другим для внесения ясности в их деятельность. Нет и оснований упрекать этот класс в пропаганде, так как по своей природе он не способен создавать сообщества и клубы».

Учебное пособие «Медиареальность: концепты и культурные практики» подготовлено исследовательским коллективом Центра медиа-философии СПбГУ как ответ на вызов современности; как провокация и одновременно как руководство по информационной безопасности и визуальной экологии; как книга, открывающая изнанку современности; и как академическое издание, направленное на введение читателя в суть современной ситуации в медиафилософии. Книга знакомит не только с основными проблемами теории медиа и медиафилософии, но и с наиболее значимыми методологиями, резонансными текстами, а также с исследованиями в этой области наиболее влиятельных авторов.

# I. Теоретические основы и культурные практики

## Виртуальная реальность как предпосылка медиареальности

### I

Общепризнанный предшественник *virtus* по собственно лексическому и культурному смыслу обнаруживается в виде *αρετη*,<sup>1</sup> что означает «прославленный (хотя пострадавший) и благороднейший либо духом, либо телом, либо расположением фортуны», «превосходные и желаемые качества и обстоятельства»,<sup>2</sup> превосходные качества и доблесть человека (*homme*) и воина.<sup>3</sup> Это слово обладало существенным значением в истории греческой мысли и было атрибутом (гомеровских) героев, обозначая их доблести и достоинства, а также их превосходство, но при этом применялось и к повседневной жизни полиса. Второе же значение *αρετη* – важность или большая ценность чего-либо. Кроме того, *αρετη* связано с *αριστος* (что переводится как «лучший, превосходный»).

Кроме *αρετη*, *virtus* имеет и менее очевидного, на первый взгляд, но не менее интересного родственника. Некоторые этимологи высказывают версию о родстве латинского корня *vir* и греческого *ηρωξ*, (вариант – *Αρα*<sup>4</sup>) на основании того, что санскритский корень последнего слова выделяется как *vīra-s*.<sup>5</sup> Один из вариантов индоевропейской праформы – \**wer*<sup>6</sup> (тот же корень в *Гермес*, *Гера* и т. д.) Это вполне может коррелировать с праформой *virtus* \**uiro*.<sup>7</sup> Ср. также санскр. *vīra-s* (герой)<sup>8</sup> или *vīrah* (мужчина, герой),<sup>9</sup> готское *vair* (человек, мужчина), немецкое *wer* (кто, который).<sup>10</sup> Такая версия представляется правдоподобной, исходя также и из семантики обоих корней: герой осмысливается как средоточие силы и доблести, а также традиционно выделяется его охранительная функция.

В латыни существует целый ряд словообразований с использованием корня *vir*-. Так, *sēmi-vir* обозначает незрелого человека или животное мужского пола, и, кроме того, может употребляться для обозначения женоподобного мужчины.<sup>11</sup> Образование же *trium-vīri* обозначает представителей политической власти, тогда как *triumvīrātus* – их собирательное обозначение.<sup>12</sup> Корень этот обнаруживается в русском слове *вира* (*плата за человека*) и *виртуоз* (заим-

<sup>1</sup> См., напр.: *Novum Lexicon Græcum Etymological et Reale*. Christiano Tobia Damm. London, 1833; *Dictionnaire Étymologique Latin*. M. Bréal, A. Bailly. Paris, 1891; *Ausfuerliches Lateinisch-Deutsches Handwoerterbuch*. Karl Ernest Georges. Leipzig, 1880.

<sup>2</sup> *Novum Lexicon Græcum Etymological et Reale*. Christiano Tobia Damm. London, 1833.

<sup>3</sup> *Dictionnaire Étymologique de la Langue Grecque*. P. C h a ntraine. Paris, 1983.

<sup>4</sup> *Novum Lexicon Græcum Etymological et Reale*. Christiano Tobia Damm. London, 1833.

<sup>5</sup> *Dictionnaire Étymologique Latin* / M. Breal, A. Bailly. Paris, 1891.

<sup>6</sup> *Мелетинский Е. М.* Герой // Мифы народов мира: энциклопедия: в 2 т. М., 2000.

<sup>7</sup> *Concise Etymological Dictionary of Latin* by T. G. Tucker. Max Niemeyer Verlag. Halle (Saale), 1931.

<sup>8</sup> *Dictionnaire Étymologique Latin*. M. Bréal, A. Bailly. Paris, 1891; также см.: *Chamber's Etymological English Dictionary*/ ed. by A. M. Macdonald. New York, 1960.

<sup>9</sup> *Juret A.* *Dictionnaire Étymologique Grec et Latin*. Macon, 1942.

<sup>10</sup> *Dictionnaire Étymologique Latin*. M. Bréal, A. Bailly. Paris, 1891.

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> *Ibid.*

ствовано из итальянского, об этом значении я буду подробнее говорить далее), в немецком *wer* и т. д.<sup>13</sup>

Образование *virtus* представляет собой производную форму от *vir* и обозначает, согласно латинской грамматике, соответствующее качество. Латинское понятие *virtus* уже включает в себе некоторые из тех семантических аспектов, которые окажутся существенными и в современном понятии виртуальной реальности.

Согласно латинско-русскому словарю,<sup>14</sup> слово *virtus* имеет четыре значения, которые, скорее, нужно рассматривать как группы значений: 1) мужественность, мужество, храбрость, стойкость, энергия, сила, доблесть; 2) доблестные дела, героические подвиги; 3) превосходное качество, отличные свойства, достоинства, талант, дарование; 4) добродетель, нравственное совершенство, нравственная порядочность, душевное благородство. В качестве примера к четвертому значению слова *virtus* есть изречение Цицерона «*Est virtus nihil aliud quam ad summum preducta natura*», что переводится там же как «Добродетель есть не что иное, как доведенная до совершенства природа».

Что касается соотношения античной и христианской философии, традиция понятия *virtus* оказалась преемственной, в том числе традиция собственно языковая, поскольку латынь продолжала играть ведущую роль в философском дискурсе. Приняв обозначенный в словарной статье вид, семантика виртуального оказалась востребованной в философии схоластики. Параллельно с этим, хотя и чуть раньше в хронологическом отношении, происходило исчезновение *virtus* из повседневного языкового обихода. Сам корень *vir(t)*– оставался употребительным в европейских языках. В отдельных европейских языках трансформировались его значения, которые, например, уже не коррелировали в лексическом отношении с конструкциями нормативной маскулинности и т. д.

В то же время в философии схоластики латинское *virtus* переживало то, что можно назвать собственно философской терминологизацией. Виртуальное и виртуальность оформлялись здесь как категории, которые могут быть названы одними из существенно важных для философии схоластического направления (нужно отметить, что и в своем новом обличье корень *vir(t)*– оказывался, таким образом, среди центральных понятий соответствующего дискурса).

Именно в схоластической философии берет свое начало представление о том, что виртуальное постулирует некую действительно отдельную реальность или другую реальность. Впоследствии это представление стало устойчивым и широко распространенным до наших дней. В этих условиях раздельность реальностей явилась не только способом обоснования христианского абсолютистского совершенства, но и попыткой человека – возможно, неосознаваемой, – укрыться от тотализирующего захвата христианской идеологии (что, в свою очередь, заложило основы для понимания виртуального как эскапистской практики и техники).

Но вместе с тем в схоластическом значении *virtus* отчетливо просматриваются и прежние античные компоненты семантики. Собственно слово *virtus* означает не что иное, как святость святого (как раньше оно обозначало героизм героя). «Святость как проявление сверхъестественных способностей и силы святого (*virtus*), с одной стороны, была знаком божественной избранности и милосердия, божьим даром, с другой – результатом личных усилий святого. На протяжении средневековья следование самым суровым формам личной аскезы служило своего рода индикатором избранности и обладания сверхъестественной силой. [...] В эпоху высокого средневековья [...] святость [...] приобретает преимущественно этический смысл – она отражает полноту личных достоинств индивида». Мы видим, что и содержательное наполнение понятия святости перекликается со смыслом античного понятия героизма: в обоих слу-

---

<sup>13</sup> Concise Etymological Dictionary of Latin by T. G. Tucker. Max Niemeyer Verlag. Halle (Saale), 1931.

<sup>14</sup> Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь. М., 1976.

чаях подчеркивается избранность героя, связанная как с божественным даром, так и с личными достижениями («полнота личных достоинств индивида»), а также принадлежность героя одновременно двум мирам – земному и божественному (ср. с греческим мотивом рождения героев от брака земного мужчины и богини или земной женщины и бога). Общим для понятий *virtus* античного и схоластического периодов является и мотив смерти как героя, так и святого, особая роль этого события в конституировании как героизма, так и святости. Так, культ святых был во многом культом мучеников, мощей, т. е. мертвых, и сама суть как героизма, так и святости во многом связывалась именно с претерпеванием сверх-мучений.

Соответственно, о виртуальном в более широком смысле в приведенной статье из словаря средневековой латыни говорится именно как о действенном и эффективном, обладающим эффективной силой воздействия. Если касательно ангелов или святых еще можно трактовать эту эффективность в исключительно духовном плане (при том что чудеса подразумевали все же именно физические, видимые результаты), то относительно лекарства или войска нельзя этого даже предположить. Тем не менее в схоластической латыни корень слова перестает угадываться как *vir-*; теперь он принимает вид *virt-*, что лишний раз подтверждает происходящие с ним существенные семантические изменения. Прежде всего круг значений корня существенно расширяется и подвергается дальнейшему абстрагированию.

Это семантическое изобилие в пределах одного понятия привело к закономерному семантическому смещению и в конечном итоге к путанице. Онтология *virtus*, превратившееся в *virtual*, теперь уже не организовывалось с той четкостью, которая была присуща античной эпохе его бытования. Конструирующее онтологию этого понятия сокрытие (умолчание), которое и в то время было его конститутивным элементом, ныне несколько видоизменилось: наряду со смыслообразующей функцией оно приобрело черты формального обслуживания семантического беспорядка и смысловой противоречивости. В этой связи получили существенное развитие и механизмы, техники конституирования онтологического сокрытия.

## II

Виртуальная реальность конструируется с целью верификации проблематизирующейся регулярной социальной реальности. Эта задача осуществляется при помощи особой онтологической конструкции, которую следовало бы обозначить как конструкцию онтологической безответственности.

В рамках западной философской традиции полная онтологическая ответственность может рассматриваться как включенность происходящего в континуум реальности, не отрицающая действенность причинно-следственных связей и регуляций. Если же речь идет преимущественно о социальном пространстве, то онтологическая ответственность представляет собой полную включенность в ткань социального и в конечном итоге проект контролирования Я через Другого, становление в процессе и результате такого контроля. Такая конструкция подразумевает регулярную intersубъективность, связанную с наличием объективного опыта о мире, который присутствует независимо от личностных ситуаций и предъявляет себя всем членам социума.

Поскольку же конструкция виртуальной реальности онтологически безответственна, то и проект контролирования Я через Другого претерпевает здесь определенные изменения. Онтологическая безответственность виртуальной реальности означает, что противоречие между экзистенциальным и общезначимым приобретает в случае виртуальной реальности особенную остроту. В свою очередь, intersубъективность всей конструкции также оказывается достаточно специфичной.

