

Дискурсы этики. 2022, 3(15): 13—26

ISSN 2311-570X (online)

Постоянная ссылка:

http://theoreticalappliedethics.org/wp-content/uploads/2023/02/DE2022_3_15_13-26.pdf

УДК 17, 18

МЕДИА ВНУТРИ НАС

Савчук В. В.

статья:

поступила в редакцию 31.08.2022

принята к публикации 29.11.2022

опубликована (онлайн) 24.02.2023

© Савчук Валерий Владимирович

доктор философских наук, профессор

профессор каф. культурологии, философии культуры и эстетики Института философии

Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия

адрес для корреспонденции: savcuk.valeri@gmail.com

Эта статья доступна в соответствии с условиями лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

Аннотация. В статье обосновывается тезис, что все есть медиа, который с необходимостью ведет к признанию: медиа внутри нас. Последний вывод направляет исследователя на понимания той работы, которую используемые медиа производят внутри нас. Медиафилософский подход предполагает тождество действия и противодействия: медиа в той же мере используется нами, в какой мы используемся медиа. Тезис «медиа внутри нас» по-новому ставит этическую проблему ответственности. Новые медиа колонизировали внутренний мир человека, инкорпорировались, изменив тело изнутри. А поскольку медиа внутри нас, то и рассматривать их лишь как внешний объект является наивным заблуждением для медиафилософии. Реальность — эпифеномен коммуникации и, одновременно, ее условие. Концепт медиа внутри нас означает ровно то же, что и мы внутри медиа. Иными словами, в

медиареальности, где внешнее и внутреннее определения утрачивают определенность границ, медиа являются в такой же степени условием восприятия реальности, в какой создают ее. Реальность массмедиа демобилизует персональное тело, а интернет-пользователь становится коммуникантом.

Ключевые слова: Новые медиа, медиареальность, медиафилософия, тело, коммуникант, суверенность.

Discourses of Ethics. 2022, 3(13): 13—26

ISSN 2311-570X (online)

permanent link:

http://theoreticalappliedethics.org/wp-content/uploads/2023/02/DE2022_3_15_13-26.pdf

MEDIEN IN UNS

Savchuk Valery

received 31.08.2022

accepted 29.11.2022

published (online) 24.02.2023

© Valery V. Savchuk

Doctor of Science in Philosophy, Professor

Department of Department of Cultural Studies, Philosophy of Culture and Aesthetics, Institute of Philosophy, Saint Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

Correspondence to: savcuk.valeri@gmail.com

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

Abstract:

Media within us

The article substantiates the thesis that everything is media, which necessarily leads to the recognition that media is within us. The last conclusion directs the researcher to understand the work that the media used produce within us. The media-philosophical approach assumes the identity of action and reaction: we use the media to the same extent as we use the media. Media is within us. New media colonized the inner world of a person, incorporated, that is, changed the body from the inside. And since media is within us, then considering them only as an external object is a naive delusion for media philosophy. Reality is an epiphenomenon of communication and, at the same time, its condition. The concept of media within us means exactly the same as we do within the media. In other words, in the media reality, where external and internal definitions lose their definition of boundaries, the media are as much a condition for the

perception of reality as they create it. The reality of mass media demobilizes the personal body, and the Internet user becomes a communicator.

Keywords: new media, media reality, media philosophy, body, communicant, sovereignty

Abstrakt

Der Artikel untermauert die These — alles ist Medien, was zwangsläufig zu der Erkenntnis führt, dass Medien in uns sind. Die letzte Schlussfolgerung weist den Forscher an, die Arbeit zu verstehen, die die verwendeten Medien in uns hervorbringen. Der medienphilosophische Ansatz geht von der Gleichheit von Actio und Reactio aus: Medien werden von uns im gleichen Umfang genutzt, wie wir Medien nutzen. Neue Medien haben die innere Welt eines Menschen kolonisiert, inkorporiert, das heißt, den Körper von innen heraus verändert. Die These „Medien in uns“ stellt das ethische Problem der Verantwortung auf andere Weise. Und da Medien in uns sind, ist es für die Medienphilosophie eine naive Täuschung, sie nur als externes Objekt zu betrachten. Realität ist ein Epiphänomen der Kommunikation und zugleich ihre Bedingung. Der Begriff „Medien in uns“ bedeutet genau dasselbe wie wir in den Medien. Mit anderen Worten, in der Mediarealität, in der äußere und innere Definitionen ihre Grenzziehung verlieren, sind die Medien im gleichen Umfang eine Bedingung für die Wahrnehmung der Realität wie sie sie schaffen. Die Realität der Massenmedien demobilisiert den persönlichen Körper und der Internetnutzer wird zum Kommunikant.

