

---

*Д.В.Петренко,  
кандидат філософських наук, докторант,  
доцент кафедри теорії культури і філософії науки  
ХНУ імені В.Н.Каразіна*

## **КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ МЕДІА У ФІЛОСОФІЇ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТОРІЧЧЯ**

Сучасна філософія часто розширює свою інтелектуальну територію, перетворюючи в об'єкт рефлексій нові культурні топоси, що інколи маніфестуються в нових підрозділах або напрямках філософського знання. Одна з таких ліній сучасних філософських концептуалізацій вибудовується навколо імені «медіа», яке визначається як медіа-філософія, або філософія медіа, що робить *актуальними* дослідження щодо імені «медіа» і шляхів його становлення філософським концептом. Отже, *мета* статті – реконструкція стратегій концептуалізації медіа у філософії другої половини ХХ – початку ХХІ ст.

Слово «медіа» походить від латинського *medium* – середина, посередник (множина – *media*). Популярність воно дістало в якості скороченої версії англійського словосполучення «*media of mass communication*», яке перекладається на українську мову як «засіб масової комунікації». В гуманітарному і соціальному дискурсах Радянського Союзу і в багатьох дослідженнях пострадянського періоду набуло поширення інше словосполучення – «засіб масової інформації» або скорочено ЗМІ, яке є перекладом фактично маргіналізованого вже в середині 80-х років минулого століття французького терміну *moyens d'information de masse*. Це поняття більшою мірою відповідало тоталітарним моделям радянської науки, адже передбачало односторонню передачу інформації реципієнту, тим часом як слово комунікація позначало взаємодію, яка стирає односторонність впливу відправника повідомлення на його отримувача. Але саме скорочена версія словосполучення «*media of mass communication*» – «*mass media*», «мас-медіа» у другій половині ХХ ст. зайняло провідну позицію як в повсякденному слововжитку, так і в лексиконі соціальних і гуманітарних наук Заходу. Таким чином, за допомогою метонімічних зміщень слово медіа співвідноситься зі словосполученням «засіб масової комунікації» і досить часто вживається саме

в цьому значенні. Також в теоріях комунікації і дослідженнях технологій формується і інше, більш широке, значення цього слова, медіа тут – фізичний носій для запису, збереження і відтворення інформації або, як в деяких орієнтованих на семіотику теоріях, – повідомлень.

З другої половини ХХ ст. перше значення регулярно відтворюється в різних філософських контекстах, орієнтованих на критику засобів масової інформації/комунікації, яка прихильниками філософської «герменевтики підозри» артикулюється як критика медіа або мас-медіа. Філософські стратегії подібної медіа-критики були розроблені ще в межах досліджень Франкфуртської школи. В праці «Діалектика Просвітництва» батьки-засновники Франкфуртської школи М.Хоркхаймер і Т.Адорно під іменем культурна індустрія легітимували в якості об'єкта філософської критики так звану масову культуру. За визначенням Д.Келлнера, в «Діалектиці Просвітництва» було проаналізовано «різні прояви мас-медійної культури в контексті індустріального виробництва» [12, 29]. Хоркхаймер і Адорно фактично не використовували ім'я «медіа», але, позначивши у культурі одноманітну систему, що сформована радіо, газетами, кіно і телебаченням, вони окреслили царину, на яку потім будуть спрямовувати свої медіакритичні розвідки їх послідовники. Багато дослідників медіа другої половини ХХ ст., вслід за теоретиками Франкфуртської школи, розглядатимуть культуріндустрію як техніку приховування «влади економічно сильніших над суспільством», а в її складових викривати «ідеологію, яка повинна легітимувати той непотріб, які вони навмисно виробляють» [1, 150].

