

УДК 130.2

**Медіальний поворот у філософії**

Д.В. ПЕТРЕНКО

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна,  
E-mail: Dmitrypetrenko@yandex.ua**Авторське резюме**

Стаття присвячена дослідженню філософських концептуалізацій медіа. Філософія медіа – один з найбільш актуальних напрямків сучасної філософії. Мета статті – дослідити лінії концептуалізації медіа у філософії другої половини ХХ – початку ХХІ сторіччя. Найбільш популярним значенням імені медіа є «засіб масової інформації», або «засіб масової комунікації». З другої половини ХХ сторіччя це значення регулярно відтворюється у різних філософських дослідженнях, які звертаються до критики масової інформації/комунікації. Філософи критикують медіа як складову культурної індустрії або проводять аналіз ідеології, що ретранслюється мас-медіа. Існує також і друге значення концепту медіа – «матеріальні фактори комунікаційних процесів». Канадський теоретик культури М. Маклюен розглядає медіа не тільки як засіб комунікації, але і як повідомлення. Ім'я медіа тут стає центральним інструментом вивчення трансформацій культури. Подальший розвиток ця лінія знаходить у дослідженнях В.Онга, Ф.Кіттлера, Р.Дебре.

У ряді сучасних філософських концепцій поняття медіа визначається ще ширше і співвідноситься з поняттям мова (Д.Мерш, Л.Візінг, М.Фогель, В.Савчук). Означені лінії філософії медіа є результатом лінгвістичного повороту, який визначив мову центральною філософською проблемою. Медіальний поворот у сучасній філософії є продовженням лінгвістичного повороту і складає одну з найбільш важливих тенденцій актуального мислення.

**Ключові слова:** медіа, медіафілософія, лінгвістичний поворот, медіальний поворот, комунікація, концепт, мова.

**Medial turn in philosophy**

D.V. PETRENKO

V. N. Karazin Kharkiv national university, Kharkiv, Ukraine, E-mail: Dmitrypetrenko@yandex.ua

**Abstract**

The article deals with the philosophical interpretation of the media concept. Philosophy of media is one of the most topical trends of modern philosophy. The purpose of the given article is to study the directions of conceptualization of media in philosophy of the second half of the XX century – the beginning of the XXI century. The most popular definition of the term media is «mass media», or «communication media». From the second half of the XX century this definition is regularly reproduced in various types of philosophical research, which deal with the critics of mass media/communication media. The founders of the Frankfurt School criticize media as a constituent of the culture industry. The philosophers of the school of cultural re-

© Д.В. Петренко, 2015

search carry out the analysis of the ideology of the retransmitted mass media. There is another interpretation of the media concept as «material factors of communication processes». The Canadian theorist of culture M. McLuhan considers media to be not only the means of the communication, but also a message. Therein the concept of «media» becomes the central tool for studying transformations of culture. The further development of the given direction in interpretation of media can be found in the research of W. Ong, F. Kittler, R. Debray.

In a number of modern philosophical conceptions the media concept is defined even more broadly and is corresponded to the concept of language (D. Mersch, L. Wiesing, M. Vogel, V. Savchuk). The given directions of mediaphilosophy are the result of the linguisticturn, which designated language to be the central philosophical problem. The mediaturn in modern philosophy is an extension of the linguisticturn and is one of the most important tendencies of hot cognition.