Принципиальная необлигатность виртуальной реальности означает, что тем самым теряется критерий общезначимости всей конструкции. Тем самым ставится под сомнение сама

возможность интерсубъективности применительно к виртуальной реальности. Кроме того, в построении специфической конструкции интерсубъективности виртуальной реальности свою важную роль играет еще и декларирование «нереальности» виртуальной реальности. С одной стороны, эта декларированная «нереальность» поддерживает это сомнение в интерсубъективности. С другой, проблематизированная интерсубъективность виртуальной реальности, в свою очередь, связана с тем, что виртуальная реальность начинает оцениваться и восприниматься как нечто нереальное. Такая оценка, соединенная с проблематизированностью интерсубъективности, приводит нас к вопросу об окказиональности как основному принципу конструкции виртуальной реальности.

В свете проблемы виртуальной реальности следует указать на принципиальную непредсказуемость, случайность выбора тех средств и способов, которые применяются для конструирования виртуальной реальности. Поле окказиональных проявлений виртуального не предполагает сгуститься и стать некоей альтернативной системой, лечь в основу другого поля реальности или поля другой реальности, – иначе окказиональное утратило бы свои специфические свойства и возможности. В результате поле окказионального имеет вид сетчатый или фрагментарный, и смысл его существует лишь в виду основной реальности, которая составляет неизменный, отчетливо различимый фон для поля окказионального, что, в свою очередь, обеспечивает конструкцию онтологической безответственности.

Виртуальная реальность имеет собственные стратегии охранения от обретения полной онтологической ответственности. Это в первую очередь необлигатность виртуальной реальности. Чтобы сохранить эту свою существенную (одну из образующих) черту, виртуальная реальность прежде всего должна производить впечатление «безвоздушного пространства», в котором отменены законы и природы и общества. Объективная общественная данность предстает в этом случае также поставленной под вопрос. Точнее сказать, именно эта поставленность объективности под вопрос и создает в данном случае возможность для реализации проекта виртуальной реальности.

При этом, однако, речь вовсе не будет идти о фактической отмене пространства интерсубъективного. Виртуальная реальность должна декларировать себя и как нереальную, и как асоциальную, – но именно и только для того, чтобы суметь достигнуть своих целей в пространстве реальной социальности.

Именно поэтому повседневное конструирование виртуальной реальности осуществляется более всего путем осуществления таких видов деятельности, которые каким-то образом «попирают» законы физические и/или социальные – измененные состояния сознания, интернет и т. д. Виртуальная реальность тяготеет, таким образом, ко всему необычному, – вернее, именно это обыкновенно и хотят в ней видеть, поскольку главным ее свойством полагают именно преодоление не столько самой повседневности, сколько скорее облигатности повседневности, и, шире, всего социального и физического мира, их неотменимости, – особенно силами отдельного человека, – причем преодоление этой облигатности именно с такой онтологической легкостью, которую декларировано обещает реальность виртуальная.

Проект виртуальной реальности возникает в обществе и представляет собой результат идеи об относительности регулярной социальности. В этом смысле сама идея о том, что регулярным пространством социального можно управлять, и даже просто изменять его, является существенно более важной, чем сами изменения как таковые. Что же касается конкретной реализации проекта виртуальной реальности, то при этом, как уже говорилось выше, рвется лишь несколько референтных связей, присущих эмпирической социальной реальности, в то время как все остальные должны сохраниться вписанными в общий социальный континуум. Для получения требуемого онтологического статуса виртуальная реальность нуждается в окказиональности как ключевой характеристике своих практик. Это означает, прежде всего, что виртуальная реальность не может конструироваться таким образом, чтобы ее смыслы и практики

обладали интерсубъективностью, универсально значимой для общества в целом. На эмпирическом уровне социального конструирования это обстоятельство означает, что конструирование виртуальной реальности в каждом конкретном случае будет обладать не общесоциальным, а отчетливо корпоративным и обособленным характером.

Виртуальную реальность приходится конструировать достаточно обособленной, специализированной. Это также связано с принципами ее легитимации, с необходимостью конституировать эффект ее отделенности, отрешенности от реальности основной. Здесь дает о себе знать противоречие, коренящееся в самом понятии виртуальной реальности. Виртуальная реальность, таким образом, просто не может быть общей, для «всех людей», иначе она потеряет свой статус и опять же обратится в реальность. Она также не может быть делом одиночки, поскольку тогда она потеряет статус интерсубъективной реальности и все, что из этого следует. Наконец, корпоративность, замкнутость виртуальной реальности, – это еще и простой способ конституирования такого статуса.

На повседневном уровне такое положение достигается достаточно просто, в том числе исключительно количественным путем. Именно поэтому различные группы, объединяющиеся для конструирования виртуальных реальностей, так ревностно блюдут свою корпоративность, замкнутость, отъединенность от общества. Сами они чаще всего оценивают это как некий эскейпизм, оцениваемый в их восприятии скорее положительно. На самом же деле такая корпоративность и охранительность своего «избранного» статуса даже тогда, когда количество «избранных» возрастает существенно, обозначает именно охранительное стремление виртуальной реальности, направленное на то, что виртуальная реальность ни в коем случае не должна обратиться в реальность основную (регулярную, онтологически ответственную), – иначе она потеряет свой смысл. Виртуальное сообщество должно осознавать себя как обособленное, т. е. его участники должны осознавать его как таковое, для того чтобы виртуальная реальность, опять же, не превратилась в реальность основную, и не утратила, таким образом, все то, что привлекает в ней ее субъектов. Виртуальная реальность, соответственно, обязательно необязательна. Следовательно, нельзя в данном случае говорить об эскейпизме как таковом, поскольку подразумевается, что человек оставляет один «пласт реальности» в пользу другого. В виртуальной реальности «одно» и «другое» всегда присутствуют вместе, всегда «просвечивают» друг сквозь друга, и удерживают этот баланс, не допуская его снятия.

Иначе говоря, конструирование виртуальной реальности не может быть делом одиночки, поскольку для такого конструирования человек располагает только механизмами социального конструирования реальности. Любые индивидуальные фантазии и измененные состояния сознания не будут обладать статусом виртуальной реальности, поскольку смысл виртуальной реальности состоит в том, чтобы контролирование Я через Другого ни в коем случае не прервалось совсем, а только приняло своеобразный статус необлигатности.

Корпоративная интерсубъективность означает на онтологическом уровне, что проект контроля Я через Другого ставится тем самым под сомнение. Это происходит с использованием того же механизма конструирования онтологической безответственности, что лежит в основании конструкции виртуальной реальности в целом. На декларативном уровне этот контроль подвергается сомнению, и в то же время он продолжает существовать, хотя и в несколько видоизмененном виде, поскольку его фактическая и полная отмена означала бы провал проекта виртуальной реальности. Необходимость Другого актуальна для виртуальной реальности по меньшей мере в силу того, что она конструируется «по образу и различию» регулярной социальной реальности.

Однако, если в регулярной реальности контроль Я через Другого осуществляется в основном на повседневном, до-рефлексивном уровне, то конструирование виртуальной реальности представляет собой проект в поисках Другого – то есть, проект, в ходе которого предстоит искать и найти способы вписаться в обще-социальную систему контроля через Другого,

и, таким образом, осуществить свою своеобразную, безответственную, но не менее необходимую онтологизацию.

Виртуальное как модус безответственности начинается с того, что прежде всего ставит регулярный, повседневный проект контроля Я через Другого под сомнение, пытается подорвать это контролирование и делает это все тем же двусмысленным образом – и подрывает и сохраняет одновременно. Необходимым элементом безответственной онтологизации оказывается интересубъективная легитимация, когда «момент» интересубъективности должен не только состояться, но и быть признанным таковым. Как правило, к обще-социальным механизмам легитимации добавляются здесь дополнительные, специальные, т. е. в случае с виртуальной реальностью легитимация эта воспринимается как нечто проблематизированное и является предметом рефлексии, выходя за рамки собственно повседневности. Такая легитимация носит неизбежно корпоративный характер и служит для того, чтобы всякий раз ограничивать проект виртуальной реальности в онтологическом и социальном отношении. (На практике ограничение это может быть более строгим в плане декларативном, чем в фактическом.) Необлигатность виртуальной реальности должна обеспечиваться прежде всего отсутствием обще-социальной кодификации ее как полноценного, онтологически ответственного фрагмента общей социальной реальности.

### III

В целом же патерналистская интонация в отношении к виртуальной реальности выдает исследовательский дух модерна, активного целеполагающего субъекта, четко прописывающего свои стратегии обращения с объектом. Но сегодня ситуация меняется ровно настолько, насколько меняется субъект уже-ничего-сам не говорящий (им говорит язык), уже-ничего-сам не видящий (им видит образ), ничего не воспринимающий (им воспринимает медиа). У человека нет благостной иллюзии выбирать или не выбирать уход в медиареальность, у него остаются лишь чаяния найти из нее выход, очертить зону свободы воли, стать суверенным. Отсылка к виртуальной реальности подразумевала существование другой, не виртуальной реальности, оставляла надежду на посюсторонний мир, искушала надеждой на возможность отказа от иллюзии и возврат в подлинный мир.

Повторение общих мест в исследовании феномена виртуальной реальности необходимо было для того, чтобы заострить вопрос: как это относится к заявленной теме соотношения понятий виртуальной реальности и медиареальности? Имеет ли здесь место перенос на медиареальность всей стройности и убедительности аргументации критики реальности виртуальной (подобно тому, как Платон раскритиковал очевидную подражательность изобразительного искусства, а затем перенес эту аргументацию на поэзию)? Но если поэзия и живопись – жанры искусства, лежащие в одном ряду возможности репрезентации, то виртуальная реальность и медиареальность – разные уровни абстракции, не рядоположенные, но соподчиненные понятия: медиареальность вбирает в себя виртуальную и содержательно, и исторически, подобно тому как постмодернистское понимание тела вбирает в себя трансфигурации тела в эпоху модерна, создавшего последующие постмортальные трансфигурации в ситуации постмодерна, давшие импульс поиску новой топологической определенности, искренности и ответственности в ситуации конца постмодерна. Виртуальная реальность – закономерный этап становления медиареальности, ее необходимая составляющая осталась в той эпохе, в которой была свежа память об ЭВМ, когда проблема искусственного интеллекта и научно-технического прогресса еще не утратили привкуса передовой мысли. Ныне же термин «виртуальная реальность», оставив свой след в дискурсе теоретиков медиа (где четко положена посюсторонность технического устройства, медиа и тех эффектов, которые они порождают – виртуальная реальность), легитимен в сфере обучающих тренажеров: обучение управлению самолетом, танком,

подводной лодкой и другим дорогостоящим техническим устройством, и отчасти в области компьютерных игр. Тренажер и сетевая игра метонимически замещают производимые виртуальной реальностью и медиареальностью модели мира, воплощают концепции воображаемых универсумов. Термин «виртуальная реальность» – в силе в области тренажеров и для обучающих целей. Однако виртуальная реальность не покрывает реальность медиа, медиареальность, но каждая нуждается в другой.

