

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.2.19>

Цуканов Евгений Александрович

ПРИРОДА МАССМЕДИА В КОНТЕКСТЕ ОНТОЛОГИИ БЕССМЕРТИЯ

Современные исследования в сфере массмедиа, как правило, ведутся на стыке нескольких наук. В данной работе делается попытка объяснения природы массмедиа через философско-культурологический дискурс в аспекте онтологии бессмертия. Автор полагает, что медиа в современном обществе играют роль некоей глобальной конфессии, обслуживая религиозные потребности своих приверженцев. В конечном счете медиа могут выступать в качестве некоего магического предзнаменования идеального состояния человечества, которое можно было бы квалифицировать как состояние некогда потерянного рая, поиски которого не прекратились даже в условиях секуляризованного мира.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/9/2019/2/19.html

Источник

Манускрипт

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 2. С. 101-104. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/9.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/9/2019/2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

40. Lynn J. Battle. A History of Combat and Culture. N. Y.: Basic Books, 2008. 430 p.
41. Lynn J. Giant of the Grand Siecle. French Army 1610-1715. N. Y.: Cambridge University Press, 2008. 650 p.
42. Lynn J. The Wars of Louis XIV. L. – N. Y.: Longman, 1999. 420 p.
43. Manton L. L'armee de l'ancien regime de Louis XIV a la Revolution. P.: Societe Francaise d'edition d'art, 1890. 331 p.
44. Mémoires de Saint-Hilaire: en 6 vol. / edit. par Leon Lecestre. P., 1912. Vol. 4. 272 p.
45. Mémoires du maréchal de Bassompierre, contenant l'histoire de sa vie et de ce qui s'est fait de plus remarquable à la cour de France pendant quelques années: en 4 vol. P., 1722-1723.
46. Mémoires militaires de Vauban. P., 1847. 205 p.
47. Mitford N. The Sun King. L.: Book Club Associates, 1969. 255 p.
48. Ostvald J. Vauban under siege. Leiden – Boston: Brill, 2007. 391 p.
49. Robb N. William of Orange. A Personal Portrait: in 2 vol. L.: Heinemann, 1966. Vol. 2. 320 p.
50. The Chivalric Ethos and the Development of Military Professionalism. Leiden – Boston: Brill, 2003. 359 p.
51. The European Nobilities in the Seventeenth and Eighteenth Centuries: in 2 vol. / ed. by H. M. Scott. L. – N. Y.: Longman, 1995.

“GALLANT MILITANCY” OF THE WESTERN EUROPEAN BAROQUE

Kutishchev Aleksandr Vasil'evich, Ph. D. in History, Associate Professor
Ural State University of Railway Transport, Yekaterinburg
kutishhev@yandex.ru

The article is devoted to the social culture of the Western European and Russian nobility of the XVII-XVIII centuries viewed through the lenses of military affairs. Refinement, mannerism and decorative effect in the Western European society created ideas of the war distracted from the reality. Under the influence of illusory images, the war was overestimated, its perception as a catastrophe bringing death, suffering, destruction faded. The fanciful gallantry of the Baroque formed a kind of “frivolous” militancy of the Western European society. This feature contrasted sharply with the Russian cultural tradition of the war rejection in all its forms and manifestations.

Key words and phrases: European Baroque; manners of the nobility; Louis XIV; gallantry; militancy; luxury; waste; grotesque; decorative effect; “lace war”.

УДК 130.2

Дата поступления рукописи: 14.11.2018

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.2.19>

Современные исследования в сфере массмедиа, как правило, ведутся на стыке нескольких наук. В данной работе делается попытка объяснения природы массмедиа через философско-культурологический дискурс в аспекте онтологии бессмертия. Автор полагает, что медиа в современном обществе играют роль некоей глобальной конфессии, обслуживая религиозные потребности своих приверженцев. В конечном счете медиа могут выступать в качестве некоего магического предзнаменования идеального состояния человечества, которое можно было бы квалифицировать как состояние некогда потерянного рая, поиски которого не прекратились даже в условиях секуляризованного мира.

Ключевые слова и фразы: бессмертие; массмедиа; идеал; онтология; потребности; аддикция; хронотоп; магия; случайность; миф; медиаобраз.