**Key words:** media, mediaphilosophy, linguisticturn, concept, communication.

**Постановка проблеми.** Філософія початку ХХІ століття досить часто звертається до слова «медіа» для маркування і осмислення актуальних процесів, що формують сучасну культуру. Під медіа зазвичай маються на увазі засоби масової інформації, і завданням філософії тут проголошується створення критики, яка стане інструментом викриття ідеологічних маніпуляцій, що ретранслюються ЗМІ. Але, окрім цього, найбільш розповсюджене визначення імені «медіа» існує й інше, більш широке, відповідно до якого медіа – фізичний носій комунікаційних процесів. Це визначення поступово виходить за межі маркування технологічних аспектів обміну інформацією і стає точкою відліку для формування альтернативних генеральній, «критичній» лінії стратегії розуміння медіа.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Основи інтерпретації медіа в контексті матеріальних факторів комунікацій були розроблені в дослідженнях Торонтської школи комунікацій (Г. Інніс, Е. Хевлок, М. Маклюен, В. Онг). Ім'я «медіа» тут стає спочатку допоміжним, а пізніше – центральним інструментом дослідження культури в синхронічному та діахронічному зрізах. Як писали Ж. Дельоз та Ф. Гваттарі в «Що таке філософія?», концептам іноді «необхідно для свого позначення незвичне слово, інколи варварське або ж шокує, тоді як іншим достатньо самого звичного повсякденного слова, яке наповнюється такими далекими обертонами, що нефілософський слух може їх і не розрізнити» [3, с. 17]. Отже, центральним запитанням для багатьох сучасних ліній філософії медіа є: чи може слово «медіа» стати філософським концептом, або ж воно здатне бути лише інструментальним оператором технадетерміністських концепцій культури?

**Метою дослідження** є дослідження ліній філософських концептуалізацій імені «медіа» в філософії другої половини ХХ – початку ХХІ століття, що, безсумнівно, може скласти підґрунтя для артикуляції сучасних дослідницьких методологій культури.

**Виклад основного матеріалу.** У 1950-ті роки Інніс, аналізуючи комунікаційні процеси, акцентував увагу на матеріальних носіях інформації. Папірус, пергамент, папір розгля-

даються канадським ученим як найважливіші фактори культурної динаміки (варто відзначити, що Інніс віддає перевагу імені цивілізація). Конфлікт цивілізацій, а також внутрішньосоціальні протистояння зумовлені доступом до засобів масової комунікації. Для Інніса принципово важливо не тільки позначити зв'язок медіа/цивілізація, але й помислити медіа як інструмент переконфігурації просторових і часових координат. Саме тому він вводить дещо суперечливе розділення засобів масової комунікації на часові – time-biased (архітектура, пергамент) і просторові – space-biased (папірус, папір). Подальше розширення значень імені «медіа» було здійснене послідовником Інніса М. Маклюеном, в роботах якого медіа не тільки мислиться як технічний інструмент передачі повідомлення, а й саме оголошується повідомленням. «Medium is the message». Незважаючи на дещо скептичне ставлення до Маклюена в академічному середовищі, важко заперечити, що його дослідження були достатньо послідовною спробою створити філософію культури, засновану на медіадетермінізмі. Як пише Маклюен в «Розумінні медіа», «засіб комунікації (медіа) є повідомлення <...> Це означає, що особисті і соціальні наслідки будь-якого засобу комунікації, тобто будь-якого нашого розширення назовні, впливають з нового масштабу, привнесеного кожним таким розширенням або новою технологією» [6, с. 9].

Змішування посередника і повідомлення у визначенні медіа викликало радикальне неприйняття ідей Маклюена серед дослідників комунікацій. Термінологічна плутанина, підкріплена сумнівними антропологічними і культурологічними доказами, з точки зору багатьох критиків ослабила значущість культурфілософських інтуїцій Маклюена, що призвело до парадоксальності статусу Маклюена в сучасному філософському і гуманітарному дискурсі. З одного боку, медіадетерміністські розуми Маклюена ще в 1970-х роках піддаються нищівній критиці, з іншого – більшість теоретичних досліджень медіа посилюються на «Галактику Гутенберга» або «Розуміння медіа» як на піонерські роботи з медіатеорії. Як писав Д. Кіркофф, «ще так багато можна дізнатися у «оракула електронної

епохи». Фактично прийшов час повернутися до Маклюена і йти далі» [4, с. 249].