Сделаем вывод: понятие виртуальной реальности и медиареальности исторически связаны, медиареальность подразумевает включенность виртуальной реальности как свой закономерный, но исторически предшествующий этап. Близкородственные («недород») понятия медиареальность и виртуальная реальность разделены не только этапом трансформаций: «виртуальная реальность» предшествует, открывает стратегии описания нового качества, связанного с новыми медиа, рекурсивно стимулирует интерпретировать «старые медиа» в духе новых. Если виртуальная реальность вопреки всем интенциям обосновать ее всеохватность, ее подлинность и единственно возможную реальность, таит (вопреки всему и всем аргументам) интенцию обращения к «посюсторонней», «настоящей», «подлинной» реальности, то медиареальность иллюзию выхода блокирует, иронизируя над попытками поспешно рассчитаться с ней и уйти в мир без медиа, в амедиальный (Д. Сивков) мир. Миф можно победить только на основе нового мифа, представшего подлинной реальностью, виртуальную реальность – реальностью, созданной новыми медиа, т. е. медиареальностью. Там и тогда, где оправдано использование термина виртуальная реальность, там не может быть полноты осуществления медиареальности. Иными словами, концепт виртуальной реальности нуждается в медиареальности, поскольку в виртуальной сфере всегда присутствует момент вовлеченности, подлинности проживания пространства-времени будь-то на тренажере, в тренинге или компьютерной игре. Наличие этого феномена дает объяснение тем многочисленным фактам, когда играющий начинает воспринимать игру как саму жизнь, как единственно возможную её форму. Этот сюжет столь широко представлен в искусстве и публицистике, что останавливаться на нем нет смысла. Иное дело медиареальность, которая полнокровно заявляет о себе тогда, когда человек не подозревает о ее сделанности, сотворенности, производности. Когда он воспринимает ее как естественную реальность, как то, что и есть настоящая реальность, после того как он больно ущипнул себя.

Все есть медиа. В медиареальности нет места виртуальной реальности, поскольку нет подлинной реальности, к которой отсылала бы медиареальность. Называя некие артефакты медиа виртуальной реальностью, мы, хотя не хотим этого, однако сохраняем себе путь к отступлению в зону «настоящей» реальности, к real time.

## Литература

1. *Вирилио П.* Информационная бомба. Стратегия обмана. М.: Гнозис, 2002.
2. *Иванов Д. В.* Императив виртуализации. Современные теории общественных изменений. СПб.: СПбГУ, 2002.
3. *Носов Н. А.* Виртуальная реальность // Вопросы философии. 1999, № 10.
4. *Рашикофф Д.* Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М., 2003.
5. *Савчук В. В.* Медиафилософия. Приступ реальности. СПб.: Изд-во РХГА, 2013.
6. *Таратута Е. Е.* Философия виртуальной реальности. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2007.

*В. В. Савчук, Е. Е. Таратута*

## Предмет медиафилософии

Согласимся с Маклюэном и сделаем следующий шаг: медиа, сообщение и реальность суть одно и то же. Способ их существования создает новую всеобщность – медиареальность. Таким образом, не сами по себе медиа являются предметом медиафилософии, но *способ* восприятия природы, общества и человека. Воспринимающее тело 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, искусственных и технических медиа. И если эта совокупность медиа образует новую целостность, то это дает возможность понять, как внутренне функционирует сеть, тем самым возникают условия для поиска революционной динамики в будущем, где ныне кроется самая большая опасность. Революция есть возвращение. Это относится ко всему, но в первую очередь к миру медиа».<sup>15</sup> Возвращение вижу в том, что у тела вновь появляется архаическая размерность, оно становится частью живого мира, относится к внешнему миру с *симпатией*, т. е. как к самому себе, сочувствуя.

И первый шаг на этом пути – явление медиареальности в ее очевидности, всеприсутствии и незаметности, как на это указывал, уже упоминавшийся мной Дитмар Кампер: «Парадокс в том, что медиа, достигнув цели, дематериализуются и исчезают».<sup>16</sup> В своем осуществлении медиа выказывают свою природу, принося себя в дар принципу сообщения и создания новой целостности. Медиа на миг выказывают свое присутствие в момент перелистывания страницы, ожидания загрузки SMS-сообщения или электронного письма. Медиареальность, возникая, исчезает, «дематериализуется». И чем совершеннее средство, тем быстрее оно исчезает, – это оборотная сторона быстродействия. Медиа порождает соответствующую медиареальность, которая подобна свету в понимании Плотина: «Он не пришел, и он здесь! Его нет нигде, и нет места, где бы его не было!» (Плотин V 5, 7, 33).

В качестве предмета медиафилософии медиареальность не редуцируется ни к аппаратам, ни к конкретному виду медиа, ни к коммуникантам, ни к социальным условиям ее появления; она – результат невидимой (поскольку соединив и сообщив, она исчезает) работы медиа, собранных в когорту цифровых. Медиареальность структурируется двумя полюсами – производство и потребление: потребление зрелищ, визуальной продукции, вес которых день ото дня растет. С одной стороны, производство рождает потребление, а потребление становится возможным в результате производства. С другой стороны, сама необходимость потребления делает производство необходимым. Они стимулируют друг друга. В отличие от тирании противопоставления 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 конце концов, и всеприсутствие. Но всеприсутствие, как и техническое господство над природой (М. Хоркхаймер и Т. Адорно), иллюзорно. Так, географическое пространство и пространство коммуникации – в силу совершенствования средств сообщения – сжимаются, становятся вседоступными: мы всех слушали и всё видели (кто не *слушал* Паваротти или не *видел* Эверест? А многие ли слышали его в театре или видели вершину вблизи?). Утвердился медиальный феномен видения-узнавания *уже прежде виденного*: человек прежде

<sup>15</sup> Sandbothe M. Und wie fühlt sich Ihr Nacken an? // Kulturaustausch. Zeitschrift für internationale Perspektiven. 2010, No 3. S. 22.

<sup>16</sup> Kamper D. Unmögliche Gegenwart. Zur Theorie der Phantasie. München: Fink Verlag, 1995. S. 96. – Сравни: «Парадокс медиа в их исчезновении в явлении, вместе с тем медиа есть единственное средство “медиального парадокса”» (Mersch D. Medientheorien zur Einführung. Hamburg: Junius Verlag, 2006. S. 224).

поездки рассматривает то, что собирается увидеть. Но даже там, где мы бывали, давали мы себе труд увидеть или смотрели косо, с недоверием к собственным желаниям смотреть еще, смотреть «увлекательное», – заставляя включать режим медитативной концентрированности и отрешенности?<sup>17</sup> В Сеть мы втягиваемся все больше и больше и, перефразируя Ницше, не только вниманием, не только сознанием, но и всем телом.

Возникновение медиафилософии как философии эпохи новых медиа имеет три источника: *первый*, по времени, – появление фигуры мысли о чем-то или философии чего-то; *второй*, его можно назвать научно-техническими предпосылками, – появление новых типов медиа, новых открытий в области науки и техники и осознание последствий их и, наконец, *третий*, – логика поворотов XX века приводит к медиальному повороту, следствием чего является новая онтология реальности, которая предстает медиареальностью, а сама философия, используя новые медиа, проявляется в формах этих медиа.

В онтологически трактуемой медиареальности партикулярные сферы, опосредующие наш способ существования (техника, способы коммуникации, язык, образ), суммируются в понятии универсального опосредующего, который только и дан нам, вне и без которого уже невозможно встретиться с «реальностью самой по себе», с «подлинной» или «объективной» реальностью. Нет логического противоречия в том (и что не менее важно – это не противоречит интуиции и философскому вкусу, на нее опирающемуся), чтобы выдвинуть тезис: все есть медиа. Тезис «все есть медиа» имеет оборотную сторону: ничто не может предстать в качестве привилегированного медиа, ничто не может претендовать на символическое выражение медиа как такового, иными словами: следует признать, что ничто не есть медиа в качестве медиа, в качестве привилегированного объекта медиа, в качестве медиа как знака медиа.

Данные резоны учитывает Мартин Зеель: «медиафилософия, которая не имеет собственного объекта, не может быть самостоятельной философской дисциплиной». Но тогда возникает вопрос: чем же она является? Зеель дает следующий ответ: «Она открывает новый “измененный взгляд”, который в каждой области философии требует нового вида рефлексии».<sup>18</sup> Вспомним выводы Лоренца Энгеля и Йозефа Фогля – «В качестве первой медиатеоретической аксиомы может выступать утверждение: никаких медиа не существует» и Сьюзен Бак-Морс – «Такого объекта, как медиа, не существует» или же, ослабив посылку, мы можем утверждать: «Медиа – это “слабый” объект». Реальность, которую представляют, которую создают и которую – как Вселенную – замыкают медиа, есть медиареальность – реальность, возникающая вместе с развитием новых технологий. В этих условиях философия, которая пытается быть адекватной возникшей ситуации, продумывающей ее метафизические следствия, есть медиафилософия.

Таким образом, не сами по себе внеположные человеку медиа являются предметом медиафилософии, а та формирующаяся медиареальность, в равной мере относящаяся и к человеку, и к обществу и природе – не это ли является ответом на вопрос: отчего в гуманитарных науках с такой легкостью традиционные предметы исследования тематизируются с приставкой медиа – медиареальность, медиакультура, медиатекст, медианасилие и т. д.?

Подведем итог: предметом медиафилософии является реальность, которая предстает в виде медиареальности.

---

<sup>17</sup> Подобно Гантенбайну – мнимому слепому (герою писателя Макса Фриша), поехавшему с группой туристов в Грецию. У Парфенона Гантенбайн дождался, когда спутники «отщелкали фотоаппаратами», а затем стал задавать им 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).

<sup>18</sup> Seel M. Eine vorübergehende Sache // Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs. Frankfurt am Main, 2003. S. 10.

## Литература

1. *Больц Н.* Азбука медиа (пер. с нем. Л. Ионин, А. Черных). М.: Европа, 2011.
2. *Дебрэ Р.* Введение в медиологию / пер. с фр. Б. Скуратова. М.: Праксис, 2010. 368 с.
3. *Кампер Д.* Двудликий Янус медиа // Кампер Д. Тело. Насилие. Боль. СПб.: Изд-во РХГА, 2010. С. 5–29.
4. *Киттлер Ф.* Оптические медиа: Берлинские лекции 1999 г. М.: Логос; Гнозис, 2009.
5. *Луман Н.* Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005.
6. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: Жуковский; Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2003.
7. Медиа. Введение: учебник для вузов / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; пер. с англ. 2-е изд. М., 2005.
8. *Hartmann F.* Cyber.Philosophy. Wien: Passagen-Verlag. 1996.
9. *Margreiter R.* Medienphilosophie. Eine Einführung. Berlin: Parerga Verl., 2007.
10. Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs. Frankfurt am Main, 2003.
11. Was ist Medienphilosophie? Stellungnahmen von Sybille Krämer, Dieter Mersch und Mattias Vogel // Information Philosophie. 2006, № 1.

*В. В. Савчук*

## Методы медиафилософии

Если задать вполне правомерный вопрос о специфике методов и принципах исследования медиафилософии, то ответ будет и легким, и трудным одновременно. *Во-первых*, медиафилософия есть философская, а следовательно, спекулятивная дисциплина с присущими ей философскими основаниями и послылками, посему она «должна соответствовать стандартам современной философии» (Матиус Фогель) или быть «новым движением современной философии» (Дитер Мерш).<sup>19</sup> Медиафилософия использует все те методы, которыми пользуется легитимная философия *чего-то*: культуры, политики, права, образования, науки и техники, эстетики и т. д.

