



Ф И Л О С О Ф И Я

РЕАЛЬНОСТЬ МЕДИА*

МЕДИА-РЕАЛЬНОСТЬ И РЕАЛЬНОСТЬ МЕДИА**

© В. А. Конев

Конев
Владимир Александрович
доктор философских наук,
профессор
Заслуженный деятель
науки РФ
заведующий кафедрой
философии гуманитарных
факультетов
Самарский
государственный университет

Реальность медиа зависит от того, содержат ли медиа в себе силу истины, а истина медиального средства есть та действительность, которую данное средство допускает до бытия, есть его способность модифицировать реальность. Это возможно при условии, если медиа-послание может быть понято и если его содержание (смысл) может быть принято. И то, и другое имеет фундаментальные основания. Эти основания укоренены в онтологической природе самого содержания сообщения. В статье выделяются три условия «осознания», или условия существования и влияния «мыслящего слова»: автохтонные идеи культуры, культурные категории, символы и культурные интуиции.

Ключевые слова: медиа, реальность, истина медиа, онтология культуры, понимание, идеи культуры, символ, категории культуры, смысл.

Центральное слово в заголовке моего выступления – «реальность».

Но слово «реальность» не является самой реальностью, а если так, тогда о чем мы говорим, когда говорим «реальность»? И вообще, как появляется реальность, если она как реальность всегда должна быть? Вот в этих парадоксах и заключена тайна медиа.

* В первом и втором разделах журнала представлены материалы Российского семинара «Реальность медиа и повседневность (17–18 октября 2009 года)».

Семинар был организован и проведен Центром философских и эстетических исследований Самарской гуманитарной академии.

** Статья выполнена в рамках Президентского гранта поддержки научных школ НШ-1451.2008.6.

В. А. Конев

Что есть медиа? Латинское *medius, a, um* (средний, в середине находящийся), давшее жизнь всеевропейскому термину *медиа*, позволяет выветить в *медиа* идею посредничества. Всякий посредник парадоксален. Во-первых, он не самостоятелен, его бытие чисто экзистенциально, оно обнаруживается только в конкретной ситуации. Во-вторых, он не есть то, посредником чего (кого) он выступает, но в то же время он представляет того (замещает, дает ему бытие), посредником кого (чего) он является. В-третьих, он есть как то, что непосредственно наличествует (будь это человек-вестник или какой-то предмет, послание), но одновременно его наличие не есть его бытие, в действительности (по сути, по бытию) он есть то, что представляет, средством бытия чего он выступает. Посредник всегда есть и не есть, его реальность в том, чтобы быть не реальным, а быть видимостью реальности.

Но если вдуматься, то такова природа всякого феномена человеческого мира. Только такая реальность и существует для человека, в человеке и через человека. Здесь любое образование янусоподобно, только это не два собственных (тождественных себе) лица, а одно свое, другое иного – и только благодаря этому существует в человеческом мире смысл. Ибо смысл существует в ситуации отнесения, когда нечто наличное отсылает к тому, что здесь и сейчас не налично, но есть, о чем и свидетельствует смысл.

Тогда обратим внимание – *есть*, бытийствует в человеческом мире только смысл, т. е. то, что несет в себе смысл. Вещь или действие, не имеющие смысла, не отсылающие к чему-то выходящему за их непосредственную наличность, не являются частью нашей действительности. Наша реальность, то, где мы живем, что для нас есть, наше бытие – это всегда смысл. Поэтому для Хайдеггера язык – это голос бытия, поэтому для Делеза все редуцируется к смыслу как к универсальной стихии, в которой все дается и все дано, для Деррида всякий смысл – это след, даже тогда, когда никто его не оставляет, для Витгенштейна значения и смыслы рождаются в непрерывных языковых играх, для Мамардашвили исторический (человеческий) мир является миром рождений, в котором также всякое видимое содержание укоренено в невидимых, но влияющих на наше видение содержания, условиях. Если это так, а это действительно так, ибо такова наша реальная жизнь, тогда это всегда реальность **видения** и реальность **видения**. И для человека становится актуальной проблема различения **видения** и **видения**, проблема определения, где он видит мир, а где он имеет дело с видениями мира.