Цуканов Евгений Александрович, к. филол. н., доцент

Высшая школа печати и медиатехнологий

Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна

tukanov@rambler.ru

ПРИРОДА МАССМЕДИА В КОНТЕКСТЕ ОНТОЛОГИИ БЕССМЕРТИЯ

Достижения современной медицины и геронтологии благодаря более глубокому изучению биологических механизмов жизнедеятельности человека дают надежду на существенное увеличение продолжительности жизни в перспективе. Но эти достижения пока не могут подарить человеку бессмертие.

Проблема бессмертия была поставлена человеком еще во времена глубокой древности и нашла свое выражение в мифах и религиозных ритуалах, в философских концепциях. На протяжении всего своего существования философия пыталась осмыслить проблему человеческого бессмертия. Её виднейшие представители от Платона, Эпикура, Оригена Александрийского и Августина Блаженного до представителей русского космизма – Н. Ф. Федорова, А. Ярославского и др. – предлагали своё видение достижения бессмертия. На современном этапе развития философии проблема онтологии бессмертия в центре внимания таких исследователей, как Л. Е. Балашов [1], В. Варава [3], В. А. Игнатъев [7], С. Г. Семенова, А. Г. Гачева [13], Е. Ширяева [18], Н. В. Пономаренко [11] и др.

Специфика проблемы человеческого бессмертия такова, что она предполагает исследование на стыке различных наук – как естественных, так и гуманитарных. Сегодня, в век высоких технологий, она приобретает особую новизну и актуальность. В качестве примера можно привести набирающее большую популярность стратегическое общественное движение «Россия 2045», которое имеет трансгуманистическую направленность. Инициативной группой данного движения был разработан проект достижения кибернетического бессмертия «Аватар». Для реализации проекта была создана электронная корпорация «Бессмертие». Работа над проектом началась в 2011 году. Всего в ходе реализации проекта планируется создание 4 аватар:

- аватар А (небиологическое антропоморфное искусственное тело человека, дистанционно управляемое через интерфейс «мозг-компьютер»); разработка данного направления предполагает также усовершенствование органов чувств человека и протезов, а также создание экзоскелетов; планируемое время создания – 2020 год;
- аватар Б (искусственное тело, пригодное для трансплантации в него головного мозга человека), продляющий жизнь человека до 200-300 лет; планируемое время создания – 2025 год;
- аватар В (разработка методики переноса нематериальной структуры сознания человека в полностью искусственное тело);
- аватар Г (создание тела из нанороботов и тела-голограммы); планируемое время создания – 2045 год [8].

Таким образом, мы видим, что функцию воскрешения человека берут на себя ученые. Во всяком случае, представители религиозных конфессий к проекту относятся неоднозначно. Известный гуманист К. Ламонт считал нелепой идею бессмертия души, отделенной от тела. Исходя из этого, актуальность приобретает иная постановка проблемы: возможно ли бессмертие тела без души? В связи с этим, можно ли утверждать, что кибернетическое бессмертие – это бессмертие подлинное? Во всяком случае, философ-космист Н. Ф. Федоров, мечтая о воскрешении человека, все же исходил из христианского понимания проблемы. Столь непростая ситуация усугубляется тем, что на сегодняшний день не существует признанного наукой однозначного четкого определения бессмертия, которое бы в полной мере отражало все онтологические и гносеологические аспекты онога [11, с. 33].

Онтология изучает не то, как мир реально существует, а то, как его можно мыслить. Следовательно, онтология бессмертия акцентирует внимание не на том, как бессмертие реально возможно, а на том, как его можно мыслить.

На наш взгляд, проблему онтологии бессмертия интересно было бы рассмотреть с точки зрения медиафилософии, которая представляет собой относительно новое, но уже вполне сформировавшееся научное направление. Тематическое поле медиафилософии достаточно обширно. Оно включает в себя (помимо прочих направлений) проблемы телесности и медиальности, которые могут коррелировать с проблемой онтологии бессмертия.

Цель нашего исследования – рассмотреть феномен медиа в фокусе онтологии бессмертия. В рамках представленной статьи мы предлагаем взглянуть на средства массовой информации и коммуникации под новым, достаточно необычным углом зрения, дающим выход в религиозно-мифологическое измерение. И чтобы проделать наш опыт максимально убедительно, зададимся наиболее уместным в связи с предстоящим разговором вопросом: чем так завораживают аудиторию телевидение, Интернет, радио, печать и почему мы уже не в силах без них обходиться?