Существуют подходы к анализу медиареальности, среди которых можно выделить базисные: постструктурализм и структурализм, теорию языковых игр, семиотическую теорию медиа (Р. Барт, Ж. Берже, К. Метц), неомарксизм, теории культурной критики и психоанализа, феноменологии и «поэтического мышления» Хайдеггера. Существующая конкуренция методов анализа существа новых медиа благотворно влияет на становление медиадискурса. Йозеф Раушер в свое время (по меркам быстромеменяющихся медиа, уже историческое время) указывал на то, что усилия для понимания феномена «медиа» предпринимаются «прежде всего в феноменологическом направлении. И это обосновано, поскольку ни одна философская школа не может похвастаться, что долго занималась медиа, как феноменологическая, и ее последователи, будь то в форме анализа дискурса, деконструкции или системной теории». Раушер ратует за объединение на базе медиафилософии всего дискурса о теле, о перформативности, культурологических теорий и медиапрактики. Особенно важным он считает медиаискусство, которое «оказывается на стыке между эстетической и медиафилософской рефлексией».<sup>20</sup>

Медиареальность не дается инструментальному подходу, поскольку самый изощренный инструмент есть воплощение инструментальности того, чем берется нечто: и здесь неважно раскаленная ли это заготовка, берущаяся огромными щипцами; сверхтонкий пинцет микрохирурга, захватывающий нерв; методы психоанализа, позволяющие работать с невротическими состояниями пациента; все они – производные того инструментария, который схватывает и удерживает свой объект. Но что может взять инструмент, если его предмет всеобщность? Инструмент не может схватить суть своей инструментальности, ибо инструментальный подход ограничен.

Иллюстрацией может послужить инсталляция Тора Берресена «Убийство топором» (2011).<sup>21</sup> В ней весьма наглядно продемонстрировано, что получается, если мы одним инструментом постигаем другой, и какая картина предстанет в итоге перед нами. «Познанное» средство теряет не только эффективность воздействия, но саму способность воздействовать.

---

<sup>19</sup> Was ist Medienphilosophie? Stellungnahmen von Sybille Krämer, Dieter Mersch und Mattias Vogel // Information Philosophie. 2006, No 1. S. 78.

<sup>20</sup> Rauscher J. Einleitung // Perspektiven interdisziplinärer Medienphilosophie / Hrsg. C. Ernst, P. G ropp, K. A. Sprengard. Bielefeld: transcript-Verl., 2003. S. 88.

<sup>21</sup> X Международная биеннале современного искусства «Диалоги» (26 августа – 4 сентября 2011 г.). Центральный выставочный зал «Манеж», Санкт-Петербург (фото Ольги Казакевич).



Фото Ольги Козакевич

Проблеме специфики методов медиафилософии была посвящена конференция «Медиа-философия III. Принципы и способы анализа медиареальности» (СПбГ У., 2009). В докладах, предлагались различные варианты анализа медиареальности: констатировалось, что медиареальность не схватывается, поскольку она есть «ускользающая реальность медиа» (Д. Ю. Сивков), что адекватный метод ее постижения апофатический, поскольку «божественное, сущностное или субмедиаальное оказываются равным образом невыразимы» (С. Б. Никонова). Их позиция сближается с уже приведенной точкой зрения Лоренца Энгеля, Йозефа Фогля и Сьюзен Бак-Морс о том, что «никаких медиа не существует» или «такого объекта, как медиа, не существует». Впрочем, эта позиция имеет своих предшественников, любое исходное онтологическое понятие «не существует», как не существует Дао, Бытие, Бог, язык, медиа. Они берутся косвенно – по эпифеноменам, по следствиям и проявлениям, поэтому «философия языка не в состоянии обнаружить язык – так же, как и философия медиа не может обнаружить медиа».<sup>22</sup> Медиафилософия ищет не строгих дифиниций медиа, но условия для объяснения того, как нечто может быть в качестве медиа, когда и каким образом.

К этому ряду констатации – трудности познания медиареальности и близким к ним артефактам – примыкает точка зрения И. Ю. Алексеевой и А. Ю. Сидорова, которые полагают, что информационно-коммуникационные технологии и ими порожаемое информационное общество предлагается осмысливать с позиций философско-антропологического и социально-философского подходов. Но выполнив все условия, авторы приходят к неутешительному заключению, что эта задача является «сложной, трудоемкой, а в полной мере, как правило, невыполнимой».<sup>23</sup> И все же ряд авторов полагает, что приемлемыми и эффективными методами являются «модели генеративного типа» (Т. Б. Кудряшова), «интермедиаальное цитирова-

<sup>22</sup> Mersch D. Tertium datur. Einleitung in eine negative Medientheorie // Was ist ein Medium? / Hg. von S. Münker, A. Roesler. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008. S. 308.

<sup>23</sup> См.: Информационная эпоха: вызовы человеку: монография / Под ред. И. Ю. Алексеевой, А. Ю. Сидорова. М.: РОС-СПЭН, 2010. С. 11.

ние» (А. Г. Пастухов), «визуальный метод» (И. Чудовская-Кандыба) или, наконец, медиапространство может быть схвачено лишь апофатически (С. Б. Никонова).<sup>24</sup>

Кроме того, с той же неотвратимостью встает вопрос о собственных медиафилософских методах, обусловленных спецификой решаемых ею задач, которые ставит перед собой новая дисциплина. Свою разрешающую способность методы медиафилософии доказывают тем, что дают результаты, которые не получить с позиций существовавших дисциплин, будь-то социология, психология, теория искусства или теория коммуникации в отдельности. Иллюстрацией сказанного может послужить книга известного медиаисторика Вернера Фаульштиха «Культура порнографии», краткое введение в которую составляет 301 страницу.<sup>25</sup> Подход к порнографии, а в особенности к порнофильмам, как виду медиа, позволяет автору вне неизбежно оценочных суждений эстетики, – а в нашем случае уместнее сказать *господствующих осуждений*, – всесторонне рассмотреть феномен порнографии: факторы обусловившие ее появление, ее долгую историю существования, функции ею выполняемые, ее *собственную эстетику*. Фаульстих скандально, с точки зрения классической эстетики, рассматривает порнографию в качестве феномена культуры. Зафиксирую, что после впечатляющих успехов культурантропологов, этнологов, медиологов XX века мы с большей толерантностью относимся к маргинальным сообществам и неконвенциональным способам самореализации и получения удовольствий. Порнография, таким образом, полноправно относится к культуре в том же ключе, что и субкультура панков, амазонских каннибалов или фанатов ретро-автомобилей. Такой подход позволяет анализировать культуру во всех формах ее проявления. Примиряет – не значит, оправдывает (поскольку вскрывает причины появления и упорного воспроизводства феномена порнографии в культуре), но дает возможность видеть альтернативу, возможность выбора, вынимает на свет Божий – свет рефлексии и анализа, свет сознательного отношения к ней, повышает адекватность политики в данной культуре, в данной местности, в данном городе. В идеализме всегда есть нежелание знать и нетерпимость к иному. По этой причине незаинтересованная аналитическая работа медиааналитика подобна консервному ножу, вспарывающего как глянцеволюбивость любого медиа, так и иллюзии и предубеждения ничего-не-желающего-знать и видеть «образованного человека». Изнанка привычного обнажает конструкции красоты, приличия, знаков престижа и норм поведения.

Вместе с этим открывается возможность заявить свой подход к уже устоявшимся предметным областям медиарефлексии: медиатеория, теория коммуникации, теория знака, философия языка, этика и т. д. Если исходить из выдвигаемого нами основного тезиса: «Медиа не вне нас, медиа – внутри нас» и строго придерживаться его, то это приведет к неизбежной трансформации философской проблематики под углом зрения медиа.

## Литература

1. Антология медиафилософии / Ред.-сост. В. В. Савчук. СПб: Изд-во РХГА, 2013.
2. *Больш Н.* Азбука медиа / Пер. с нем. Л. Ионин, А. Черных. М.: Европа, 2011.
3. *Дебрэ Р.* Введение в медиологию / Пер. с фр. Б. Скуратова. М.: Праксис, 2010. 368 с.
4. *Кампер Д.* Двумикий Янус медиа // Кампер Д. Тело. Насилие. Боль. СПб.: Изд-во РХГА, 2010. С. 5–29.
5. *Кумтлер Ф.* Оптические медиа: Берлинские лекции 1999 г. М.: Логос; Гнозис, 2009.

<sup>24</sup> См.: Медиафилософия V. Способы анализа медиареальности / Под ред. В. В. Савчука, М. А. Степанова. СПб.: СПбФО, 2010. С. 7–16, 43–47, 65–71, 25–33.

<sup>25</sup> См.: *Faulstich W.* Die Kultur der Pornografie. Kleine Einführung in Geschichte, Medien, Ästhetik, Markt und Bedeutung. Bardowick: Wissenschaftler-Verlag. 1994. Развитие этой темы в докладе: *Faulstich W.* Hardcore-Pornofilme. Geschichte, Typologie, Ästhetik und Bedeutung // Unser Jahrhundert in Film und Fernsehen. Beiträge zu zeitgeschichtlichen Film- und Fernsehdokumenten / Hrsg. K. F. Reimers. München, 1995.

6. *Луман Н.* Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005.
7. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: Жуковский; Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2003.
8. Медиафилософия I. Основные проблемы и понятия / Под. ред. В. В. Савчука. СПб: Изд-во С.-Петерб. филос. общ-ва, 2008.
9. *Hartmann F.* Cyber.Philosophy. Wien: Passagen-Verlag, 1996.
10. *Margreiter R.* Medienphilosophie. Eine Einführung. Berlin: Parerga Verl., 2007.
11. Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs. Frankfurt am Main, 2003.
12. Was ist Medienphilosophie? Stellungnahmen von Sybille Krämer, Dieter Mersch und Mattias Vogel // Information Philosophie. 2006, № 1.

*В. В. Савчук*

## Медиааналитика

**1. Язык, среда, арена, стихия медиа.** Медиа-информационный поток, ставший для нас столь же необходимой средой выживания, как и вода для земноводных, ставит перед нами вопрос о том, как сохранить информационную, и, как следствие, мотивационную и политическую суверенность, сохраняя вместе с тем «твердые» основания для рефлексии. Будем исходить из трех принципиальных положений, которые необходимо иметь в виду прежде всякого медиаанализа. Во-первых, тезис М. Маклюэна: медиа (окружающая медиасреда в целом, специфическая «тварная» и функциональная медиареальность, медиaprостранство как новый вид социального пространства) – это не просто техническое средство, которым мы пользуемся. В отличие от инструмента и орудия, медиа подобно всякому «языку» коммуникации (включая такие древние формы медиации как жест, дар, деньги или циркулирующие и коммуницирующие внутри организма жидкости) «нагружают» сам контент нашего послания, поскольку и содержат в себе «генетический код» всякого содержания и определяют сами коммуникативные модели, образцы социальной связности. Медиа как код вписано или «вшито» во всякое сообщение. Во-вторых, медиа, как всякая новая технология, оказывают обратное воздействие на своего творца, то есть определяют восприятие, становятся самой *средой* нашего чувствования, мышления, реагирования. И, в-третьих, воздействие медиа состоит в коллективизации воображения человека, в создании универсального жизненного пространства, за которое неизбежно ведется война, будь то Гоббсовская «война всех против всех», будь то «справедливая война» за равенство прав и суверенность волеизъявления. Наше жизненное пространство стало виртуально-социальным («глобальная деревня» Маклюэна или коммуна, но не на основе сопричастности общим символическим ценностям, а на основе общей *арены*). В этом, с одной стороны, объединяющий потенциал медиа, их ресурс солидаризации, а с другой стороны, неизбежная агональность медиакоммуникации.<sup>26</sup>

Таким образом, медиа образуют и язык, и среду коммуникации, и арену противоборства, поэтому аналитика медиа столь же сложна, сколь сложен процесс самопознания: как невозможно изъять кровь из организма или содрать кожу, не повредив целостности, так и медиаанализ предполагает «включенное» или даже сопричастное наблюдение. Способы медиаанализа основанием имеют не столько методы, заимствуемые из традиционных дисциплин – логики и риторики, социологии и политологии, психологии и психоанализа, семиотики и анализа военно-политической обстановки, сколько традиционные философские процедуры рефлексии.