Здесь – то и мститесь проблема медиа и их отношения с реальностью.

Медиа в широком смысле – среда, опосредующая взаимоотношение (взаимопонимания) человека и мира его существования, а также взаимоотношение одного индивида и другого. И хотя кажется, что в обоих случаях действия медиа не различаются – и там, и там они посредничают, но на самом деле их роль в этих двух сферах существенно различается. Различие это проявляется в том, как видится отношение медиа и реальности, или насколько медиа истинны (насколько медиа пронизаны истиной, которая есть голос реальности). В первом случае, когда медиа среда опосреду-

ет отношение человека и мира, медиа и есть та реальность, в которой человек себя мыслит и находит, медиа уже несут в себе свою истину сами. Во втором случае средства общения и организации взаимоотношений и диалога между людьми выступают условиями установления отношений и только тогда создают реальность диалога или взаимоотношения (т. е. реального взаимопонимания людей, их действительного соединения в некую единую реальность – группа, сообщество и т. п.), когда участниками отношения выявлены истины средств общения, истины медиа, когда нет обмана в общении. То есть успешность выполнения своего предназначения – создать среду понимания, стать средством организации совместной среды – зависит от того, содержат ли медиа в себе истину.

Теперь вопрос: а что такое истина медиа?

Истина медиа прямо и непосредственно связана со способностью форм (средств) носителей и передачи смысла организовывать реальное поведение людей. Слово несет истину не потому, что оно правильно или неправильно обозначает предмет или ситуацию, а потому, что оно способно этот предмет или ситуацию провоцировать, вызвать к действительности, утвердить в реальности. В этом случае истина трактуется не в ее аристотелевском понимании как соответствие высказывания действительности, в ее хайдеггеровском толковании: «Сущность истины открывается как свобода. Свобода есть экзистентное, высвобождающее допущение бытия сущего»¹. Истина есть утвержденная действительность, истина медиального средства есть та действительность, которую данное средство допустило до бытия. А. Ф. Лосев, посвятивший философии имени немало страниц, пишет: «Имя вещи есть сама вещь. Это не звуки, а огромная духовная сила... Природа имени магична в самом последнем своем существе. Магия – сила слова... Имя есть магически-мифический символ»². В конце концов, это же утверждает М. Маклюэн, выдвигая, на первый взгляд, шокирующую формулу: «Средство сообщения есть сообщение», понимая под сообщением и его содержанием «то изменение масштаба, скорости или формы, которые привносятся им в человеческие дела»³.

М. Маклюэн толкует медиа слишком широко, включая в эту сферу всё, что создает внешнее расширение человека, по сути дела объявляет медиа все материальные средства, используемые человеком для предъявления и передачи смысла. Причем он различает то сообщение, которое несет то или иное средство передачи информации, и то сообщение, которое имеет само это средство. Первый тип сообщений многообразен, например, каждый конкретный печатный текст несет свое сообщение, а книгопечатание как таковое порождает особый мир культуры и цивилизации – «галактику Гуттенберга», и это есть сообщение печатного станка, здесь

¹ Хайдеггер М. Разговор на проселочной дороге. М. : Высшая школа, 1991. С. 20.

² Лосев А. Ф. Вещь и имя // Бытие – имя – космос /А. Ф. Лосев ; сост. и ред. А. А. Тахо-Годи. М. : Мысль, 1993. С. 810, 832, 878. (Курсив Лосева. – В. К.)

³ Маклюэн М. Понимание медиа: внешнее расширение человека. М. : Жуковский : Канон-Пресс-ц, 2003. С. 10.

свое содержание, которое выражено в реальном содержании жизни людей эпохи книжной культуры. Различение М. Маклюэном двух типов сообщений, каждое из которых имеет свое содержание и истину, мне представляется справедливым и плодотворным.