Schlüsselwörter

Neue Medien, Mediarealität, Medienphilosophie, Körper, Kommunikant, Souveränität.

Die Häufigkeit und Popularität des Begriffs Medien in Verbindung mit der Unsicherheit seiner semantischen Grenzen gibt Anlass zur Vermutung, dass Medien und die von ihnen erzeugten Artefakte ein komplexeres Objekt der Reflexion sind, als es auf den ersten Blick erscheinen mag. Darauf wies schon Gadamer in einem Habermas gewidmeten Text hin: „Auch das Wort „Medium“ ist ein interessantes Wort und ist nicht ganz so einfach zu verstehen, wie man im ersten Augenblick glaubt.“ [2, p.715] Freilich hat der Begriff „Medien“ in Medientheorie die eine Bedeutung, in Kommunikationstheorie und Linguistik die andere, in Medienphilosophie — die dritte. Er kann weder auf ein äußeres Mittel, noch auf Inhalt der Nachricht, noch auf eine bestimmte Medienart reduziert werden.

Aber soweit verkörpern sich die jeweiligen Errungenschaften der Epoche in dem Leitmedium, ist es unmöglich, die Besonderheiten der Medien außerhalb des kulturellen und historischen Kontexts zu erfassen. Während die vorschriftlichen Kulturen eigene materiell-symbolischen Medien hatten, gewannen in der historischen Kultur die schriftlichen Zeichen und der perspektivische Blick¹ immer mehr an Bedeutung und erreichten ihren Höhepunkt in der Gutenberg-Galaxis. Wenn im elektronischen Zeitalter, wie McLuhan es bildlich ausdrückte, „die ganze Menschheit zu unserer eigenen Haut“ [4, p.57] wird, wurden digitale Medien inkorporiert und die menschliche Innenwelt kolonisiert haben: „Medien in uns“ ist einer der Hauptpunkte, für die sich das Zentrum der Medienphilosophie in St. Petersburg einsetzt. Und da sich die Medien in uns aufdecken, ist es ein naiver Trugschluss für die Medienphilosophie, sie nur als externes Objekt zu betrachten. (Lassen wir diese äußerst produktive Illusion einer instrumentellen Herangehensweise an Medien).

¹ Es ist anzumerken, dass kurz vor Beginn der Gutenberg Epoche (1445) das Folio *Tone on Fine Art (Della Pittura)* von Leon Baptiste Alberti (1435/36) dem Publikum vorgestellt wurde, in dem die Theorie der direkten Perspektive skizziert wurde. Gedruckter Text, bahnbrechende direkte Perspektive — das waren die Prämissen der Aufklärung.

Es gibt drei Quellen zur Entstehung der Medienphilosophie in der Epoche der neuen Medien: Die Erste Quelle, der Zeit entsprechend, — der bestimmte Denkfigur tritt in Erscheinung oder die Philosophie von etwas entsteht; die zweite, sie kann als wissenschaftlich-technische Bedingung bezeichnet werden, — neue Medienarten entstehen, es werden neue Entdeckungen im Technik- und Wissenschaftsbereich gemacht und ihre Folgen werden reflektiert; und, letztens, die dritte — die Logik der Wendungen im XX Jahrhundert führt zu der medialen Wendung, infolgedessen entsteht neue Ontologie der Realität, die sich als Medienrealität erweist, und die die Philosophie selbst, die neuen Medien nutzt, manifestiert sich in den Formen dieser Medien.