Поняття «ідеологія» стало одним з центральних під час вивчення медіа в Бермінгемській школі культурних досліджень. Поєднуючи критично переосмислені напрацювання Франкфуртської школи, структуралістські теорії і антигуманістичну інтерпретацію марксизму Л.Альтюссера (на певному етапі також психоаналіз Ж.Лакана і теорію влади-знання М.Фуко), бермінгемці створили серію медіа-досліджень, побудованих навколо реконструкції поєднань культури, комунікації і політики сигніфікацій [13, 95]. Інтерпретація ідеології, розроблена Л.Альтюссером (ідеологія як репрезентація уявних ставлень індивідів до реальних умов існування), є базовою для медіа-досліджень бермінгемців [8, 172]. Ім'я «медіа» маркує поле, в якому представники Бермінгемської школи розкрили зв'язки розділених ними секторів політики і культури. Альтюссерівське

поняття «ідеологія» стає зручним інструментом, за допомогою якого розрізнення політика/культура, з одного боку, маркувалось, а з іншого, – стиралось. Ця амбівалентність відобразилась і на програмному визначенні медіа, створеному одним із засновників Бермінгемської школи С.Голом: «Медіа – це основна культурна та ідеологічна сила, яка зумовлює виробництво і перетворення націлених на аудиторію популярних ідеологій» [10, 104]. Звернення до імені «медіа» винятково зумовлене інтересом до можливості досліджень ретратсляції ідеологій для широкої аудиторії. Медіа – це не більш, ніж скорочення від мас-медіа – теза, яка незмінно відтворюється в різноманітних лініях бермінгемських Media Studies: від опису узагальненої комунікативної схеми кодування/декодування С.Гола [11, 117] до реконструкції телевізійної репрезентації ідеологічних ефектів Я.Коннелла [9, 128].

Таким чином, в багатьох філософських дослідженнях можна знайти стійку тенденцію: друкована преса, кінематограф, телебачення, інтернет маркуються презирливим словом мас-медіа або простіше – медіа і залучаються до розмислу або в якості об'єкта критики, або як кумедна ілюстрація інтелектуальної еквілібристики на кшталт С.Жижєка. Тут медіа-філософія може виникнути лише в статусі набору регулятивних приписів для ЗМІ, як формулює своє бачення медіа-філософії Ю.Габермас. Визначення «медіа як мас-медіа» сформувало генеральну лінію розуміння медіа аж до кінця ХХ ст.

Друге визначення медіа як фізичного носія комунікативних процесів поступово виходить за межі маркування технологічних аспектів обміну інформацією і стає точкою відліку для формування альтернативних генеральній, «критичній», лінії стратегії розуміння медіа. Основи даної інтерпретації медіа були розроблені в дослідженнях Торонтської школи комунікацій (Г.Інніс, Е.Хевлок, М.Маклюен, В.Онґ). 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, 17]. У 50-ті роки ХХ ст. Інніс, аналізуючи комунікаційні процеси, акцентував увагу на матеріальних носіях

інформації. Папірус, пергамент, папір канадським вченим розглядаються як найважливіші фактори культурної динаміки (Інніс віддає перевагу імені цивілізація). Конфлікт цивілізацій, а також внутрішньо-соціальні протистояння зумовлені доступом до засобів масової комунікації. Для Інніса принципово важливо не тільки позначити зв'язок медіа/цивілізація, а й помислити медіа як інструмент переконфігурації просторових і часових координат. Саме тому він вводить дещо суперечливий поділ 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 працях якого медіа не тільки мислиться як технічний інструмент передачі повідомлення, а й як саме повідомленням. «*Medium is the message*». Незважаючи на скептичне ставлення до Маклюена в академічному середовищі, важко заперечити, що його дослідження були достатньо послідовною спробою створити філософію культури, засновану на медіа-детермінізмі. 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, принесеного кожним таким розширенням або новою технологією» [6, 9]. При цьому під засобом комунікації, або медіа, Маклюен пропонує розуміти також фонетичну писемність, винахід якої приносить в культуру лінійне мислення. Тому, згідно з Маклюеном, поширення книгодрукування, «галактики Гутенберга», робить масовою лінійність, яка сформувалася завдяки фонетичному запису ще до винаходу друкарського верстату. Слово «медіа» використовується Маклюеном в різних контекстах, які поєднують різноманітні явища: фонетичну писемність, технологію книгодрукування, передане повідомлення. В зв'язку з тим, що сам Маклюен остаточного визначення імені «медіа» не дає, складається враження, що для нього це продуктивна метафора, яка окреслює серію феноменів і дає можливість гратися тим, що в «Розумінні медіа» канадський теоретик маркує топологічною метафорою «масштаб», – стратегія, безсумнівно, натхненна шедевром Д.Джойса «*Finnegan's Wake*», який Маклюен часто цитує. Але така концептуальна невизначеність викликала скепсис щодо досліджень Маклюена. Туманна теза «медіа і є повідомлення» відкривається для різних тлумачень, у тому числі і теологічних.