Сообщения второго типа – это те изменения в форме жизни человека, которые порождают сами средства сообщения и которые возникают под влиянием материальных характеристик средств сообщения. Новая предметная среда, построенная из нового материала носителя сообщения, изменяет конфигурацию жизненного пространства человека, а тем самым и содержание его жизни. Но в этом случае содержание, которое утверждается в жизни, не существует на уровне представлений или понятий, а дано как сама организация реальных действий человека. «Воздействие технологии происходит не на уровне мнений или понятий, – пишет Маклюэн, – оно меняет чувственные пропорции, или образцы восприятия, последовательно и без сопротивления»⁴. Истина сообщений средств передачи – та реальность, которая возникает благодаря их функционированию и действию. Печать в шестнадцатом веке породила индивидуализм и национализм, автомобиль покончил с сельской местностью и заменил ее новым ландшафтом, в котором автомобиль стал чем-то вроде скаковой лошади, электрические средства коммуникации ведут к созданию своего рода органической взаимозависимости между всеми институтами общества и т. д.⁵. В этом случае между медиа и реальностью нет различия. Медиа и есть реальность человека, так как эта реальность есть посредник сначала между человеком и природой, а затем и между людьми, сообществами, институтами и т. п.

В отличие от сообщений, которые продуцируются самими средствами передачи, сообщения первого типа несут в себе информацию, это текстовые сообщения. Именно эти сообщения до Маклюэна и рассматривались как сообщения, так как они и нацелены только на то, чтобы сообщить некое представление о действительности, а тем самым и побудить к определенному действию. Маклюэн этот тип сообщений практически не анализирует, а между тем именно эти сообщения и составляют тот мир медиа, который и мыслится в обществе как сфера коммуникации.

Реальность данных медиа (медиа текстовых сообщений) двойственна. Во-первых, как текстовые сообщения данные медиа представлены определенными знаковыми системами, реальность которых обеспечивает возможность текстового сообщения. Во-вторых, текстовые сообщения создают с помощью данных знаковых средств картину действительности. В этом случае реальная сила медиа, их реальность в том, насколько эта картина укоренится в действительности, насколько она войдет в реальность. Истина сообщений, несущих информацию (истина любого текста), в способности этой информации модифицировать реальность. А это возможно при условии, чтобы, во-первых, текстовое сообщение могло быть понято, во-вторых, чтобы его содержание (смысл) могло быть принято.

⁴ Маклюэн М. Понимание медиа: внешнее расширение человека. С. 22.

⁵ Там же. С. 24, 256, 282.

И то, и другое имеет фундаментальные основания. Эти основания – в онтологической природе самого содержания сообщения.

Всякое текстовое сообщение несет конкретный смысл, которым оно укоренено в определенном бытии, и это есть его конкретная, региональная онтология. Данный смысл может быть принят или отвергнут, и основанием принятия или отвержения будет региональная экзистенция, наделенная социальными, культурными, биографическими и прочими характеристиками, которые дают возможность распознавать конкретное сущее. Но любое текстовое сообщение несет также некий универсальный (генеральный) смысл, который порожден его погруженностью в генеральную онтологию. Эта последняя является условием понимания всякого сообщения, которое предьявляется экзистенции в границах ее бытия-в-мире. Разграничение региональной и генеральной онтологии, как помните, вводит М. Хайдеггер, анализируя кантовское понимание реальности (предметности) научного знания. Возможность предметного (онтического познания, раскрывающего специальную онтологию) познания по Канту, считает М. Хайдеггер, определяется предварительным (априорным) разумением бытия (онтологическим познанием бытия как такового, раскрывающим универсальную онтологию)⁶.