Если обратиться к четырем причинам Аристотеля, то *целевая* причина снимает вопрос об истинности медиапослания, заменяя его вопросом «К чему ведет это сообщение – к благу, к согласию, к дестабилизации и пр.?». *Формальная* причина обнаруживает логические и семиотические ошибки, что является необходимым компонентом медиаанализа. *Материальная* причина требует выявить свойства медиасреды, влияющие на содержание медиапослания и предопределяющие его оценку: выбор времени и контекста для сообщения, выбор стиля в подаче сообщения, вербальных и визуальных оформлений. Здесь же назовем эстетический момент, воздействующий на потребителя: каким медиа-эффектом достигается наиболее силь-

---

<sup>26</sup> Как пишет Кант в работе «К вечному миру»: «Для самой же войны не нужно особых побудительных причин: она привита, по-видимому, человеческой природе и считается даже чем-то благородным, к чему человека побуждает честолюбие, а не жажда выгоды; это ведет к тому, что военная доблесть рассматривается как имеющая большую непосредственную ценность (у американских дикарей, равно как у европейских во времена рыцарства) не только во время войны (что справедливо), но также в качестве причины войны (dass Krieg sei), и часто война начинается только для того, чтобы выказать эту доблесть; стало быть, в самой войне усматривается внутреннее достоинство, так что даже философы восхваляют войну как нечто облагораживающее род человеческий, забыв известное изречение грека: война дурна тем, что больше создает злых людей, чем уничтожает их».

ное (покоряющее) воздействие. И *действующая* причина (движущее начало) предполагает анализ скрытых или явных противостояний (противоборств), акторов конкурентной борьбы, выявление их мотивов и интересов, распознавание политического расчета, «военных и дипломатических хитростей», в том числе, дезинформации или троллинга. (Здесь уместно вспомнить софистов).

Медиастихия, превышающая и силы отдельного человека, и мощь сообщества, по точной характеристике медиатеоретика Ф. Киттлера, являет собой «воплощенное бессмертие»: «общее сетевое пространство онлайн, единственная доступная нам сегодня форма бессмертия, прототипом которого было пространство Блицкрига. Блицкриг – как технически совершенная противоположность затяжной войне, – это блеск технического совершенства, это раскинутая информационно-орудийная сеть, которая точно держит ограниченное, но жизненно важное для себя пространство». И стихия эта не управляется ни локальными государственно-гражданскими, ни международными законами, можно только надеяться на его обустройство по «праву всемирного медиа-гражданства» (*jus cosmopolitanum*, если следовать тезисам учения Канта «К вечному миру»), которое должно функционировать в идеях законности и универсальной справедливости, т. е. формальной легитимности и общего блага. Но так же как перед лицом бесконечного и бессмертного Бога, выступающего как Провидение всего лишь условием возможности «вечного мира», важным становится индивидуальное усилие. В понятие общего блага уже включена способность (и всемерное развитие этой способности) сделать индивидуальный моральный выбор – разделить медиапоток и создать мосты.

Итак, собственно медиаанализ определяется следующими моментами. Мы должны быть скептически, проверять на достоверность факты доступными нам способами и методами. Но там, где положен предел нашей 1) аналитической возможности (фальсифицировать логически неправильное) и 2) возможности фактически удостовериться (исключить фактически ложное), там остается еще 3) возможность вынести моральное суждение: к добру или к злу. И кроме этих трех вполне неоднозначных моментов, есть еще 4) суждение вкуса, которое может в чрезвычайных случаях быть хоть и эфемерной, но опорой.

**2. Медиафеномены.** Итак, в медиапространстве мы имеем дело всего лишь с социальными феноменами, и как таковые они и должны прочитываться; а в медиасреде как новом виде социального пространства по-прежнему действуют все установленные социальные закономерности, применимы категории социологических дисциплин. Медиа-феномены могут участвовать в политике как квазиобъекты, и тогда они становятся ее инструментом; например, «информационный пузырь» может отвлекать публичное внимание от действительно значимых событий. Медиафеномены могут выполнять роль ритуалов, компенсирующих или стабилизирующих, но также и опосредующих праздник, скорбь, потерю. Например, парады, транслируемые и подготавливаемые массовой пропагандой, вполне функциональны и имеют значимый социальный эффект; ток-шоу и баттлы, «сливающие» агрессию, компенсирующие разрушительные настроения и взаимные несогласия. Как и во всяком ритуале или элементе политической игры в медиафеномене нет размерности «истинности», но они как феномены общественной и культурной жизни подлежат изучению методами социальной и культурной антропологии, социологии, т. е. в терминах дара и обмена, жертвы и праздничного обращения ролей. Медиапространство выступает как среда социального взаимодействия и вместе с тем как средство разворачивания коммуникации, учреждения культурных практик. Как всякое новое средство и новая форма, медиа обогащают наши представления, расширяют наш горизонт социального, но тем не менее не должны быть переоценены в качестве источника некоммуникативной достоверности или источника знаний, больших чем обыденное мнение, господствующее во всяком пространстве социального взаимодействия, будь то рынок, театр, площадь и улица. Однако мы можем задаться вопросом, при каких условиях медиа могут обретать онтологический или эпистемологический вес, не давая при этом ответов на вопросы о том, что это из себя представ-

ляет и как это возможно? Но медиааналитика вполне способна дать ответ на четвертый кантовский вопрос «Что такое человек?», поскольку мы, включаясь в режим коммуникативной практики, заданный медиа, задаемся вопросом «Кто говорит?». Этот вопрос состоит в установлении актора, анонимной персоны, говорящей маски, вступившей на игровое поле медиа. Отвечая на этот вопрос, есть надежда найти объяснение выбора языка, стиля, содержания (контента) послания, сформулировать условия рамочной конструкции и референтной группы послания. Однако все усилия декодирования не становятся *снятием*, выявлением того, что скрывается под маской, поскольку к «текучим» медиа не применим ни номотетический, ни идеографический подход, а скорее прецедентный. Актор остается актором, и в этом есть своеобразие медиaprостранства, сохраняющего анонимность как некую приватную собственность действующего медиаперсонажа и составную часть текущего медиасценария.

Итак, в процессе медиааналитики не обойтись без отчетливой рефлексивной позиции, являющейся условием сдерживания медиапотока и удержания надежных ориентиров: подобно тому, как необходимо «познать себя», прежде чем заниматься познанием и рассуждением о химерах,<sup>27</sup> прежде чем принять участие в качестве полноценного игрока и актора информационного поля.

**3. Рациональна ли медиареальность?** Медиа технологии, в отличие от предыдущих форм коммуникации, всевластны, подобно кантовскому всеобщему закону, однако не добровольно принятому, а негласно и исподволь завоевавшему мир и учредившему на своих основаниях виртуально-социальный порядок. То, что так долго искала философия как всеобщее и универсальное, наконец, свершилось благодаря глобальности медиа, но ирония в том, что не на основе всеобщего согласия, а на общем поле раздора, противоборства, баттла, которым является медиaprостранство. В основе медиарациональности лежит иной тип власти: не частная власть языка, не ограниченная пределами государства власть институтов, не международное право (и даже не власть монополий или власть капитала), но власть, подобная неумолимой динамике животворящих культурных токов, – воды и крови. И эта универсальная власть задает особый тип рациональности: не на основе всеобщей истины, всеобщего метода или универсальной процедуры, а на основе новых властных отношений, нового вида социальности (например, отличие рэп-культуры с ее баттлами от архаических форм противоборства состоит в том, что это не силовое противостояние, но противостояние на основе протестного потенциала, авангардного слома на уровне языка и концептуалистского шока, на уровне смысла). В мире, в котором нет единой меры справедливости и критериев истинности, все еще остается протест против социальных установлений.

Итак, медиарациональность, на наш взгляд, определяется а) сквозной конвенциональностью, которая в значительной мере формируется программной оболочкой; б) комфортом и потреблением на любом уровне, прежде всего потреблением зрелищ, спектаклей, игр; в) амбивалентной социальной связностью: общностью и универсальностью единого коммуникативного поля как своеобразной ценностью, с одной стороны, а с другой – агональностью коммуникативных практик, развертывающихся на этом театре коммуникации.

---

<sup>27</sup> В диалоге «Федр» на вопрос Федра, верит ли он в мифы, Сократ отвечает так: «Если бы я и не верил, подобно мудрецам, ничего в этом не было бы странного – я стал бы тогда мудрствовать и сказал бы, что порывом Борея сбросило Орифию, когда она резвилась с Фармакеей на прибрежных скалах; о такой ее кончине и сложилось предание, будто она была похищена Бореєм. Или он похитил ее с холма Арея? Ведь есть и такое предание – что она была похищена там, а не здесь. Впрочем, я-то, Федр, считаю, что подобные толкования хотя и привлекательны, но это дело человека особых способностей; трудов у него будет много, а удачи – не слишком, и не почему другому, а из-за того, что вслед за тем придется ему восстанавливать подлинный вид гиппокентавров, потом химер и нахлынет на него целая орава всяких горгон и пегасов и несметное скопище разных других нелепых чудовищ. Если кто, не веря в них, со своей доморощенной мудростью приступит к правдоподобному объяснению каждого вида, ему понадобится много досуга. У меня же для этого досуга нет вовсе. А причина здесь, друг мой, вот в чем: я никак еще не могу, согласно дельфийской надписи, познать самого себя. И, по-моему, смешно, не зная пока этого, исследовать чужое» (Федр 229e–230a).

## Литература

1. *Болыц Н.* Азбука медиа / Пер. с нем. Л. Ионин, А. Черных. М.: Европа, 2011.
2. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: Жуковский; Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2003.
3. Медиафилософия V. Способы анализа медиареальности / Под ред. В. В. Савчука, М. А. Степанова. СПб.: СПбФО, 2010.
4. Медиа: между магией и технологией / Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2014.

*Г. Р. Хайдарова*

## Язык медиафилософии

Современная философия находится не на уровне медиа. Впрочем, исторически философия всегда избегала чистоты образа себя, прибегая то к фигуре законодателя или учителя жизни, то теологии, науки, идеологии, литературы, поэзии. Самоосуществление чистой мысли, как и абсолютный отказ от тела, – чистая утопия. И какие бы иллюзии современная философия не питала, дезавуируя субъект, как бы не преодолевала его активность, какие бы кавычки не ставила при словосочетании *господство над природой*, она все же не оставляла надежды на *полноту* присутствия и встречу в просвете языка, поэзии или образа с Бытием. Но хитрость глобальных медиа в том, что в просвете медиа мы встречаемся с медиа. Убрав занавес новых медиа, мы обнаруживаем задник менее новых, убрав последние, мы обнаруживаем еще более старые, традиционные, архаические. Подобно тому как, разбив зеркало идентификации, человек обнаруживает зеркало предшествующей эпохи, разбив и его, он все равно оказывался перед более старым зеркалом. И нельзя разбить его окончательно, выйти в дозеркальную эпоху, поскольку мы утратим образ, который собирает меня. По этой логике отказываясь от медиа, человек вместе с последним медиа уничтожает условия своего существования. Подлинность, непосредственность, присутствие, амедиальность предстают в качестве недостижимого идеала (утопии) или мечты.<sup>28</sup> Иллюстрацией этого может послужить фильм «Матрица», в котором есть образы осыпающихся и исчезающих за нижней линией экрана удручающе-монотонных и одновременно легковесных знаков, программирующих жизнь, внизу же, надо думать, оппозицией им (в глубине Земли), – Сион с его старыми лязгающими железными машинами, поддерживающими жизнь повстанцев. Оппозиции верха и низа, легкости и тяжести, иллюзии и подлинности, виртуальной и «реальной» жизни имплицитно сохраняются.