Так, Ф. Кіттлер, розробляючи в 1990-х роках разом з Х.-У. Гумбрехтом методологію дослідження матеріальних факторів комунікацій в культурі, звертається до концепції медіа Маклюена. Ім'я «медіа» стає для Кіттлера інструментом подолання змістового підходу, в межах якого культура розглядалася лише як текст або дискурс. Як пише німецький дослідник, «неточності в понятті медіуму в Маклюена не повинні перешкоджати подальшій розробці його основних тез. Без цього формулювання («сам медіум і є повідомлення»), яке заперечує пошук за технічно виробленими поверхнями ще чогось іншого, наука про медіа <...> не відбулась би» [5, с. 25].

Р. Дебре в роботі «Вступ до медіології» стверджує, що поєднуючи медіум і повідомлення Маклюен зміщує канал, код і носій інформації [2, с. 63]. У межах свого проекту медіології французький мислитель пропонує ввести розрізнення понять «медіум» і «медіа». За визначенням Дебре, «Медіум – це місце і функція в диспозитиві переносу. Він не є заданим, це поняття повинно розроблятися у кожному окремому випадку. Медіум не зміщується з тим, що визначається як медіа» [2, с. 203], у зв'язку з тим, що «медіа – це річ у певному стані» [2, с. 192]. Таким чином, Дебре акцентує медіологічне дослідження на ситуативності функціональної і топологічної зумовленості, підкреслюючи, що медіум не може бути з самого початку визначеним. Дебре вдається ввести розуміння медіа за межі комунікативістських досліджень для того, щоб помислити можливість відновлення переваг інститутів знання над засобами інформації. Операції Дебре – це членування і збірка: необхідно розділити передачу і комунікацію, матерію, яка обробляється, і матеріалізовану організацію, техніку і культуру для того, щоб почати медіологічне дослідження, яке одночасно стає і описом, і приписом. Означений жест розширює значення ім'я «медіум» до маркера різних проявів як матеріальних носіїв, так і матеріалізованих організацій, завдяки яким інституційний вектор відтворюється не тільки організаційними рамками (школа, церква), але і мовним кодом [2, с. 206].

Розгляд мови як медіа – це одна з тенденцій деяких сучасних концептуалізацій медіа (Д. Мерш, Л. Візінг, М. Фогель, В. Савчук). Так, В. Савчук пише: «Людина залучена до того, зв'язок чого намагається представити, але форми представлення і є медіа: мова, система знаків, символів, понять» [7, с. 196]. Мова тут стає середовищем, яке визначає і формалізує мислення, сприйняття і дію. М. Фогель наступним чином формулює завдання медіафілософії – «Розробити положен-

ня, що витікає з загальної концепції медіа, і виділяє мову як особливе і значуще медіа серед інших» [цит. по 7, с. 187]. Таке розширення значення імені медіа, що дозволяє включати в нього і мову, є результатом лінгвістичного повороту, який визначив мову центральною філософською проблемою. Саме слово медіафілософії вперше було введено в роботі Р. Фітца «Медіафілософія. Музика, мова і письмо Фрідріха Ніцше», де мова мислиться як медіум вираження і повідомлення. Втім, варто відзначити, що дане розширення медіа не викликало особливого інтересу з боку філософів мови, в зв'язку з тим, що навряд чи нова метафора «мова як медіа» може евристично чи концептуально доповнити існуючі на сьогоднішній день філософські і наукові дослідження. Мова як форма – основний сюжет чисельних структуралістських і постструктуралістських розробок, мова як онтологічне середовище – центральна тема постгайдеггерівської філософії. Складається враження, що включення в сферу медіафілософських досліджень твердження «медіа – це в тому числі і мова» було необхідно для легітимації медіафілософії, яка розширює свою експансію і на поле філософії мови, що автоматично тепер розглядається як підрозділ медіафілософії.