Примером «работы» генерального смысла, порожденного погруженностью сообщения в бытие, в котором оно только и имеет смысл, является толкование Хайдеггером изречения Анаксимандра. Он пишет: «Мы пытаемся перевести это изречение Анаксимандра. Для этого требуется, чтобы сказанное по-гречески мы перевели к нашей речи. Для этого необходимо, чтобы еще до перевода наше мышление было переведено к тому, что сказано по-гречески»⁷. В другой своей работе – «Парменид» – Хайдеггер также постоянно говорит о том, что перевод и его пояснение будут иметь смысл тогда, когда мы прислушаемся к обращению, «исходящему из мыслящего слова. Только так, т. е. внимая обращенному к нам, мы постигаем речение. Чему именно внимает человек, как именно он внимает тому, чему внимает, насколько он *исконен и постоянен в своем внимании* – всем этим и определяется мера того достоинства, которым наделяет человека история»⁸. *Перевод (пере-ход, в-ход) в ту сферу опыта, который порождает возможность какого-то высказывания или сообщения, есть необходимое условие перевода (понимания, интерпретации) этого высказывания или сообщения, которое посредничает между людьми. О том же постоянно говорил и писал М. К. Мамардашвили: «Само существование некоего осознания есть событие и предполагает какие-то условия, не*

⁶ См.: Хайдеггер М. Кант и проблема метафизики / пер. с нем. О. В. Никифорова. М.: Изд. «Русское феноменологическое общество», 1997. С. 6–10. См. также: Конев В. Критика способности быть (Семинары по «Бытию и времени» Мартина Хайдеггера). Самара: Изд-во «Самарский университет», 2000. С. 201–210.

⁷ Хайдеггер М. Разговор на проселочной дороге. М.: Высшая школа, 1991. С. 34. (Курсив мой. – В. К.)

⁸ Хайдеггер М. Парменид / пер. с нем. А. П. Шурбелева. СПб.: «Владимир Даль», 2009. С. 18–19. (Курсив мой. – В. К.)

*совпадающие с условиями содержания»*⁹. Именно в этом и заключена реальность любых медиа, любых посредников, благодаря которым возможны сообщества и их история.

Каковы же эти условия «осознания», или «мыслящего слова»?

Я бы выделил три таких условия, которые порождают само событие понимания, укореняют его в бытии, выступают онтологическими проявлениями осознания, феноменами смысла.

Это автохтонные идеи культуры, это символы и культурные интуиции и это культурные категории.

Всякое послание (сообщение) живет в поле культуры, которая не только вбирает их как появившиеся артефакты, но которая и порождает их как свои произведения. В этом последнем случае всякое произведение культуры получает возможность быть посланием (кому-либо о чем-то) благодаря наделению его объективным смыслом, то есть смыслом как таковым, а не только тем содержанием, которое вкладывает в свое послание-произведение кто-то конкретный. Этот объективный смысл выражается прежде всего в языке самой культуры – в языке исходных идей (смыслов), идей автохтонных, идей, рожденных (прирожденных) самой культурной способностью человека. Культурная способность человека выражается в его способности утверждать бытие, утверждать свою жизнь как свершившуюся. Поэтому ее реализация необходимо вводит в бытие различие значимого/незначимого, превращает бытие в бытие различное или значимое. Идея значимого/незначимого есть автохтонная идея культуры, придающая всякому ее произведению исходный смысл – быть осмысленным, значимым бытием. Кроме идеи значимого/незначимого (сакрального/профанного), способность утверждать порождает различие внешнего/внутреннего, в котором осмысливается значимость времени, открывающаяся как *времеединство* человеческого бытия¹⁰. Объявление значимого бытия в «мыслящем слове» автохтонных идей создает онтологическую возможность существования самого медиа-пространства, которое несет в себе ориентацию на передачу значимого сообщения, то есть сообщения, стремящегося стать реальностью.

Автохтонные идеи оживляют бытийное пространство человека, а их жизненная сила («воля к власти», «elan vital», энергии) объявляет себя в символах и интуициях культуры. Символы, как их трактуют М. К. Мамардашвили и А. М. Пятигорский¹¹, не являются разновидностью знаков, так

⁹ Мамардашвили М. К. Опыт физической метафизики (Вильнюсские лекции по социальной философии). М.: Прогресс-Традиция, 2009. С. 109. (Курсив мой. – В. К.)

¹⁰ Об автохтонных идеях культуры см.: Конев В. А. Голос гения культуры – автохтонные идеи культуры // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». 2008. № 2(4). С. 45–54.