Равно и в перспективе будущего. Ибо каждая *пребывающая* тотальность (будь то зеркало или медиа) инициирует поиск новой иллюзии естественности, то есть обретения подлинного мира, нового механизма самоидентификации. Настоящее всегда чревато преувеличением естественности. Деконструкция настоящего не производит настоящее, которое в настоящем есть плод иллюзии. Настоящее производится в практическом решении и идеологическом оформлении актуальных проблем выживания.

Казалось бы, согласившись с новой формой обусловленности: языком, который говорит мной, образом, который видит мной, согласившись с Мерло-Понти, легко сделать следующий шаг: некто во мне воспринимает, воспринимает медиа. Признание их всеобщей априорной инстанцией моего опыта воплощает мечту Сореля-Беньямина-Деррида об обретении неподсудной (поскольку неперсонифицированной) инстанции судить мои желания, мотивы, механизмы формирования вины, стремления к любви и власти. Как только настоящее обретает качество неподлинности и, следовательно, несвободы, тогда же пробуждается желание обретения новой подлинности, новой естественности, нового мифа. Каждая же новая всеобщность манифестирует себя в новой интонации, поиском языка, способного описать очередной приступ реальности.

Стремительно меняются не только конфигурация технических устройств, но и существо понимания медиа, востребовавшее поиск адекватного языка описания медиареальности. В развернувшейся к читателям шеренге книг, статей, манифестов и интервью мы видим острую полемику, характерную для новой предметной области. Здесь же обнаруживаются и приметы нового языка, признаки которого встречаются сразу же, если обратиться к свидетельствам

---

<sup>28</sup> Обращу внимание на доклад Д. Ю. Сивкова «Мечта об амедиальности», зачитанный на Всероссийской научной конференции «Медиафилософия VI. Языки медиа-философии» (16–17 ноября 2012, Санкт-Петербург), в котором он пришел к выводу об утопичности мечты.

употребления разнообразных понятий для обозначения новой дисциплины: коммуникология (В. Флюссер), медиофилософия (И. П. Смирнов), философия медиа-теории (А. Рёслер, Б. Штайгер), интермедиальность (Й. Хельбиг), теория медиа (Фр. Хартман), медиология (Р. Дебрэ),<sup>29</sup> субмедиальность (Б. Гройс), медиарефлексия (Д. Мерш). Все они так или иначе фиксируют мета-уровень исследования медиа или, что более соответствует истине, медиареальности как эпифеномена медиа. Вопросы начинаются уже с написания основополагающего термина «медиа».<sup>30</sup> Так И. П. Смирнов, подчеркивая его иностранность, пишет его в русских текстах латиницей;<sup>31</sup> Л. А. Стародубцева использует дефис в написании медиапроизводных: медиа-коммуникация, медиа-философия;<sup>32</sup> О. В. Никифоров, переводя Франка Хартмана, употребляет в написании множественное число «медии»,<sup>33</sup> нередко у различных авторов встречается склонение термина «медиа» – медиа, медиа и проч. Мы же полагаем, что вобрав в себя весь спектр современных значений – СМИ, массмедиа, средства связи и коммуникации, новые медиа, цифровые и экранные технологии, – термин «медиа» обрел статус концепта, в связи с чем, представляется адекватным использовать неизменную форму – «медиа», подобно тому, как мы пишем «массмедиа», «Деррида», «метро». Другой пример – тандем переводчиков Л. Ионин и А. Черных, сталкиваясь с трудностями перевода медиафилософской лексики, предлагают следующий вариант: «За дигитализацией следует осетевление»<sup>34</sup> Чутье языка спотыкается о, казалось бы, нежизнеспособный неологизм, подобный термину «нонспектаклярность», который активно внедрялся ангажированными постструктурализмом кураторами и критиками актуального искусства, но тихо «сошедший на нет» в силу тотальной инородности строю русского языка и трудновыговариваемости, подобно понятиям де- и ретерриторизации. «Осетевление» – термин, на первый взгляд, столь же неудобоварим и чужд русскому языку, но на второй – переводчики, видимо, правы, использовав кальку немецкого языка *Vernetzung*, – синонима английского термина *Networking* – поскольку лучшего, адекватно передающего смысл процесса распространения Сетей в обществе и вовлечения в нее все большего количества людей, что в свою очередь ведет к трансформации реальности в медиареальность, я не нашел. (И не только я. Ибо, задав вопрос на Летней школе по медиафилософии:<sup>35</sup> «Как можно было бы иначе “удобоваримее” перевести это понятие?», не получил лучшего варианта. И преподаватели, и студенты школы, вынуждены были констатировать, что лучшего перевода они не видят.) В качестве философского понятия он наследует смысл термина «опредмечивание», как и в традиции парности категориальной разметки сущего требуется признать легитимным термин «рассетевление» по аналогии с «распредмечиванием».

<sup>29</sup> *Debray R.*: 1) *Cours de médiologie générale*. Paris: Gallimard, 1991; 2) *Introduction à la médiologie*. Paris: PUF, 2000. См. также рус. пер.: *Дебрэ Р.* Введение в медиологию / Пер. с фр. Б. Скуратова. М.: Практикс, 2010.

<sup>30</sup> Сюда вмешивается еще одна форма слова – медиум, которая весьма часто (особенно на начальных ступенях генезиса медиареальности) отождествлялась с семантическим полем, объединенным в настоящее время термином «медиа». Вот один из изводов, которые приводит переводчик Маклюэн В. Г. Николаев: «Термин *medium* имеет в английском языке очень широкое и общее значение, для передачи которого в русском языке нет равноценного аналога. Понятие “посредник”, более всего подходящее по степени абстрактности и применяемое, например, в ранних русскоязычных работах П. Сорокина (“проводник”), не привилось у нас в качестве устойчивого элемента социологического лексикона... Исходя из этого, мы будем переводить этот термин как “средство коммуникации”, а в ряде случаев, когда это необходимо, использовать такие варианты перевода, как “средство сообщения” и “средство (массовой) информации”. (Кроме того, данный термин имеет такое общее значение, как “средство связи”, и более частное значение “средство общения”))» (*Маклюэн Г.* Понимание медиа. М.: Жуковский, 2003. С. 416–417).

<sup>31</sup> *Смирнов И. П.* Видеоряк. Историческая семантика кино. СПб.: Петрополис, 2009. С. 6.

<sup>32</sup> *Стародубцева Л. А.* Медиум и дистанция // *Международный журнал исследований культуры*. 2011. № 3(4). С. 12.

<sup>33</sup> *Хартман Ф.* «10 тезисов» к дискуссии о возможностях теории медиа в эпоху информационного общества // <http://www.gnosis.ru/media/hartus.html> (дата обращения: 07.09.2011).

<sup>34</sup> *Больц Н.* Азбука медиа / Пер. с нем. Л. Ионин, А. Черных. М.: Европа, 2011. С. 4.

<sup>35</sup> Имеется в виду Международная летняя школа «Медиафилософия: междисциплинарное поле исследований». СПбГУ, Центр медиафилософии, 28–31.08.2011.

Впрочем, терминологические издержки и разночтения указывают на начальную стадию формирования любой дисциплины, и медиа-философия не исключение. Начало нового направления заявляет о себе манифестами, тезисами и вопросами, призывая к дискуссии.<sup>36</sup> Так было в эпоху буржуазных революций, авангарда, постмодернизма и новой архаики. По этой же схеме идет становление дискурса медиа-философии, ее прямым следствием является кристаллизация когорты общепризнанных корифеев или основателей дискурсивности, на которых принято ссылаться. Сигналы интереса к философским проблемам медиа, идущие из различных регионов гуманитарного и естественнонаучного знания, а также искусства, политики и повседневной жизни – еще одно свидетельство своевременности и настоятельности рассматриваемых проблем.

В актуальной лексике (о чем говорилось ранее), пытающейся схватить своеобразие медиареальности, формируется язык медиа-философии. Как и всякому начинанию, ему присуще критическое отношение к устоявшейся традиции. На фоне эмпирического крена англосакского подхода к медиа и их производным немецкоязычное направление выказывает притязание на метафизический план медиа-философского анализа.<sup>37</sup> Исходя же из перспективы исторической науки, филологии, теории коммуникации, философии науки и техники, теоретиков медиа и искусствоведов можно отметить рост кристаллизации языка, описывающего ту или иную культурную ситуацию, исходя из медиа и через медиа. Ярким примером обретения своеобразия языка медиарефлексии являются берлинские лекции Фридриха Киттлера, замечательно переведенные на русский язык Олегом Никифоровым и Борисом Скуратовым.<sup>38</sup>

Формирование соответствующего специфике предмета и духу времени понятийного аппарата – дело не простое. В отечественном контексте следует указать и на развитый язык жанра научной фантастики, и на пионерские работы отечественных ученых, продумывающих условия создания искусственного интеллекта, и на арт-критическую лексику медиа-арта – все вместе дают язык описания качественно новой ступени реальности – медиареальности. Собственный язык – стадия зрелости. Выработка концептов, описывающих стадию зрелости предмета, – стадия зрелости его рефлексии. При этом речь идет о различии собственного языка выражения и о рефлексии *нового способа выражения*. Так, к примеру, фотография далеко не сразу обрела свой собственный язык, а цифровая находит его в настоящее время. Концептуализация ее стадий существенно запаздывала. Тем же чином определяется эмпирический и рефлексивный язык медиафилософии, т. е. язык аналитики лишь только обретает свои контуры. Он заявляет о себе тогда, когда человек не только пользуется медиасредствами для общения и работы, не замечая их, но когда не только замечает их, но и отслеживает следы, которые они оставляют на его индивидуальном и коллективном теле. Этот язык формируется тогда, когда мы пытаемся говорить о том, как медиа воспринимают мной, как они видят и говорят мной, как они, наконец, отстаивают свои интересы внутри меня. И это уже далеко не радикальная постановка вопроса, скорее, докучливая реальность нашего повседневного опыта.

---

<sup>36</sup> «Neue Medien – Das Ende der Philosophie?» Ein Streitgespräch zwischen Norbert Bolz und Julian Nida-Rümelin // Information Philosophie. Oktober 1998. No 4; *Bahr Hans-Dieter*. Medien und Philosophie. Eine Problemskizze in 14 Thesen // Konfigurationen. Zwischen Kunst und Medien / Hrsg. S. Schade, G. C. Tholen. München: Fink, 1999. S. 50–68; *Krämer S.* Erfüllen Medien eine Konstitutionsleistung? Thesen über die Rolle medientheoretischer Erwägungen beim Philosophieren // Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs / Hrsg. von S. Münker, A. Rösler, M. Sandbothe. Frankfurt am Main, 2003. S. 78–90; Diskussion. Was ist Medienphilosophie? // Information Philosophie. 2006. No 1; *Münker S.* After The Medial Turn. Sieben Thesen zur Medienphilosophie // Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs / Hrsg. S. Münker, A. Roesler, M. Sandbothe Frankfurt am Main, 2003.