Змішування посередника і повідомлення у визначенні медіа викликало радикальне неприйняття ідей Маклюєна дослідниками комунікацій. Термінологічна плутанина, підкріплена сумнівними антропологічними і культурологічними доказами, з точки зору багатьох критиків, ослабила значущість культурфілософських інтуїцій Маклюєна, що призвело до парадоксальності статусу Маклюєна в сучасному філософському і гуманітарному дискурсі. З одного боку, медіа-детерміністські розуми Маклюєна ще в 70-х роках ХХ ст. піддаються нищівній критиці, з іншого, – більшість теоретичних досліджень медіа посилаються на «Галактику Гутенберга» або «Розуміння медіа» як на піонерські праці з медіа-теорії. Як писав Д.Кірковф, «Ще так багато можна дізнатися в «оракула електронної епохи». Фактично прийшов час повернутися до Маклюєна і йти далі» [4, 249].

Так, Ф.Кіттлер, розробляючи в 90-х роках разом з Х.-У.Гумбрехтом методологію дослідження матеріальних факторів комунікацій в культурі, звертається до концепції медіа Маклюєна. 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 медіума в Маклюєна 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, 25].

Р.Дебре в праці «Вступ до медіології» стверджує, що, поєднуючи медіум і повідомлення, Маклюєн змішує канал, код і носія інформації [2, 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 змішується з тим, що визначається як медіа» [2, 203], через те, що «медіа – це річ у певному стані» [2, 192]. Таким чином, Дебре акцентує увагу на ситуативності функціональної і топологічної зумовленості, підкреслюючи, що медіум не може бути з самого початку визначеним. Втім, розрізнення медіум/медіа більше нагадує вправу з риторичної педагогіки, ніж конструктивний концептуальний жест.

Дебре стверджує, що медіум «це слово-капкан, по суті воно позначає безліч реальностей різної природи». Проте французький

мислитель виділяє чотири найбільш суттєві, з його точки зору, значення медіума: «Медіум може позначати: 1) загальну процедуру символізації (членороздільне мовлення, графічний знак, аналоговий образ); 2) соціальний код комунікації (мова, що використовується тими, хто говорить або пише); 3) фізичний носій для запису і збереження (камінь, папірус, магнітний носій, мікрофільм); 4) апарат поширення з відповідним режимом циркуляції (рукопис, друкарня, цифровий пристрій)» [2, 66–67]. Навряд спроба Дебре сконструювати з імені «медіум/медіа» наукове поняття може вважатися успішною, але варто виділити два нових значення, які виникають в даному визначенні: мова і апарат поширення. Питання медіа і/як мова буде розглянуте окремо, а ось на визначення медіума/медіа через механізми організації режимів циркуляції варто звернути особливу увагу, адже тут виявляється одне з найважливіших положень теорії культури Дебре: розрізнення між передачею і комунікацією. Як пише мислитель, «до терміна передача ми відносимо все, що має відношення до динаміки колективної пам'яті, а до терміна комунікація – обіг повідомлень в певний заданий момент» [2, 16]. Комунікація здійснюється в просторовій циркуляції інформації, передача – в часовій. Кризу сучасності Дебре пов'язує з розривом між медіумом/медіа комунікації і передачею, який «походить від викликаного технологічним прискоренням нерівноваги між двома гранями – матеріальною й інституціональною – одного й того самого диспозитива, що займається з початку часів переносом символічних благ; між матерією, яка обробляється, і матеріалізованою організацією» [2, 21].