¹¹ См.: Мамардашвили М. К., Пятигорский А. М. Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символике и языке. М.: Школа «Языки русской культуры», 1999. А также: Конев В. А. Критика опыта сознания (Самарские семинары по трактату М. К. Мамардашвили и А. М. Пятигорского «Символ и сознание»). Самара: «Самарский университет», 2008.

как не представляют предметы и события, а репрезентируют сознательные усилия, несут в себе способность непосредственного пробуждения понимания. Понимание авторами «Символа и сознания» трактуется как мгновенное овладение некоторыми начальными условиями, порождающими конкретный способ употребления символов, когда сам способ употребления = факту употребления. В символах культуры предъясняются ее интуиции, те идеи и содержания, которые выступают конечными основаниями толкования всяких смыслов, претендующих на культурную презентацию. Наличие символического языка в культуре создает возможность содержательного наполнения медиа-пространства. Эта содержательная организация медиа-пространства становится, с одной стороны, той продуктивной силой воображения, которая продуцирует послания медиа, а с другой, основанием тех фильтров, которые проводят селекцию посланий медиа. И в том, и в другом случае создается как реальность медиа-пространства, так и реальность, продуцируемая медиа-посланиями.

Объективным, бытийным основанием реальности медиа выступают и категории культуры¹². Понимание (а без него не существует никакое текстовое послание) должно быть объективно включено в культуру, ибо всякое понимание требует предпонимания, на что, как известно, обращали внимание и Хайдеггер («герменевтический круг»), и Гадамер («пред-рассудки»), и Мамардашвили с Пятигорским («коррелят понимания»). Это объективно существующее в культуре понимание открывается (а понимание открывается «вдруг») благодаря функционированию особых культурных форм, или культурных категорий, – остенсивных, императивных, аксиологических и форм-принципов. Тогда, когда передается какое-то содержание путем демонстрации, сам факт принятия демонстрации как формы представления содержания культуры ставит принимающего в ситуацию отождествления себя с тем, кто материал предъясняет, в *ситуацию понимания* своего «подобия» («родства», «единства») с ним, понимания единства «Мы». Императивные формы рожают у принимающего определенное культурное содержание – понимание зависимости, подчиненности, идею «Он», идею долженствования. Аксиологические формы ставят человека в ситуацию выбора и открывают ему смысл «Я», а формы-принципы несут в себе указание на зависимость утверждаемого принципами мира от действия человека, на зависимость «Ты» от его действия. Именно потому, что любое культурное сообщение не только несет в себе определенный содержательный материал, но и категориально оформлено, оно уже открыто для понимания.

Таким образом, реальность медиа объявляет себя не в наличии тех или иных конкретных посланий или фактов медиа-среды, в тех или иных конкретных толкованиях посланий медиа, реальность медиа укоренена в онтологических свойствах самой культурной способности человека,

¹² См. подробнее: Конев В. А. Категориальная структура культуры // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». 2007. № 1. С. 122–132.

которая, нуждаясь в своем собственном закреплении в бытии, порождает пространство понимания, организацией которого и занимается медиасреда.

В способности утверждать заложено и разрешение парадокса: если слово «реальность» не является самой реальностью, то о чем мы говорим, когда говорим «реальность»; как появляется реальность, если она как реальность всегда уже должна быть. «Affirmo ergo est» несет в себе очевидность утверждаемой реальности. А тем самым и возможность всякого о ней утверждения.

Media-reality and reality of medias

V. Konev

Reality of medias depends on that, whether contain medias force of truth, and truth of media mean is that reality which this mean admits to life, is that ability of medias to modify reality. It is possible subject to condition, if a message medias can be understood and if his maintenance (sense) can be accepted. Both has fundamental warrants. These warrants are engrained in ontological nature of maintenance of report. Three conditions are selected in the article "awarenesses", or terms of existence and influence "intellectual word": indigenous ideas of culture, cultural categories, characters and cultural intuitions.

Key words: medias, reality, truth of medias, ontology of culture, understanding, ideas of culture, character, categories of culture, sense.