In der ontologisch ausgelegten Medienrealität werden die partikularen Sphären, die unsere Existenzweise vermitteln (Technologie, Kommunikationsmethoden, Sprache, Bild), unter dem Begriff eines universellen Mediums zusammengefasst, sodass jenseits dieses uns immer schon gegebenen Mediums die "Realität an sich", die "echte" oder "objektive" Realität unmöglich zu finden ist. Es gibt keinen logischen Widerspruch (und was auch noch wichtig ist — dies widerspricht nicht der Intuition und dem darauf basierenden philosophischen Geschmack), die These aufzustellen: Alles ist Medien. Die These „Alles ist Medien“ hat ihre Kehrseite: nichts kann sich als ein privilegiertes Medium erweisen, nichts kann den symbolischen Ausdruck des Mediums als solche beanspruchen, mit anderen Worten: es ist anzunehmen, dass nichts Medien ist als Medien, als ein privilegiertes Objekt der Medien, als Zeichen der Medien. Die Rede von Medien, oder vielmehr von der Medienrealität, erinnert daran, was Aristoteles zeitgenössischen Philosophen vorwarf: „die Mathematik ist den jetzigen Philosophen zur Philosophie geworden“ [Metaphysica 99 2 a]. Für Medienphilosophen ist die mediale Realität zum Thema geworden.

Medienphilosophen in Russland interessieren sich dafür, welche Grundlagen der Mensch für die Selbstidentifikation in digitalen Medien findet, wie er innere Welt darstellt: dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um die dunkle Rede eines Orakels, eines heiligen Narren oder um die

übermäßig klaren Rede eines Politikers, eines Fernsehmoderators handelt, weil mithilfe der neuen Medien der Mensch nicht die Weltbild vorstellt, sondern das digitale Bild der Weltvorstellung, er — und hier hat N. Bolz recht — „beobachtet ... nicht Ereignisse, sondern Beobachtungen“.

In verschiedenen Erfahrungsweisen, oft weit entfernt von einer wissenschaftlichen Herangehensweise — in Kunst, Literatur, Journalismus kann widerspiegelt und subtil beschrieben werden, wie Medien uns transformieren (intellektuelles Kino, Medienkunst, Konzeptkunst, Cyberpunk, Internetprojekte usw.). Das gleiche Thema findet sich in der poetischen Selbstreflexion von russischer Dichter Arkadij Dragomoschenko: „Es war vorher — in der Vor-Computer-Epoche — der Schreibende immer außerhalb des Textes war, indem er seine Motorik mit einem unsichtbaren symbolischen Zeichensystem in Übereinstimmung brachte, findet er sich selber heute „innerhalb“ des Textes...ein Philosoph, wie auch ein Dichter, bildet das Innere der Sprache, formt das, was noch weit von der Sprache entfernt ist“.

Die spekulative natur der medienphilosophie

Medienphilosophie — ist eine spekulative Disziplin. Medienphilosophisches Herangehen an die Medien und die Medienrealität unterscheidet sich von dem der anderen konkreten Disziplinen. Medienphilosophie ignoriert disziplinäre Strenge der einzelnen Wissenschaften, indem sie alle heterogenen Diskurse einbezieht und Medien vom Diktat der Bewertung befreit. Es handelt sich also nicht von Bewertungsinstanz, denn Medienphilosophie bewertet nicht, sondern betrachtet aufmerksam und zwar das, was ist und was sich vor allem als Herstellung von Evidenz erweist. Das «meta-empirische» Verfahren ist die Bedingung der Spekulativität, die Bedingung des medienphilosophischen Verfahrens, das „alles als das Eine“ behandelt. Die Einstellung zu bestimmten Disziplinen kann jedoch nicht paternalistisch aufgebaut werden. Die Medien in uns, der Blick nach außen werden durch Selbstbeobachtung ausgeglichen, Reflexion fällt mit Selbstreflexion zusammen, und das Interesse an der niederen,