Завдання Дебре – відновити теоретичну значущість передачі в епоху абсолютного домінування комунікації, що стирає культурну пам'ять. Матеріалістична теорія Дебре пропонує під медіумом/медіа розуміти не тільки засоби комунікації, а й засоби передачі, яка здійснюється завдяки таким інститутам, як церква, школа, музей і т.ін. Але розширення розуміння медіа до матеріалізованої організації, над якою нависає транзитивний обов'язок перед інститутом, невинновано включає ім'я «медіа» в ігри виконання приписів і надмірно ускладнює його значення необхідністю маркувати клас різномірних культурних явищ. Ця процедура розширення чи зміни масштабу розуміння медіа за рахунок експансії на суміжні території властива багатьом теоретикам, які виділяють дослідження медіа в окрему галузь знань.

Добре вдається вивести розуміння медіа за межі комунікативістських досліджень для того, щоб помислити можливість відновлення переваг інститутів знання над засобами інформації. Операції Добре – це членування і збірка: необхідно розділити передачу і комунікацію, матерію, яка обробляється, і матеріалізовану організацію, техніку і культуру для того, щоб почати медіалогічне 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, 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, 196]. Мова тут стає середовищем, яке визначає і формалізує мислення, сприйняття і дію. М.Фогель так формулює завдання медіа-філософії: «Розробити положення, що впливає з загальної концепції медіа, і виділяє мову як особливе і значуще медіа серед інших» [цит. за: 7, 187]. Таке розширення значення імені «медіа», що дає можливість включати в нього і мову, є результатом лінгвістичного повороту, який визначив мову центральною філософською проблемою. Саме слово медіа-філософія вперше було введено в обіг Р.Фітцем у праці «Медіафілософія. Музика, мова і письмо Фрідріха Ніцше», де мова мислиться як медіум вираження і повідомлення. Втім, дане розширення медіа не викликало особливого інтересу з боку філософів мови, адже навряд нова метафора «мова як медіа» може евристично чи концептуально доповнити існуючі на сьогоднішній день філософські і наукові дослідження. Мова як форма – основний сюжет багатьох структуралістських і постструктуралістських розробок, мова як онтологічне середовище – центральна тема постгайдегерівської філософії. Складається враження, що включення в сферу медіа-філософських досліджень твердження «медіа – це в тому числі і мова» було необхідно для легітимації медіа-філософії, яка розширює свою експансію і на поле філософії мови, що автоматично тепер розглядається як підрозділ медіа-філософії.

Парадоксально, але автори, які проголошують медіальний

поворот в сучасній філософії, вочевидь намагаються скопіювати подію лінгвістичного повороту, хоча легітимізація імені медіа 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 90-ті роки ХХ ст. оголосили візуальний образ ключем до розуміння як культури кінця ХХ ст., так і зміщень у філософському, соціальному і гуманітарному пізнанні [14, 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 сформувавати власну парадигму подібно лінгво-, тексто-, дискурсоцентризмам, 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 суперечності і перетворитися у рухомий маркер, що поєднував би мову, образ, друкарський верстат і т.ін. Це проблема теоретизацій будь-яких поворотів: позначити загальні місця, поєднати дивергентні серії, відкрити загальну перспективу, яка б складала розрізнені фрагменти культури і пізнання в узагальнену оповідь. Саме тому проголошення повороту – це завжди жест, що поєднує, як сказав би французький поет Лотреамон, «швейну машинку і парасольку на анатомічному столі», тобто дія наближена до сюрреалістичної практики.

Медіальний поворот – проект ще менш вдалий, ніж візуальний, через те, 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.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / Теодор Адорно, Макс Хоркхаймер. – СПб.: Медиум, 1997. – 312 с.