Парадоксально, автори, які проголошують медіальний поворот в сучасній філософії, вочевидь, намагаються скопіювати подію лінгвістичного повороту, хоча легітимізація імені медіа, за великим рахунком, пов'язана з подоланням домінуючого статусу мови як центрального топосу онтологічного, гносеологічного і етичного. Констатації медіального повороту передували не дуже переконливі спроби проголошення візуального або пікторального повороту (В. Мітчелл), які в 1990-ті роки оголосили візуальний образ ключем до розуміння як культури кінця ХХ століття, так і зміцень у філософському, соціальному і гуманітарному пізнанні [9, р. 11]. Революційна перемога образу над мовою насправді виявилася лише критикою методологічних можливостей філософії мови, позначивши відмінність образу від знаку. Візуальний поворот був не більш ніж красивою декларацією і не зміг сформувати власну парадигму подібно лінгво-, тексто-, дискурсцентризмам, але все ж таки намітив ряд ліній втечі, які відкрили нові області для філософських концептуалізацій. Медіальний поворот був спробою реабілітувати проект візуального повороту. Долаючи опозицію «мова – образність», ім'я медіа повинно було зняти намічені візуальним поворотом протиріччя і перетворитися у рухомий маркер, що поєднував би мову, образ, друкарський верстат і т.д. Медіальний поворот – проект ще менш вдалий, ніж візуальний, в зв'язку з тим, що, починаючи з відкриття цікавих топосів, –

матеріальних факторів культурних взаємодій, – він прийшов фактично до розуміння медіа як чудової метафори, яка включає гру відмінності в культурі і стирає жорсткі опозиції.

У цьому сенсі характерною є робота з ім'ям «медіа» Г. Толена, який розробив «метафорологію медіального», натхненну теорією метафори Г. Блюменберга. Метафора в концепції Блюменберга створює до- або позапонятійну «область-каталізатор, яка постійно збагачує світ понять, не втрачаючи при цьому своєї фундаментальної якості» [8, р. 4]. Толеном проводиться дослідження метафори «медіума» від Аристотеля до сучасної філософії, з детальним проясненням всіх її актуалізацій. У Толена «медіальне» стає метафорою переносу, що спрямовує перипетії онтологічної, гносеологічної та етичної проблематики [10, р. 659]. Тема «мова як медіа» тут поступово перетворюється на «медіа як мова».

Позначення тут лінії розуміння медіа підводять нас до питання: медіа – це явище чи ім'я? Якщо медіа – це ім'я, то для відповіді на питання «що є медіа?» необхідно зануритися в глибини мови, адже в такому випадку немає нічого, окрім ланцюгів означників, що складаються в текст або дискурс. Якщо ж медіа – це явище, то необхідно виявити його основи, чи то за допомогою детермінуючого визначення, яке маркує певний клас об'єктів, чи то завдяки серії редукцій, що розкривають первинну даність феномена свідомості. І тут філософ медіа затискається в *double bind*: або медіа – це явище, або медіа – це метафора. Виходом з цієї дилеми може стати процесуальне розуміння медіа. Втім, цей аспект уже був намічений у німецькій медіафілософії, яка пропонує замість дослідження сутності медіа розглядати різні прояви медіації. Медіа як посередництво, що не має сутності, стає ім'ям радикальної стратегії безосновного мислення, яке фіксує траєкторії переходів, переключень, переводів. Але таке розширення використання імені медіа, як вже було зазначено вище, веде до втрати базових матеріалістичних інтуїцій. Втім, для означеного підходу будь-яка розмова про втрату буде проявом логоцентричної туги про витік, яку необхідно терміново деконструювати. І знову над думкою про медіа нависає загроза опинитися в лабетах лінгвоцентризму, хоча і дещо ослаблених. Все ж таки процесуальне розуміння медіа може стати одним із десигнаторів, які окреслюють план іманенції (не)можливого концепту медіа.