sinnlichen, körperlichen Erfahrung wird durch hohe Selbstreflexion ergänzt. Die Spekulatивität zeichnet sich dadurch aus, dass die ontologischen Prämissen systematisch eingehalten werden. Es geht darum, die Frage nach der systematischen Darstellung von Disziplin zu stellen. Aber zu diesem Zeitpunkt ist es zu einseitig auszugleichen und Gegengewicht in die Waagschale zu werfen, um Zauberformel „gleichmäßig beeinflussen“ zu erhalten. Solche Beschwörungsformel befreien nicht von der Unausgewogenheit dessen, was „in ferner Zukunft“ identisch sein wird. Ungleichheit als Form der Existenz von Gleichheit ist eine Bedingung für einen bestimmten Kontext, Topos, die Prävalenz einiger Tendenzen über die anderen. Die Klärung des Impliziten ist ebenso relevant wie die Analyse des Offensichtlichen.

Die Aufgabe der Medienphilosophie ist zweideutig: Sie diagnostiziert nicht nur die Gegenwart, die Erschütterung globaler Transformationen erlebt, sondern versucht, ihre Unnachgiebigkeit mit einer neuen Art des Verstehens zu überwinden und die nicht-reflektierte Formen der Realität in Reflexion zu überführen. Das Schlüsselproblem der Medienphilosophie ist die Transformation vom Wesen der Realität und die Frage nach deren Grenzen. Infolgedessen ist der medienphilosophische Medienbegriff aktuell, da er zutreffende Beschreibung der Realität gibt, die auf der Grundlage früherer Konzepte nicht verstanden werden kann. Die mediale Herangehensweise an Bewusstsein, Körper, Kommunikation und Gemeinschaft legt nahe, dass Medien konstituierende Bedingung für die Realität sind, die sich in mediale Realität verwandelt hat. K. Wulf bezeichnet die extremen Formen solcher Ansichten als „Medienfundamentalismus“ [6].

Medienphilosophie wird also nicht als Philosophie bestimmter Medien verstanden, sondern als eine besondere Art von Philosophie, die dem Zeitgeist entspricht. Ihre innere Bedeutung bleibt so alt wie die Philosophie selbst: Alles wird als Eine genommen, alles ist Medien. Und die Gegenständlichkeit des Denkens in Rahmen der Medienphilosophie behält ihre klassische Form: Die mediale Realität im Wesentlichen wird als Sein des Seienden aufgefasst.

Kommunikationsmedien und Medien

Die These, dass die Kommunikationsmedien außerhalb von uns und Medien in uns sind, muss mit vollem Ernst aufgestellt werden. Medien, wie die Poesie, die mit den Worten von Nikolai Zabolotsky: „im Körper angeordneter Gedanke ist“, rufen eine bestimmte Art der Wahrnehmung in der Körperlichkeit hervor, errichten die Architektur des Sehens, die Art des Denkens, die Mobilisierung des Körpers. Ist aber die Poesie die Spannung der zu einer neuen Wahrnehmungs- und Darstellungsweise, zu einer neuen Intonation der Sprache führenden Körpers, bedeutet die Konzeption „Medien in uns“ genau dasselbe wie „wir sind in Medien“. Mit anderen Worten, in der Medienrealität, in der die Grenzen zwischen den inneren und äußeren Definitionen verschwimmen, bedingen die Medien die Wahrnehmung der Realität sowie schaffen diese Realität. Der Körper der Massenmedien demobilisiert den persönlichen Körper, der zerstreut wird.

Es ist bemerkenswert, dass moderne Hirnforscher, die sich auf neue Daten stützen, Vorstellungen über die Einheit von Bild, Körper und Wahrnehmung zum Ausdruck bringen. So glaubt Mark B. Hansen, dass nicht nur das Bild den Körper bildet, sondern auch, dass „der Körper das Bild bildet. Das Bild ist kein begrenzter, stationärer, vorbestehender Wahrnehmungsauslöser, sondern ein vollwertiger Prozess, bei dem Information „verkörpert“ (embodied) wird und gewinnt für den Menschen an Wert und Bedeutung. Die Körperwahrnehmung ist die Quelle der Verkörperung eines Bildes“ [3]. Die entgegengesetzte Herangehensweise aus der Sicht des Körpers, seiner Aktivität und Wahrnehmung, führt zu demselben Ergebnis: zur Einheit, Durchdringung (in unserem Fall — zu der Verkörperung) des Bildes.