2. *Дебрэ Р.* Введение в медиологию / Режи Дебрэ. – М. : Практис, 2010. – 368 с.
3. *Делез Ж., Гваттари Ф.* Что такое философия? / Жиль Делез, Феликс Гваттари. – СПб.: Алетейя, 1998. – 286 с.
4. *Керкхоф Д.* Итак, Маклюэн? Все еще мертв? / Деррик де Керкхоф // Антология медиафилософии [ред.-сост. В.Савчук]. – СПб.: Издательство РХГА, 2013. – С. 248–259.
5. *Киттлер Ф.* Оптические медиа. Берлинские лекции 1999 г. / Фридрих Киттлер. – М.: Логос/Гнозис, 2009. – 271 с.
6. *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека / Маршалл Маклюэн. – М.: Кучково поле, 2003. – 464 с.
7. *Савчук В.* Медиафилософия. Приступ реальности. – СПб.: Издательство РХГА, 2013. – 350 с.
8. *Холл С.* Культурные исследования: две парадигмы / Стюарт Холл. – Логос. – 2012. – №1. – С.157–183.
9. *Connell I.* Television news and the social contract / Ian Connell // Culture, media, language. Working papers in cultural studies, 1972–1979. – London: Routledge, 2005. – P. 128–146.
10. *Hall S.* Introduction to media studies at the Center / Stuart Hall // Culture, media, language. Working papers in cultural studies, 1972–1979. – London: Routledge, 2005. – P.104–109.
11. *Hall S.* Encoding/decoding / Stuart Hall // Culture, media, language. Working papers in cultural studies, 1972–1979. – P.117–127.
12. *Kellner D.* Media Culter / Douglas Kellner. – London: Routledge, 1995. – 357 p.
13. *Marchart O.* Cultural studies / Oliver Marchart. – Stuttgart: UTB, 2008 – 258 p.
14. *Mitchell W.J.T.* Picture theory: essays on verbal and visual representation. – Chicago: Univercity of Chicago press, 1995. – 462 p.

*Петренко Д.В.* концептуалізація медіа у філософії другої половини ХХ – початку ХХІ сторіччя.

Стаття присвячена філософському осмисленню концепту медіа. Філософія медіа – один з найбільш актуальних напрямків сучасної філософії. Найбільш популярним значенням імені медіа є «засіб масової інформації», або «засіб масової комунікації». Існує також і інше значення концепту медіа – «матеріальні фактори комунікаційних процесів». Канадський теоретик культури М. Маклюен розглядає медіа не тільки як засіб комунікації, а й як повідомлення. Ім'я «медіа» тут стає центральним інструментом вивчення трансформацій культури. Подальший розвиток означена лінія розуміння медіа знаходить в дослідженнях В.Онга, Ф.Киттлера, Р.Дебре.

У деяких сучасних філософських концепціях поняття медіа визнається ще ширше і співвідноситься з поняттям мова (Д.Мерш, Л.Визинг, М.Фогель, В.Савчук). Ці лінії філософії медіа є результатом лінгвістичного повороту, який визначив мову центральною філософською проблемою. Медіальний поворот у сучасній філософії є продовженням лінгвістичного повороту і становить одну з найважливіших тенденцій актуального мислення.

*Ключові слова:* медіа, медіафілософія, візуальний поворот, медіальний поворот, комунікація, передача.

*Петренко Д.В. Концептуалізація медіа в філософії другої половини XX – початку XXI століття*

Стаття присвячена філософському осмисленню поняття медіа. Філософія медіа – одно з найбільш актуальних напрямків сучасної філософії. Найбільш популярним значенням імені медіа вважається «засіб масової інформації», або «засіб масової комунікації». Існує також і друге значення поняття медіа – «матеріальні фактори комунікаційних процесів». Канадський теоретик культури М.Маклюэн розглядає медіа не тільки як засіб комунікації, а й як повідомлення. Ім'я «медіа» тут стає центральним інструментом вивчення трансформацій культури. Далі розвиток цієї лінії розуміння медіа знаходиться в дослідженнях В.Онга, Ф.Киттлера, Р.Дебрэ.

В деяких сучасних філософських концепціях поняття медіа визначається ще ширше і відноситься до поняття мови (Д.Мерш, Л.Визинг, М.Фогель, В.Савчук). Ці лінії філософії медіа є результатом лінгвістичного повороту, який визначив мову центральною філософською проблемою. Медіальний поворот у сучасній філософії є продовженням лінгвістичного повороту і становить одну з найважливіших тенденцій актуального мислення.

*Ключевые слова:* медіа, медіафілософія, візуальний поворот, медіальний поворот, комунікація, передача.

*Petrenko D.V. Conceptualization of media in philosophy of the second half of the XX century – the beginning of the XXI century*

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».

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 media-philosophy are the result of the linguisticturn, which designated language to be the central philosophical problem. The medialturn in modern philosophy is an extension of the linguisticturn and is one of the most important tendencies of hot cognition.

*Key words:* media, mediaphilosophy, visual turn, medialturn, concept, communication.