

МЕДИА КАК ПРЕДМЕТ ФИЛОСОФИИ¹

*А.В. Говорунов, к.ф.н., В.В. Савчук д.ф.н., Г.Р. Хайдарова, к.ф.н., К.П. Шевцов, к.ф.н.
Санкт-Петербургский государственный университет*

В конце прошлого года в Санкт-Петербургском государственном университете прошла Международная конференция «Медиа как предмет философии». Конференция (по числу участников и разнообразию обсуждаемых тем) продемонстрировала актуальность исследований по медиафилософии, которых на сегодняшний день очень мало в России. По результатам конференции можно утверждать, что дискурс медиафилософии активно освоен российскими специалистами, но необходимы размышления об особенностях российских медиа и на этой основе продуктивные выводы о специфике современной российской ментальности. Показательно, что большинство участников конференции – молодые люди: аспиранты, докторанты, на конференции присутствовала значительная студенческая аудитория. Доклад профессора Свободного университета Берлина Кристофа Вульфа «*Noto pictor: воображение создает человека*» собрал около 150 слушателей. Конференция отличалась разнообразием исследовательских перспектив (исторической, искусствоведческой, педагогической, социологической, философской), что вызвало активные дискуссии в попытке найти собственно предмет медиафилософии. Тем не менее, важным результатом является признание того, что в исследовании медиа необходима такая трансдисциплинарность. С другой стороны, обращение к медиафилософии позволяет решить задачи отдельных наук и установить общую перспективу анализа конкретных проблем. Проблема подлинности медиареальности и проблема трансформации субъекта современной медиакультуры стали наиболее обсуждаемыми. Отдельной темой конференции был вопрос о роли образа и, в частности, цифрового образа в культуре («иконический поворот в культуре»); активно обсуждалась проблема формирования новой эстетики – медиаэстетики, и в целом поднимался вопрос о влиянии современных новых медиа на стиль мышления. Руководитель конференции, профессор В.В. Савчук, отстаивал необходимость нового типа рефлексии, адекватного эпохе новых медиа – «топологической рефлексии», позволяющей в эпоху гло-

бализации обратить взор от тотального информационного поля к интересам локального контекста. В аналитике собственно медиасредств прежде всего встречается анализ фотографии, во вторых, поиски специфики кинематографического медиального (многие авторы приводят примеры кино), в-третьих, реклама. Важный момент у большинства исследователей – концентрация внимания на российском контексте, сравнительный анализ западной ситуации (выводов западных философов) с российской реальностью, что свидетельствует о рефлексивной позиции по отношению к западной медиафилософии. Тем не менее, наиболее цитируемыми авторами являются: П. Слотердаjk, Ж. Бодрийар, Н. Луман, П. Вирильо, В. Беньямин. Большинство авторов принимают концепцию иконического или пикториального поворота в культуре, то есть ориентацию в конце XX века на язык визуального образа, отмечая господство именно техногенного визуального образа. Концепция иконического поворота была изложена в докладе профессора К. Вульфа: «Важнейший вопрос, что такое образ, влечет за собой последующие, не менее важные вопросы: как используются образы? Что образы делают с нами? Вообще, имеет ли смысл говорить об образах? Нужно ли проводить точное разграничение между различными видами образов? Так, например, встает вопрос о том, является ли цифровой образ все еще образом, у которого можно говорить о презентации или репрезентации?». Вульф также установил генетическую связь способности воображения и становления человека: «Способность человека в восприятии преобразовывать мир в образы и инкорпорировать их есть *conditio humana*. То, что в этимологическом отношении воображение восходит к зрению – это характерная предвзятость нашей культуры и истории, определяющая самопонимание и миропонимание европейской культуры». У большинства исследователей встречается критический дискурс в отношении современной медиакультуры, ориентированной на потребление медиаобразов (Е.В. Буркулай (Украина), профессор С.А. Лишаев, профессор Т.Б. Куд-

¹ Международная конференция проведена при финансовой поддержке РФФИ, грант № 07-06-06091-г.