За якими критеріями можна розпізнати концепт і не сплутати його з метафорою чи поняттям? Відповідно до Дельоза і Гваттарі, у концепту «немає референції; він автореферентний, будучи створеним, він одночасно артикулює і себе, і свій об'єкт. В його конструванні об'єднуються відносне і абсолютне» [3, с. 33-34]. Концепт, на відміну від

поняття, «відносний до своїх власних складових, до інших концептів, до плану, в якому він виділяється, до проблем, які він покликаний вирішувати» [3, с. 33], а на відміну від метафори, він «абсолютний завдяки здійснюваній ним конденсації, по місцю, яке він займає в плані, по умовах, які він приписує проблемі» [3, с. 33]. І якщо первинним філософським жестом є не споглядання, рефлексія чи комунікація, а творчість концептів, то можливість медіафілософії відкривається через становлення-концептом слова «медіа».

Але попередній розгляд стратегій концептуалізації імені медіа недостатній. Медіа не може мислитися як привілейований означник в ланцюзі інших означників (Толен, Мерш), тому що в такому випадку потрапляє в полон до лінгвоцентризму, не може мислитися і як явище серед інших явищ – таке визначення безповоротно призводить до позначення сутності, яка актуалізується або в залежності від сприйняття феноменальної даності (Мюнкер, Фогель, Савчук), або як частина матеріального об'єктного світу (Кіттлер, Маклюен, Дебре). Концепт медіа, який не є ані метафорою, ані позначенням явища, може бути співвіднесений з процесом. Але фіксація іменем медіа варіацій зміщення посередників також є недостатньою, адже надмірно розширює розуміння медіа, що заважає переходу від метафори до концепту. Пройшовши шлях від інструментального маркування різного роду технічних носіїв до витончених і примарних ігор метафори посередництва розуміння медіа повинно повернутися до витоків. А що означає повернутися до витоків? Чи можливо повернутися в той самий топос? У творі «Анабазис» Ксенофонт описує невдалий похід загону грецьких найманців у Персію, в результаті якого вони змушені були повертатися до моря. Але шлях цього повернення не був повторенням, він не був напереданим. Грецькі воїни проходили інший шлях, хоча й рухались у відоме їм місце. Цей рух Ксенофонт називає грецьким словом *анабазис*, від дієслова *αναβαίνειν*, що означає одночасно і відправляти, і повертатись. Як пише А. Бадью, «анабазис є вільний винахід блукання, що мало бути поверненням – поверненням без шляху-повернення через етап блукання... Винайдене блукання, вочевидь, прокреслило криву повернення. Нечуваного повернення» [1, с. 104]. Для становлення-концепту медіа необхідним є рух, подібний анабазису: варто повернутися до первинного технічного значення, але воно вже не буде первинним, тому що в те саме місце повернутися неможливо. Анабазис завжди приводить в інше місце, і схоже, і не схоже на початок шляху.

**Висновки.** Поеднання процесуальності і технічності дозволяє дати таке визначення: медіа – це множина процесів вироб-

ництва, фіксації, створення, ретрансляції і відтворення образів і знаків, актуалізованих і підтримуваних за допомогою техніки. Чи перетворилося ім'я «медіа» на філософський концепт? На це питання ми змушені відповісти негативно. Наприклад, не зовсім зрозуміло, що мається на увазі під словами «процеси виробництва, фіксації, створення, ретрансляції і відтворення». Також і ім'я «техніка» ще