Wir sind mit Medien in dem Maße verwachsen, wie auch Medien mit uns verwachsen sind. In den Augen eines anderen nicht nur bestimmen wir uns selbst, sondern bringen den anderen uns näher. Diese scheinbar aufdringlichen Inversionen haben keinen anderen Zweck als anzuzeigen, dass es jenseits der Grenzen der Medienrealität keine andere Realität gibt als die, die durch die Medien wahrgenommen und uns gegeben ist. Medien sind die Art und Weise, wie uns die Welt gegeben ist, und Medienrealität ist

eine aktuelle Form des Wesens des Seins. Während die Kommunikationsmedien Botschaften übermitteln, sind die Medien selbst eine Botschaft, das heißt, indem sie einige Informationen liefern, geben sie dem Menschen eine Form. Mit der Übermittlung der Botschaft wecken sie den Menschen, aber die Häufigkeit der Nutzung von Medien automatisiert und stumpft die Wahrnehmung ab. Die regelmäßig und aufdringlich in den Medien gezeigte Tragödien können kein Mitleid erregen. Der Berichtende sagt über sich immer viel mehr als das, was er sagen möchte, aber was noch wichtiger ist, was wir gerne hören würden. Je größeres Publikum die Nachricht von einem Menschen erhält, desto berühmter, bedeutender und wichtiger wird dieser Mensch. Und wenn der neue Fernsehmoderator im Fernsehen auftritt, ist die Hauptnachricht sein Auftritt in den Medien. Wenn der Fernsehmoderator seinerzeit als „sprechender Kopf“ bezeichnet wurde, der die Worte anderer übertrug, ist er jetzt der Moderator seiner eigenen Sendung geworden d.h. er ist der Urheber der Worte, der Einschätzungen, Urteilen und folglich eine übermäßig bedeutende Figur, die weit in den Hintergrund drängt was er / sie berichtet.

Der Informationsträger (Höhlenwand, Tontafel, Papyrus, Papier, Film, Computerplatte) ist insoweit wichtig, als der Träger selbst oder Medium (Bote, Sprecher oder Fernsehmoderator) wichtig ist. Nicht nur vermittelt der Medienträger den Inhalt oder noch etwas anderes, sondern auch verbindet die Subjekte, die die Botschaft erhalten. Durch den Medienträger werden diese Subjekte verändert, umgeformt und transformiert. Die Geschwindigkeit schädigt unsere Sinnlichkeit.

Geschwindigkeitsfaktor

Medienphilosophie ist die Philosophie in der Epoche der medialen Wende, die unter anderem durch die immer schneller werdende Lebensgeschwindigkeit gekennzeichnet ist. Die Konsequenzen der zunehmenden Geschwindigkeit, mit der Wissen fixiert und in Informationen umgewandelt wird, sind seit langem bekannt.

In den Zeitaltern der geringeren Geschwindigkeiten, wenn der Lebenszyklus jahrhundertlang veränderte, dienten Tradition und Stabilität als die wichtigsten Orientierungspunkte für das Leben. Wahrscheinlich ist dies der Grund, warum die Verbreitung neuer Medien negativ bewertet wurde. So wurde auch die „Erfindung des Schreibens“, von dem Plato in seinem Mythos erzählt hatte, negativ bewertet.