Участники конференции (фото представлено авторами)

ряшова, И.А. Кребель, М.А. Степанов, профессор В.П. Макаренко). Консервативная и критическая настроенность в отношении массмедиа не зависит от возраста и статуса участников. Наиболее употребительные инвективы в сторону медиа: манипуляция сознанием, разрушение целостности восприятия, удаление от жизненного мира, отчуждение от тела, потеря реальности и замена ее виртуальной реальностью: «человечество попадает в электронный плен аудиовизуальных медиа, виртуальных миров компьютерных сетей», коррупционность, аморальность, подавление мысли, круговорот информации, «рейтинговый менталитет» (профессор В.П. Макаренко), критика анонимной коммуникации интернета, антропологические риски постиндустриальной цивилизации (профессор Л.Н. Голубева), «постинформационное медийное общество высоких технологий – это Вселенная Воображаемого» (Е.И. Наумова). М.А. Корецкая (Самара) предлагает обращение к телу как выход из фантазма медиареальности, обращаясь к работам П. Слотердайка: «Всеобщая деонтологизация цинического разума зашла так далеко, что не только никто не ждет «прорывов к бытию», но и смысл понятия реальности претерпел некую трансформацию. Во-первых, реальность понимается как конструкт, эффект, и прежде всего, эффект массмедийный, а во-вторых, реальность принципиально множественна, или реальностей много и они не в состоянии быть увязаны в единую целостную картину мира – когда центр выбит, остается множество несоединимых осколков». Д.Ю. Сивкову путем расширения понятия «медиа» до вещи удалось избежать критического дискурса. «Медиа – это всегда вещи, доступные органам чувств материальные объекты с их естественными свой-

ствами. Благодаря этим свойствам в принципе и становится возможной человеческая солидарность. Известно, что приматы в естественной среде не используют вещи для создания социального. Для связей и отношений им даны только их собственные тела. Таким образом, обыкновенные вещи являются медиа, объединяя и разъединяя людей, прекращая и возобновляя коммуникацию». Несколько иначе в том же философском ключе трактует вопрос о медиа М.А. Степанов, который предлагает понимать под медиа «посредника между людьми, а точнее между живыми человеческими телами». Интересной представляется позиция Е.С. Павловича, который для оправдания существующей медиареальности привлекает тексты Платона, предлагая «взглянуть на современное производство глазами Платона». Следует признать медиареальность в качестве единственной нашей реальности, поскольку «мы видим не столько товары, сколько «товарные виды» и «идею блага». Позитивная оценка медиа и признание продуктивной силы современных медиасредств встречается, например, исходя из культурологической (А.В. Смирнов, А.Е. Назимко) и искусствоведческой (А.Н. Фоменко, О.Ю. Тургенева, К. Митенев, Х. Леманн (Германия), Э.К. Вежлева) перспективы. А.Е. Назимко предлагает, в частности, анализ деловых медиа как особого сегмента культуры. Р.А. Зайнуллин подчеркивает культурную ценность рекламы: «Реклама становится новой культурной формой человека XXI века». В выступлении О.Ю. Тургеновой (Киев) подчеркивается позитивность медиасредств в деле освоения массами произведений искусства: «медиа способствовали обретению искусством нового качества – воссоздаваемости... искусство избавилось от необходи-

мости быть заменителем технических средств, более того – технические средства стали служить искусству.... И еще один позитивный момент – контекстуальность. Условия создания объекта, особенности его подачи зрителю, средства, при помощи которых объект создавался, – все это постепенно приобретает все большее значение». На конференции были представлены попытки показать различие вербального языка и визуального образа как средства коммуникации, прежде всего в отношении их функции для самосознания (Е.В. Молозева). За критическим утверждением о самореферентности и самодостаточности образов последовало более сильное и продуктивное утверждение об их самоподобии. При этом происходит переход от медиаонтологии, неизбежно связанной с критикой медиареальности, к гносеологическим вопросам, прежде всего к вопросу о медиаязыке. Такое смещение со ссылкой на Р. Дойча приводит Л.В. Нургалееву к позитивным выводам. «В современной системе конструирование реальности медиаязык приобретает новый статус благодаря его «переливанию в сосуды» цифровых компьютерных форм, обладающих высокой комбинаторной динамикой, объединяющей в едином пространстве возможности разных описательных языков. Самоподобие как принцип воспроизводства делает реальность постижимой, а поиск способов построения разнообразных моделей реальности – не прихотью эволюционирующего разума, а условием познания и признанием неантропоморфного порядка в мире». Отдельным блоком стали выступления, посвященные пониманию времени в новой технической медиареальности. Интересную тему и проблему скуки подняла Е.В. Савенкова: массмедиа дает возможность заполнить время. На примере современного медиатехнизированного пространства Савенкова демонстрирует три