<sup>37</sup> На различие подхода к медиа и масс-медиа, исследуемых Cultural Studies и Media Studies, и европейского «метафизического» подходов, недвусмысленно указала эксперт Совета международного журнала «Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung» Катерина Кртилова: «Можно сказать, что немецкая наука о медиа не имеет практически ничего общего с Media Studies» (*Кртилова К.* Медиатеория/медиафилософия / Пер. с нем. А. Гайсина // Медиафилософия VIII. / Под ред. В. В. Савчука. СПб.: Изд-во СПбФУ, 2012. С. 47). Это не может не касаться и языка рефлексии медиа.

<sup>38</sup> *Киттлер Ф.* Оптические медиа. Берлинские лекции 1999 года. М.: Логос, 2009.

Принятие этих положений как методологических установок дает средство вскрыть, словно консервным ножом, прочную поверхность очевидности и обнажить ее конструкцию и способ воспроизводимости. Соположение в акте рефлексии полюсов медиареальности, отмечающей деление внутреннего и внешнего, спекулятивного и практического, последовательного и перформативного, требует не только соразмышления с досократиками, со всей историей философии, но и напряжения всего тела, всех его качеств, определяющих гносеологическую активность, направленную как вовне, так и на себя. Язык медиафилософии пребывает в перманентном сопротивлении чистоте состояния: чистой спекуляции, естественной установке, холодной отрешенности и столь же безоглядной вовлеченности. Самоотчет аналитика, рискнувшего говорить на языке медиафилософии имеет смысл лишь в том случае, когда клиническая картина воздействий на его телесность совпадает со следами воздействий на телесность других. Если же это случается, тогда рождается язык, интонация которого слышна поверх тем и сюжетов.

Язык медиафилософии не менее точен, чем язык любой другой дисциплины. Он не может быть произвольным. Наличие важных исходных концептов не может ситуативно, в угоду случая, отвергаться. Следствия из посылок выводятся столь же строго, как из любых логически строгих высказываний. Так, следуя тезису «все есть медиа», полагать синонимами виртуальную реальность и медиареальность предосудительно. У виртуальной реальности есть противоположность – не виртуальная реальность, т. е. реальность реальная, а медиареальность внутренне нерасчленима. Она и есть то, что принято называть реальностью. Так, полагать, что человек лишь использует медиа – значит, оставаться в позиции теории медиа, поскольку медиафилософский подход предполагает тождество действия и противодействия: медиа в той же мере используется нами, в какой мы используем медиа. Медиа внутри нас.

Тем не менее трудно обойти вниманием моменты, которые объединяют становление языка медиафилософии с эволюцией философского дискурса в XX веке, стремящегося к большей компактности сообщения и эссеистичности. В европейской традиции ее начало положил Георг Зиммель, совершивший поворот метафизической традиции к конкретным предметам, рассуждая о приключении ли, о мосте или о двери, что в итоге определило, по мнению Ю. Хабермаса, эволюцию стиля философии, «реабилитировав форму научного эссе». <sup>39</sup> Тезис «философ как художник» не кажется уже столь невероятным, как это было еще в середине XX века. Следует добавить, что любовь-вражда философии и литературы, обнажившая свои крайние формы в XX веке, привела к ситуации, когда, с одной стороны, философия стремится к оперативности художественной рефлексии, ясности и прозрачности языка, к компактности и наглядности высказывания (и здесь примером служит М. Хайдеггер, который, хотя и слыл затворником, предаваясь «онтологическим играм пастухов» (П. Слотердайн), однако же был новатором в обращении к поэтическим строкам Гельдерлина и к эссе Э. Юнгера «Рабочий», и к конкретной картине «Натюрморт со старыми башмаками» Ван Гога, и к малой форме – статья, письмо другу, разговор, лекция (из более чем 80-томного собрания его сочинений на сегодняшний день, – у него лишь одна книга), наконец, к поэме, <sup>40</sup> с другой – в искусстве и литературе растет вес концептуальности и самореферентности, вследствие чего популярность обрел

---

<sup>39</sup> Хабермас Ю. Зиммель как диагност времени // Зиммель Г. Избранное: в 2 т. Т. II. М.: Юрист, 1996. С. 542.

<sup>40</sup> Если в начале XX века лишь немногими было подхвачено афористическое письмо, самой формой призванное сопротивляться системе, немецкому научному трактату, то к концу века оно находит все больше поклонников – Жан Люк Нанси, например, с удовольствием принимает характеристику своего труда «Корпус» (1992) как поэмы. Но вспомним, что жанр философской поэмы в истории письма, пришедший на смену гному (краткому высказыванию), идеологически и назидательно менее нагружен, а потому является письмом, наиболее точно отвечающим, как кажется, скорости глобальных трансформаций, переживаемых конкретным человеком в конце второго тысячелетия нашей эры. Стоит ли избегать напрашивающихся параллелей с широко известным тезисом Ж. Делёза о необходимости размышления «вместе с кино», отнеся это к медиа, и строго поставив вопрос о том, что нам показывают медиа в целом, и конкретный вид его, мы, в частности, обнаружим не только медиареальность, но и определенную картину, создаваемую конкретным медиа.

жанр *pop-fiction*,<sup>41</sup> эссе, дневник, очерк, обращающийся к описанию реальной, а не вымышленной жизни. Отказ от иерархий, высокого и низкого, философии и литературы, литературы и критического текста, эссе – прежде жанра второстепенного – общее место. Вот характерное мнение, Варвары Бабицкой, приводимое Анатолием Барзахом в его информативной статье, посвященной появлению нового жанра словесности: «Разделение литературы на фикшн и *non-fiction* уже практически можно считать атавистической условностью».<sup>42</sup>

Своеобразие подхода философа-медиааналитика проявляется в результате объединения двух противоположных установок: описать реальность медиа, какой она является сама по себе (и в этом ее неизбежная спекулятивность) и, исподволь, высказать о ней свое мнение (эссеистическая составляющая). Его подход метафизичен, поскольку он не может обойтись без идеи реальности, представшей после медиального поворота медиареальностью, равно как и избежать анализа конкретных механизмов формирования ее конкретных фрагментов.<sup>43</sup> Стоит ли говорить, что исследователь, намеревающийся что-то сказать, не может занять позицию вне этой реальности. Он вовлечен и обличен в заинтересованном намерении понять ее изнутри.

Итак, язык медиафилософии в его лучших проявлениях чужд наукообразию, заискивающей перед стандартами естественных наук, философии науки и техники, избегает он и поиска абсолютных вне места и времени истин медиа. Полагая под последним видом интерпретации способ проявления и осуществления власти, вид связи со своим сообществом. Используя формулу Делеза, выведенную им при анализе кино: «Концепты, которые философия предлагает кино, должны быть специфическими, то есть они должны соответствовать только кино»,<sup>44</sup> скажем, концепты медиафилософии не заимствуются в чистом виде ни из философии, ни из теории искусства, ни из теории коммуникации. Язык медиафилософии «холоден» и отстранен на фоне «горячих» этических и эстетических оценок и «горяч», эмоционален и личностно заинтересован в сравнении с интонацией, с какой пристало говорить трансцендентальному субъекту или естествоиспытателю. Таковыми качествами, кстати сказать, обладает стиль письма В. Фаульштиха, Ф. Киттлера, Н. Больца. Поиск своего стиля, своей собственной, узнаваемой интонации, – одна из стратегических задач становления дисциплины.

## Литература

1. Антология медиафилософии / Ред.-сост. В. В. Савчук. СПб: Изд-во РХГА, 2013.
2. Медиафилософия IX. Языки медиафилософии / Под ред. В. В. Савчука. СПб.: Изд-во РХГА, 2013. 296 с.
3. *Bahr H.-D. Medien und Philosophie. Eine Problemskizze in 14 Thesen // Konfigurationen. Zwischen Kunst und Medien / Hrsg. S. Schade, G. C. Tholen. München: Fink, 1999. S. 50–68.*

---

<sup>41</sup> С этим качеством письма соприкасается другое – предчувствие нашего времени, времени выхода на сцену литературы, получившей название *pop-fiction*. Ее отличительная черта – невыдуманные события: мемуары, дневники, личные заметки, подлинные истории. Отечественными критиками по этому поводу изобретен термин «реальная литература», которая набирает вес (в том числе коммерческий) в читательских предпочтениях.

<sup>42</sup> Барзах А. «Belles *non-fiction*» как симптом // Новое литературное обозрение. 2011, № 110. С. 215.

<sup>43</sup> Какую к примеру реальность создает фотография как вид медиа? Фотограф, согласно Мишелю Турнье, использует фотоаппарат для того, чтобы «овладеть фотографируемым, обрести над ним власть, схожую с властью насильника или убийцы над своей жертвой. Однако я ставлю перед собой куда более обширную, истинно великую задачу даровать материальному существу иное, более возвышенное бытие, преобразив его всей мощью моей фантазии. Несомненно, что фотографии отражают материальную жизнь, но это одновременно и фантазмы, т. е. они естественно вплетаются в мир моих грез. Фотография обращает материальное в духовное, возводя таким образом на более высокий уровень существования. Она мифологизирует объект. Объектив – это узкие врата, миновав которые, мои возлюбленные становятся богами и героями, но одновременно – моими пленниками, персонажами моего тайного пантеона» (Турнье М. Лесной царь / Пер с фр. И. Волевич, А. Давыдова. СПб.: Амфора. 2005. С. 127–130).

<sup>44</sup> Делёз Ж. Переговоры. 1972–1990. М.: Наука, 2004. С. 83.

4. Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs / Hrsg. S. Münker, A. Roesler, M. Sandbothe. Frankfurt am Main, 2003.

*B. B. Савчук*

## Медиарациональность

Вопрос о природе медиа уже сам по себе содержит указание на специфическую стратегию рациональности, связанную с фактором трансформации медиасубъекта, а также с уточнением самих задач рациональности в контексте медиапроблематики. Медиа содержат в своем основании переход, располагаясь не внутри и не снаружи «субъекта» познания, переопределяя исходные точки отсчета обращения с вещами.

Ratio происходит от латинского глагола *geog*, что означает «полагать вещи в их определенности и рассчитываемости». В метафизике Декарта такое полагание проявляется в установлении ясности и отчетливости самого субъекта, что восходит к схоластическому *certitudo*. Такая позиция субъекта, согласно Хайдеггеру, связана с формированием установки на сущее, называемой стратегической. Распоряжение, господство, расчет и потребление вещей – все это принципиально определяет характер направленности рациональности как таковой.

Рациональность необходимо рассматривать в отношении четырех основных структурных моментов, а именно: преодоления стихийности, формирования управляемости, модернизации (демифологизации) и освобождения (в широком смысле слова). В отношении медиа рациональность предстает в следующем виде.

1. *Преодоление стихийности самих медиа*. Представляется, что содержание медиареальности чаще всего хаотично, так как оно обусловлено произвольным совмещением данных. Примером здесь могут служить новостные ленты в социальных сетях, объединяющие в себе бессвязные информационные потоки из несовместимых областей.