Немалое количество исследовательских интерпретаций природы массмедиа, циркулирующих сегодня в научной среде, к сожалению, не могут быть признаны вполне удовлетворительными, главным образом, по причине недостаточной смелости авторов, опасаящихся, как нам кажется, проникать в глубины данного явления из-за ощущения риска столкнуться там с чем-то по-настоящему неведомым и от этого пугающим или, наоборот, чрезмерно радующим. Можно, в частности, привести следующий пример такого осторожного определения массмедиа: «Под средством массовой информации (в дальнейшем – СМИ, медиа), – пишет автор, – мы понимаем средство производства и распространения информации (организационно-технический комплекс), для деятельности которого характерна общедоступность информационного продукта, обращенность к массовой аудитории, а также корпоративный характер работы с данными» [4, с. 10]. Разумеется, медиа призваны производить и распространять информацию, естественно, их продукция предназначена не единичному пользователю, само собой, рождается она как результат коллективного творчества. Однако данные утверждения едва ли добавляют нечто новое к уже известному.

Тренировка человечества в его приверженности к массмедиа с успехом ведется, по меньшей мере, пару столетий, что уже сформировало силу зависимости, имеющую характер болезни. И вот уже доходит до того, что медиа, как отмечает признанный авторитет в отечественной медиафилософии В. В. Савчук, «раскрываются и обретают свою силу внутри нас. Они видят, слышат, обоняют и чувствуют нами» [12, с. 389]. Или в другом месте: «Коммуникант не может жить без информации, можно сказать, он заражен информационной булимией; недостаток информации вызывает страдание» [Там же, с. 396-397]. Поэтому, отвечая на поставленный выше вопрос, предположим, что через массмедиа реализуется некая мега-потребность, с которой не могут справиться прочие весьма эффективные средства. И, думается, дело тут вовсе не в интерактивности, конвергентности и общедоступности медиа, хотя эти качества не стоит сбрасывать со счетов, а в чем-то гораздо более ценном и значимом [17, с. 15].

Человек, благодаря собственной сознательности, достаточно разборчив, чтобы не быть аддиктивным по любому поводу. Нам нравится только то, что приносит несомненное удовольствие, и в мире не так уж много объектов сверхжелания миллионов и даже миллиардов. Медиа – один из таких навязчивых объектов.

Конечно, они снабжают нас информацией и знаниями, а это приятно, вне всяких сомнений, они заполняют наш досуг и помогают не сойти с ума от тяжелой работы; медиа развивают интеллектуально, нравственно и эстетически, формируют нужные представления о мире [14, с. 25-32]. Однако, наверное, их главное качество, заставляющее регулярно забывать о наличной действительности, выражается в их метафизическом очаровании, точнее – чародействии. Они, в отличие от большинства прозаических вещей мира сего, способны к исключительной поэтизации рутинной повседневности, ее магическому околдованию. В замечательной академической манере о магии написал Й. П. Кулиану: «В принципе, магия, изучением которой мы занимаемся, – это наука о воображаемом, которое она исследует собственными ей средствами и манипулирует им по собственному усмотрению. На высшей ступени развития, которого она достигла в работах Джордано Бруно, магия – метод контроля над отдельным человеком и множеством людей, в его основе – глубокие знания индивидуальных и коллективных эротических пульсаций. В ней можно распознать не только далекую предшественницу психоанализа, но также – и главным образом – предтечу прикладной социальной психологии и психологии масс. Будучи наукой о манипуляции образами, магия прежде всего работает с воображением человека, стремясь вызвать устойчивые ощущения. Маг эпохи Возрождения – психоаналитик и пророк, но в то же время он предвосхищает такие современные профессии, как руководитель по связям с общественностью, пропагандист, шпион, политический деятель, цензор, глава средств массовой коммуникации, специалист по рекламе» [9, с. 57-58]. И все же простой констатации данных подробностей недостаточно, чтобы проникнуть в самую сердцевину исследуемого феномена. Попробуем разобраться в том, как функционирует магия в сфере медиа и на какие смысловые горизонты она нас ориентирует.