варианта отношения со временем. Этот вопрос смело можно отнести к собственному полю медиафилософии. Проф. Т.Б. Кудряшова утверждает, что «новая информационная среда тяготеет к дискретизации времени, к представлению его в пространственных категориях. Такое время, безусловно, отличается от времени физического, механически отсчитываемого эталоном, но оно все-таки в достаточной степени социализировано. ... Это ведет к «квантированию» хода развития человеческой мысли, как будто через дискретизацию ее готовят к переводу в «цифровой формат». Субъект, привыкший к «неспешным разговорам», далеко не всегда на это способен. Поэтому в условиях возрастающей роли визуальных языков, визуальных средств выражения требуется воспитание субъекта такой культуры, развитие его способностей, в том числе и в восприятии времени». Достаточно разработанными предстали педагогический и социологический подходы, прежде всего анализ медиатекстов. Здесь, в отличие от медиафилософии, устоявшаяся терминология и явно сформулированная цель исследований, заключающаяся в воспитании медиааудитории. Интеллектуальным лидером здесь выступает проф. А.В. Федоров, методологический аспект герменевтики медиатекстов представлен И.В. Чельшевой. Е.В. Мурюкина связала проблемы самоидентификации, анализа медиатекста и медиапедагогики. Д.Е. Григорова, опираясь на работы Л. Мастермана, необходимость развития у учащихся «критического мышления» по отношению к любым медиатекстам. Г.В. Михалева предлагает усвоить уроки британских медиапедагогов, для которых различные масс-медиа – важный фактор социализации подрастающего поколения. «Поэтому центральное место в современной британской модели медиаобразования занимает гражданское обучение, воспитание и развитие медиа-



Презентации книги Кристофа Вульфа «Антропология: история, культура, философия». Перевод, послесловие и комментарии Гульнары Хайдаровой

культуры учащихся: обучение подрастающего поколения способности к самостоятельному аргументированному критическому осмыслению медиа, развитие их «критической автономии» в понимании медиатекстов, повышение их информационной компетентности в современном, практически безграничном медиaprостранстве». Особняком стоит работа Е.И. Кузнецовой, поднимающей вопросы философии истории. Исследователь ставит следующие вопросы: «Как соотносятся аудиовизуальные коммуникативные практики с традиционными формами познания, в частности исторического познания? Являются ли формы репрезентации исторического в медиакультурной деятельности новым способом его познания? Что выступает смысловой доминантой в создании медиаобраза исторического прошлого?» Ряд исследователей (проф. В.В. Савчук, А.А. Китаев, Г.Р. Хайдарова, И.В. Шугайло, А.А. Яйлеткан, Д.В. Чирва) обращаются к философии фотографии. А.А. Яйлеткан утверждает, что «Фотограф, в отличие от Художника, обращается к другому инструменту передачи графической информации – фотоаппарату – и носителям соответствующей информации. Настоящий Фотограф не изменяет (не редактирует) полученные снимки. Его настоящее искусство заключается во Взгляде на Жизнь, таком, который обращает Человека к осмыслению зафиксированного явления». Историк фотографии А.А. Китаев подчеркнул различие в социальном измерении технических медиа: если в начале века демонстранты при появлении фотографа разбежались, чтобы не быть зафиксированными им, то сегодня демонстранты расходятся после того, как уезжают ТВ и журналисты. На конференции был также представлен историко-антропологический анализ развития медиа, история коммуникативной функ-

ции человека. Например, у А.М. Ержановой (Казахстан) устоявшееся в научном сообществе представление об истории медиа: изобретение языка, изобретение письменности, возникновение масс-медиа. Отдельно обсуждался вопрос, инициированный докладом Е.С. Некрасовой: о миссии интеллектуала в медиасредствах «Трансформация образа интеллектуала в современном визуальном пространстве». Е.Г. Варичева (Украина) предлагает в качестве необходимой меры по редукции влияния СМИ на сознание людей проводить встречи-тренинги философов и представителей СМИ, тележурналистов, то есть корректировать медиа с помощью философии. Такой опыт уже есть у коллег из Одессы. Ей возражает профессор А.В. Федоров: «Конечно, медиатексты, относящиеся к массовой/популярной культуре, имеют успех у аудитории вовсе не из-за того, что они, якобы, ориентированы только на людей с низким эстетическим вкусом, подверженных психологическому давлению, легко верящих лжи и т.д., а потому, что их авторы отвечают на реальные, достойные уважения и изучения потребности аудитории, в том числе – информационные, компенсаторные, гедонистические, рекреативные, моральные, эстетические и т.д.». Конференция показала необходимость последующих научных встреч и работы в направлении медиафилософии, и первыми задачами, поставленными перед участниками конференции, стали: определенность тематических границ медиафилософии, определение предмета медиафилософии, ограничение числа существующих перспектив наиболее адекватными предмету исследования, четкость в формулировке собственно философских проблем исследования, формирование концептуального аппарата медиафилософии.