Der russische Philosoph Nikolai Fedorov schätz die Erhöhung der Schreibgeschwindigkeit auch negativ ein, da Geschwindigkeit zum „toten Schreiben“ führt: „Kurzschrift... ist eine Schrift der Neuen Zeit, der Zeit, die vom religiösen zum weltlichen Leben übergeht. So wie alle Ämter und Berufe ihre heilige Bedeutung verlieren und das Schreiben aufhört, Gott in einem gemeinsamen, wenn auch geheimnisvollen Geschäft zu dienen, und wie andere Berufe wird es zu einem persönlichen Geschäft und zu einem Gewinnmittel. Die Kurzschrift ist schon nicht die Heilige Schrift und die Frömmigkeit leitet schon nicht die Hand des Schreibers, der zu dem Arbeitnehmer oder sogar Verkäufer wurde; in diesem Zeitalter, der schon nichts Heiliges hochschätzt, leitet die Frömmigkeit nicht die Hand des Schriftstellers oder den des Schreibenden. Für die Neuzeit erwies sich sogar die Kurzschrift als langsam aber danach schuf diese Zeit die Stenographie um aufzuschreiben, was in Aller Eile geschafft wurde. Ungeachtet ihrer Geschwindigkeit lässt die Kurschrift noch etwas Freiheit für den Menschen. Stenograph aber, indem er ganz von dem Sprechenden abhängt, wird schon zur Maschine, zum Phonographen. Mit der Absicht das Wesen des Fortschritts zu begreifen muss man den ganzen Weg von der Malerei bis zur Stenographie vorstellen: von der Malerei, die das erste Grundwissen war und die von dem Schreibenden die künstlerischen Begabungen, die Fülle der Seele forderte (so war das hieroglyphisches Grundwissen, diese lebendige Schrift, die hauptsächlich über die Toten sagte, als würde sie diese wiederbeleben) bis zu Stenographie, die schon nichts Malerisches beinhaltet. Stenographie ist die tote Schrift, die über die Streitereien der Lebenden sagt und die von einem Menschen verfasst ist, der in die Selbstschreibmaschine umgewandelt wurde“ (Philosophie der gemeinsamen Tat [1, p.84-85]).

Moderne Methoden, Sprache aufzuzeichnen und in eine Schrift zu übersetzen, nicht nur verbessern die von Fedorov angemerkte Kurzschrift, sondern heben sie auf ein neues Niveau: Ereignisse und eingehende Informationen schaffen nicht erlebt, verstanden und auswendig gelernt zu werden.

Dieser alles verzehrenden Tendenz, die Zeit zu beschleunigen steht die Idee entgegen und zwar die Idee des langsamen Lebens¹, d.h. des langsamen Essens, langsamen Spaziergängen, gemächlichen Gesprächen und die Fähigkeit, das Reale, hier und jetzt stattfindende Ereignisse des Lebens, die Kontemplation und die Kommunikation zu genießen.

¹ Die Entstehung der Philosophie des “slow life“ (engl. Slow life) und der Praxis des “slow living“ (engl. Slow living) in der gegenwärtigen Phase war das Ergebnis einer kritischen Selbstreflexion in postmodernen Gemeinschaften. „...Die intellektuellen Ursprünge dieser Bewegung liegen in der in Italien entstandenen “Slow Food“-Richtung (Slow Food, Autor des Konzepts und öffentliche Regie — Carlo Petrini)“, schreibt die russische Forscherin J.V. Nikolaeva [5, p.82).

References

1. Fedorov N.F. Sochineniia. [Collected works] Moscow: «Mysl'», 1982. — 709 p.
2. Gadamer H.-G. Kultur und Medien // Zwischenbetrachtungen im Prozeß der Aufklärung. Jürgen Habermas zum 60. Geburtstag / Hrsg. von Axel Honneth u. a. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1989.
3. Hansen M. B. N. New Philosophy for New Media. London: The MIT Press; Cambridge: Massachusetts, 2004.
4. McLuhan H.M. Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniia cheloveka. [Understanding Media: The Extensions of Man] Moscow: Zhukovskii: «KANONpress-Ts», «Kuchkovo pole», 2003. — 464 p.
5. Nikolaeva Zh.V. Slow life. Filosofii sozertsaniia // Vizual'naia ekologiia: formirovanie distsipliny: Kollektivnaia monografiia. [Philosophy of Contemplation. In: Visual Ecology: Formation of a Discipline: A Collective Monograph] Saint Petersburg: Izdatel'stvo RKhGA, 2016. P.82-95.
6. Wulf Ch. Anthropologie. Kultur, Geschichte, Philosophie. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 2004.