Начнем с того, что хронотоп медиа определенным образом упорядочен: скажем, газетно-журнальное пространство или эфирное время телеканала немислимы вне расписания, графика или суровых требований дизайнера и верстки. Хронотопом М. М. Бахтин называл «существенную взаимосвязь временных и пространственных отношений» в применении к литературе [2, с. 234]. Свой хронотоп есть и у медиа. Хронотоп медиа – это весьма жесткая и устойчивая программа, которая не может не подстраивать под себя в большей или меньшей степени экзистенциальный ритм рядового члена социума. В итоге мы откладываем свои дела ради трансляции футбольного матча или отвлекаемся от реальной работы на изучение ленты новостей, или упоенно смотрим любимый сериал, вместо того чтобы играть с собственными детьми. Вариантов вторжения и оккупации нашей жизни со стороны медиа много, но главное – это их пространственно-временная отомобилизованность, чего не встретишь в обычной жизни. В ней мы, как правило, действуем весьма расслабленно, вяло и без особого принуждения не бываем готовы на великие свершения, равно как и на не великие тоже.

Из этого вытекает еще один интересный момент – тотальный распорядок медиа отсылает нас к удивительному миру без (вне) случайности. Это некая область, из которой случайность попросту изгнана вон. Сама по себе она есть незапланированный казус (ошибка), который может путать нам карты, трансформировать или даже отменять утвержденные проекты. Ситуационистский *detournement* (так назывался деконструктивистский метод, получивший распространение в ультрарадикальном искусстве Франции 50-70-х гг. XX в., делавший ставку на неожиданные и дикие эффекты, в которых выражалась бы установка, что творчество способно быть делом жизни и даже делом смерти, а не институциональным ремеслом), на наш взгляд, может служить наиболее репрезентативным примером роли и мощи случайности в культурно-историческом поле [15]. В хронотопе медиа все неслучайно, а если подобный казус все-таки вторгается в сетку вещания или редакционное моделирование, он неминуемо распознается совокупным организмом работников издания как повод к скандалу или конфузу. Специалисты в сфере редакционного менеджмента выделяют целый ряд условий успешного функционирования каждого отдельного журналистского цеха, среди которых на почетных местах расположены координация, нормирование и контроль [5, с. 72-78]. Еще раз: сценарий, протокол, четкая и отлаженная режиссура – основа космоса медиа, их фундаментальные качества. В идеале медиа и стихия несовместимы, а когда говорят о стихийности медиа, превращают истину в оксюморон.

Учитывая тот факт, что медиа-контент представляет собой реальность невещественную, поскольку все, что транслируется через СМК, очевидно, носит образную, знаково-символическую специфику (а образы, как известно, неосязаемы), мы можем дать любопытное определение медиа: *они есть нематериальный, сверхупорядоченный мир без случайностей*. По странному стечению обстоятельств подобный мир очень напоминает религиозные представления о рае, которые, в частности, в христианско-православной традиции наиболее ярко выражаются через иконописные техники.

Мир иконы – это мир нездешний, преображенный, мир совершенного состояния. Оттого и золотое свечение вокруг святых, оттого и нет теней в закоулках канонических икон, и некуда злу здесь укрыться. Это реальность блаженно-предсказуемого Царства Небесного, где все процессы остановились, стремиться уже не к чему, цели достигнуты и нет возможности для всякого рода казусов (ошибок). В подобном ключе рассуждают многие известные теоретики византийской и древнерусской живописи, а по-детски пронзительная необычность, аллегорическая деформированность и фактическая потусторонность иконописных изображений получили очень емкую квалификацию «системы обратной перспективы» [16, с. 246].

Следует констатировать, что хронотоп медиа (по аналогии с иконой) по многим параметрам напоминает мир не падшего состояния человечества. Каждой минутой своего существования медиа нагнетают ситуацию до грехопадения за счет конструирования особой (идеальной, в платоновской версии) реальности, в которой человеку значительно лучше, чем в «реальной реальности» (инверсированный нами термин Н. Лумана) [10, с. 11]. Социологи отмечают серьезный рост процента так называемых «тяжелых» зрителей в современном обществе –

это люди, проводящие у телеэкранов и мониторов компьютеров более четырех-пяти часов в сутки, смотря все передачи подряд [6]. И эта «обнадеживающая» тенденция, скорее всего, продолжится, причем подобного рода медиа-эскапизм в предельной фазе может остановиться только на «утяжелении» абсолютно всех объемов массового сознания людей, обитающих на планете. Во всяком случае, так подсказывает логика.