чекає свого прояснення. Все ж, нехай дане визначення стане першим кроком на шляху до розуміння медіа. Але для того, щоб ім'я «медіа» стало філософським концептом, це визначення повинно бути доповнене, що потребує нових філософських досліджень даної проблеми, які актуалізують не тільки питання взаємозумовленості медіа і культури, але також і співвідношення медіа і людини.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Бадью А. Століття / Ален Бадью [пер. з фр. А. Репа]. – Львів : Кальварія, 2014 – 303 с.
2. Дебрэ Р. Введение в медиологию / Режи Дебрэ [пер. с фр. Б. Скуратов]. – М. : Праксис, 2010. – 368 с.
3. Делез Ж., Гваттари Ф. Что такое философия? / Жиль Делез, Феликс Гваттари [пер. с фр. С. Н. Зенкин]. – СПб. : Алетейя, 1998. – 286 с.
4. Керкхоф Д. Итак, Маклюэн? Все еще мертв? / Деррик де Керкхоф [пер. с англ. А. Латыпова] // Антология медиафилософии [ред.-сост. В. Савчук]. – СПб. : Издательство РХГА, 2013. – С. 248-259
5. Киттлер Ф. Оптические медиа. / Фридрих Киттлер [пер. с нем. О. Никифоров]. – М. : Логос/Гнозис, 2009. – 271 с.
6. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Маршалл Маклюэн [пер. с англ. В. Николаева] – М. : Кучково поле, 2003. – 464 с.
7. Савчук В. Медиафилософия. / В. Савчук. – СПб. : Издательство РХГА, 2013. – 350 с.
8. Blumenberg H. Paradigms for a metaphorology / Hans Blumenberg [trans. from the ger. R. Savage]. – New York : Cornell university press, 2010. – 152 p.
9. Mitchell W. J. T. Picture theory: essays on verbal and visual representation / W. J. T. Mitchell. – Chicago : University of Chicago press, 1995. – 462 p.
10. Tholen G. Ch. Media metaphorology: irritations in the epistemic field of media studies / Georg Christoph Tholen // South Atlantic Quarterly. – 2002. – Т. 101. – № 3. – P. 659-672.

Стаття надійшла до редакції 07.04.2015

#### REFERENCES:

1. *Bad'yu A. Stolittya (Century)*. – L'viv : *Kal'variya*, 2014 – 303 p.
2. *Debre R. Vvedenie v mediologiyu (What is philosophy?)*. – M. : *Praksis*, 2010. – 368 p.
3. *Delez Zh., Gvattari F. Chto takoe filosofiya? (What is philosophy?)*. – SPb. : *Aleteyya*, 1998. – 286 p.
4. *Kerkhof D. Itak, Maklyuen? Vse esche mertv? (So McLuhan? Still dead?)* // *Antologiya mediafilosofii [red.-sost. V. Savchuk]*. – SPb. : *Izdatelstvo RHGA*, 2013. – P. 248-259
5. *Kittler F. Opticheskie media ((Optical media)*. – M. : *Logos/Gnozis*, 2009. – 271 p.
6. *Maklyuen M. Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka (Understanding Media: external expansion of rights)*. – M. : *Kuchkovo pole*, 2003. – 464 p.
7. *Savchuk V. Mediafilosofiya (Mediafilosofiya)*. – SPb. : *Izdatelstvo RHGA*, 2013. – 350 p.
8. *Blumenberg H. Paradigms for a metaphorology / Hans Blumenberg [trans. from the ger. R. Savage]*. – New York : *Cornell university press*, 2010. – 152 p.
9. *Mitchell W. J. T. Picture theory: essays on verbal and visual representation / W. J. T. Mitchell*. – Chicago : *University of Chicago press*, 1995. – 462 p.
10. *Tholen G. Ch. Media metaphorology: irritations in the epistemic field of media studies / Georg Christoph Tholen // South Atlantic Quarterly*. – 2002. – Т. 101. – № 3. – P. 659-672.

**Петренко Дмитро Володимирович** – кандидат філософських наук, доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна  
Адреса: 61022, м. Харків, Майдан Свободи, 4  
E-mail: [Dmitrypetrenko@yandex.ua](mailto:Dmitrypetrenko@yandex.ua)

**Petrenko Dmytro Volodymyrovych** – PhD in philosophy, associate professor  
V. N. Karazin Kharkiv national university  
Address: 4, Maidan Svobody, Kharkiv, 61022, Ukraine  
E-mail: [Dmitrypetrenko@yandex.ua](mailto:Dmitrypetrenko@yandex.ua)