Кроме того, хаотический характер медиа обусловлен спецификой и объемом данных, превышающих возможности внимания и понимания со стороны человека и человечества. 24-часовое вещание веб-камер наблюдения во всем мире, к которому возвращаются лишь задним числом, при воспроизведении записи, – такая ситуация указывает на проблему исходной хаотизации медианаблюдения. Данная проблема зачастую решается за счет введения автоматических отслеживающих устройств и программ, что, с одной стороны, упрощает восприятие медиареальности, а с другой – лишь откладывает проблему, умножая слои медианаблюдения. Проблему хаотизации медиа пытаются решить за счет введения еще одних, дополнительных медиа. В данном отношении «мотивом» рациональности является противопоставление хаосу порядка, т. е. замена хаотического состояния медиа упорядоченными системами практик.

2. *Формирование принципов управляемости медиа*. Сама структура медиа, с одной стороны, служит делу коммуникации и управлению информацией, а с другой – медиа сами нуждаются в управлении, превышая в своем титаническом масштабе возможности господства прежнего типа. Данная проблема генетически связана с вопросом, рассмотренным выше. Потенциально бесконечный объем данных и характер медиареальности не только указывают на потребность упорядочивания с помощью логических структур, но и отсылают к вопросу о господстве нового типа, обоснованного в субъективности иного, неклассического типа, т. е. основанного в медиасубъективности.

3. *Демифологизация медиареальности*. Рациональность всегда служила «расколдовыванию мира» (*Entzauberung der Welt* Макса Вебера). Мы находим действие демифологизации еще у первых философов – атомы и пустота Демокрита, раскаленный камень вместо Солнца у Анаксагора и т. д. Однако, как это замечательно показано А. Ф. Лосевым, процесс преодоления мифа связан с созданием нового мифа на месте старого, что говорит о неизбежности мифологии. Более того, согласно Маршаллу Маклюэну, медиа сами по себе, благодаря своему захватывающему и целостному воздействию, являются мифом. В контексте медиа нам остается говорить лишь о степени и характере мифа, а не о последовательном его вытеснении. В конечном счете, речь, видимо, должна идти о своеобразной медиа-мифологии, где миф приводился бы

к взвешенной форме за счет процесса «расколдовывания медиа» (*Entzauberung der Medien*), а, точнее, приводился бы к медиа предшествующих ступеней.

4. *Интеллектуальное и психологическое освобождение от медиа*. Являясь соотносимами с самой структурой нашего присутствия, медиа захватывают наше существо гораздо глубже уровня психологической зависимости (интернет-зависимости, игровой зависимости, гаджето-мании и т. д.). Медиа «находят родство» с собой в наших структурах повседневности – в заботе, болтовне, любопытстве, рассеивании и т. д. Таким образом, мы входим не просто в близость с медиа, но и включаем их в способы бытия-в-мире. Медиа давно изменяют наши стратегии чувственности и рациональности, опосредуя по-новому саму человеческую природу. Осознанная медиа-необходимость (как и зависимость) может выражаться в медиафобии или в попытке бегства от медиа. Однако медиадиффузия делает невозможной попытку прямого освобождения от захваченности медиареальностью. Сегодня, пожалуй, можно говорить лишь о взвешенности медиасубъекта и стратегиях освобождения *через* медиа. Другими словами, освобождение возможно через создание различных метамедиальных процедур, а также через осмысление как таковое.

Кроме того, в контексте медиарациональности сам характер господства субъекта претерпевает серьезное изменение. Сегодня мы не имеем возможности говорить «человек и медиа», располагая понятия в конъюнкции. Уже нет человека вне медиа. Теперь становится ясным, что человек и медиа – это не две обособленные и соединенные величины, а скорее взаимопроникающие и взаимоопределяющие сферы наличия. Сам классический «субъект» располагал миром во вторую очередь, присоединяя объективность как сферу распоряжения, что замечательно раскрыто Хайдеггером в «*Sein und Zeit*» («Бытие и время»). Теперь же, в контексте так называемых современных медиа, «объективность» распоряжения начинает проникать в сферу «субъективного», размывая границу рациональности и определяя стратегии господства изнутри «субъекта». В сущности, само господство субъекта в сфере медиареальности становится проблематичным. Наиболее надежным поэтому становится господство не философского, а технического характера, а именно – господство программных кодов, серверов, ключей и т. д., а также, господство медиакапитала, PR-технологий и проч.

Кроме того, важнейшим проблемным аспектом в исследовании медиарациональности является вопрос о характере трансформации рациональности под воздействием медиа, а, точнее, действием изнутри самой рациональности. Однако такой подход при всей своей необходимости не вполне продуктивен. Проблема заключается в том, что рациональность *уже* трансформирована и трансформируется все дальше и дальше. Действительно, мы познаем медиа, а за ними – другие, более ранние медиа, а за теми – другие и т. д. Парадокс же заключается в обратном. За нынешними медиа следуют еще и поздние медиа, а за теми – будущие медиа и так до бесконечности. В конечном счете может оказаться, что в определенный момент на значительное время никто не сможет в принципе осмыслить медиа из-за накапливающегося отставания от будущего. Подобная судьба может преследовать и самих производителей революционно новых медиа. Из истории техники известны случаи совершенно невежественного распоряжения новшествами. Например, использование рентгеновского аппарата для подбора ботинок в обувных магазинах. Кто может гарантировать последовательную рациональность в сфере распоряжения новыми медиа в подобных обстоятельствах хаотизации?

Другой существенный вопрос в контексте медиарациональности – это вопрос о единстве. Не является ли медиасфера заменой единого для многих в смысле платоновского диалога «Парменид»? Единство разрозненных пространств, культур и сообществ в контексте современности обеспечивается надежнее не единством содержания, а единством сетевых протоколов, программного обеспечения, стратегическим расположением серверного оборудования и т. д.

Если попытаться частично использовать архитектонику первой критики Канта – «Критики чистого разума», задав вопрос о возможности медиарациональности, то следует отметить следующее. Возможность медиаопыта связана с вопросом об а priori как условия и соответствия формам чувственности. Как указывал Лиотар, в процессе информатизации всё, что не поддается переводу на новый язык, будет отброшено. В этой ситуации мы можем столкнуться с конвертированием самих а priori через медиа. Касательно же вопроса о «медиа-рассудке» отметим следующее. В контексте медиасферы мы имеем дело с тем, что можно было бы назвать гипер-синтезом медиа. Медиа способны соединять казалось бы, несоединимое, например разрозненное содержание социальных сетей (новостных лент и не только). Продуктивная способность воображения, которую необходимо отличать от эмпирической, в контексте медиа стремится к беспредельному синтезу практически ничем не ограниченного единства. Кажущаяся бессвязность медиасодержания указывает на самом деле на то, что бессвязное уже связалось в определенном единстве и представлено медиасубъекту почти в готовом виде. Медиарациональность в этом отношении предстает как *рациональность по преимуществу*. Следует подчеркнуть, что медиа рациональны в том числе еще и благодаря своему техническому, т. е. принципиально рациональному, происхождению и устройству.

В этом отношении в контексте медиа вопрос о пределах трансцендентального синтеза и антиномиях приобретает несколько иное измерение по сравнению с более ранней формой рациональности. С одной стороны, именно за счет того, что в случае медиарациональности мы имеем дело с «усиленным» синтезом, проблема антиномий может оказаться излишней. С другой стороны, проблематичность свободы в контексте медиа может даже возрастать. В конечном счете проблема медиарациональности ставит перед нами вопрос о переформатировании предпосылок субъективности. И значение этого вопроса, по всей видимости, будет только возрастать.

## Литература

1. Лосев А. Ф. Диалектика мифа // Философия. Мифология. Культура. М., 1991.
2. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: Кучко-во поле, 2011.
3. Вебер М. Избранное: Протестантская этика и дух капитализма. М., 2006.
4. Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб., 2013.
5. Кант И. Критика чистого разума, СПб.: Наука, 2008.
6. Декарт Р. Размышления о первой философии // Декарт Р. Соч.: в 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 1994.
7. Heidegger M. Sein und Zeit. Tübingen: Max NiemerVerlag, 2006.

К. А. Ермилов

## Истина и медиа

Современная философия медиа наследует многие традиционные философские проблемы, а вместе с ними и философские парадоксы. Классическая концепция истины, восходящая в конечном итоге к парменидовскому тезису о единстве бытия и мышления, видит в медиа, как и в любом посреднике, опасность разрыва и подмены, а это значит – опасность лжи и небытия. Вот почему один из первых аналитиков медиа, Платон, выстраивает свою философию как критический комментарий к тезису Парменида. Если бы не-сущее совершенно отсутствовало, не представлялось бы возможным сказать что-либо и о самом бытии, а значит невозможной была бы и истина. Тем самым Платон принимает необходимость медиума как позиции, предзаданной самой истиной, но тем острее встает для него вопрос об истинном медиуме, отличном от множества самозванцев и ловкачей, называющих себя софистами. Философ и софист, на самом деле, стоят в одной и той же позиции по отношению к истинному сущему, но смотрят они в разные стороны, и потому необходимо быть предельно внимательным к тем инструментам исследования и убеждения, которые они используют, чтобы знать, какие из них ведут нас к познанию, а какие уводят в сторону от него. Только рапсод, подобный Иону, философ-майевтик, влюбленный или политик могут считаться демиургами, подлинными медиумами, обращающими наш взгляд от вещественной стороны слов и дел к их вечному прообразу. Кстати будет заметить, что сам Платон не появляется ни в одном из своих диалогов, не говорит ни слова от первого лица, предпочитая, по-видимому, быть медиумом других медиумов – Сократа, Чужеземца, Тимея, Крития.

Речь медиума, как, например, вдохновенная вторая речь Сократа из «Федра», обращена к душе слушающего, но она не просто передает сообщение. Она сама и есть сообщение, поскольку устроена как душа и сообщает иной душе тот порядок, которым эта душа должна обладать, хотя, возможно, все еще остается в плену призраков. Посредством медиума истина сообщается именно в том смысле, что она упорядочивает, устраивает космос и полис, собирает множество в единство согласно благу, т. е. согласно внутренней природе каждого. Однако этот порядок хрупок и одним из признаков его нарушения как раз и являются самозванные медиумы, такие как тираны или поэты-подражатели в «Государстве», софисты и риторы, которые предпочитают созерцанию истины улаживание чувств, прямому управлению – интриги, вдохновенной речи – уклончивое и молчаливое письмо. В отличие от речи письмо не столько обращает нас к отцу всякой истины, сколько, напротив, рассеивает свет истины в двусмысленном и призрачном мире чувств и мнений. Тема письма и книги появляется у Платона не только в знаменитом рассуждении из «Федра», но также и в рассуждении о памяти из «Теэтета» и «Филеба». Письмо здесь используется как образ, помогающий понять сохранение чувственных впечатлений, из чего можно сделать вывод, что и в самом письме Платон прежде всего видит средство запечатления и хранения. Поэтому речь, построенная по правилам диалектики, оставляет истинную запись в душе (Федр, 276а–е), что же касается привычного нам письма, то его запечатление целиком принадлежит чувственному миру, и поэтому даже самый правильный текст будет восприниматься нами по мерке чувственности, если мы не пробудим в себе подлинного медиума, демиурга, который сможет превратить буквенную запись в подобающий образ.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> В «Филебе» Сократ предлагает взглянуть на душу как «на своего рода книгу» (38е), в которую ощущения записывают речи, выступая как бы писцом (39а), но в душе есть и еще один мастер, которого Сократ называет демиургом, и который «вслед за писцом чертит в душе образы названного» (39б).

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.