Подводя итоги исследования, сделаем несколько обобщающих выводов. Во-первых, в условиях информационного общества медиа неожиданно для себя стали выполнять работу религиозно-мифологического характера. Это ни в коем случае не говорит о притуплении религиозного чувства в эру глобализации, побуждающем адептов традиционных религий предаться столь экзотическому богостроительству, но лишь о его причудливой метаморфизации и акселеративном росте до уровня гротесковой масштабности. На наш взгляд, уже сейчас медиа и конфессии, как нам кажется, делают одно дело – осуществляют поиск путей проникновения человечества в сферу вожделенного Времени Оно, за счет чего реализуется миф о вечном возвращении. Во-вторых, природа массмедиа не поддается окончательному конвенциональному определению в силу её принадлежности миру грядущему, как некое обетование о лучшей доле для человечества, сопряженной с надеждами на решение самых последних онтологических вопросов – победой над болью, страданиями и даже смертью как корнем всякого зла. В этом разрезе природа медиа выглядит оптимистически апокалиптической. И если современные медиа – на самом деле всего лишь блики наступающей эпохи, то разговор о них сегодня есть чистая футурология.

Список источников

1. Балашов Л. Е. Жизнь, смерть, бессмертие. М.: Дашков и К, 2012. 301 с.
2. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М.: Художественная литература, 1975. 504 с.
3. Варава В. В. Апофатическая философия о смерти и бессмертии // Оптина Пустынь в русской культуре: материалы VIII Всероссийских чтений, посвященных братьям Киреевским. Калуга: Эйдос, 2011. С. 50-56.
4. Владимирова М. Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения): монография. М.: Флинта; Наука, 2011. 144 с.
5. Гуревич С. М. Номер газеты: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 191 с.
6. Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Московского ун-та, 2004. 416 с.
7. Игнатъев В. А. В поисках души и бессмертия. Работы разных лет (2005-2009). М.: Э. РА, 2010. 402 с.
8. Корпорация «Бессмертие» объявила о начале работ по созданию искусственного тела человека [Электронный ресурс] // Взгляд: деловая газета. 2011. 23 марта. URL: <https://vz.ru/news/2011/3/23/477788.html> (дата обращения: 24.11.2018).
9. Кулиану Й. П. Эрос и магия в эпоху Возрождения. 1484. СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2017. 592 с.
10. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 256 с.
11. Пономаренко Н. В. Идея бессмертия: онтологический и гносеологический аспекты // Вестник Оренбургского государственного университета. 2013. № 7 (156). С. 29-36.
12. Савчук В. В. Топологическая рефлексия. М.: Канон+, РООИ «Реабилитация», 2012. 416 с.
13. Семенова С. Г., Гачева А. Г. Смерть, бессмертие и воскрешение в «Философии общего дела» // Философия бессмертия и воскрешения: по материалам VII Федоровских чтений: в 2-х вып. М.: Наследие, 1996. Вып. 1. С. 53-74.
14. Система средств массовой информации России: учеб. пособие для вузов / под ред. Я. Н. Засурского. М.: Аспект Пресс, 2001. 259 с.
15. Тесленко Е. Детурнемент // Лексикон неклассики. Художественно-эстетическая культура XX века / под ред. В. В. Бычкова. М.: РОССПЭН, 2003. С. 154-155.
16. Успенский Б. А. Семиотика искусства. М.: Школа «Языки русской культуры», 1995. 360 с.
17. Черных А. Мир современных медиа. М.: Территория будущего, 2007. 312 с.
18. Ширяева Е. В. Онтологические основания идеи человеческого бессмертия: дисс. ... к. филос. н. Иваново, 2016. 169 с.

THE MASS MEDIA NATURE IN THE CONTEXT OF IMMORTALITY ONTOLOGY

Tsukanov Evgenii Aleksandrovich, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Higher School of Printing and Media Technologies of St. Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design
tsukanov@rambler.ru

Modern studies in the field of the mass media, as a rule, are conducted at the junction of several sciences. In the article, an attempt is made to explain the mass media nature through philosophical and cultural discourse in the aspect of immortality ontology. The author believes that the media in the modern society play the role of some kind of global denomination, serving its followers' religious needs. Ultimately, the media can act as a kind of magical foreshadowing of the ideal state of the humanity that could be qualified as a state of once-lost paradise, the search for which has not stopped even in the conditions of the secularized world.

Key words and phrases: immortality; mass media; ideal; ontology; needs; addiction; chronotope; magic; accident; myth; media image.