

МЕДИА КАК MYSTERIUM TREMENDUM

Е. А. Цуканов

*Высшая школа печати и медиатехнологий
Санкт-Петербургского государственного университета
промышленных технологий и дизайна*

Поступила в редакцию 12 апреля 2018 г.

Аннотация: в статье обозначены новые перспективы в сфере медиаисследований, на стыке меди-антропологии, философии культуры, феноменологии религии и журналистики. Медиа анализируются в качестве религиозного объекта, обладающего качествами нуминозного, содержащего весь спектр оттенков ужасного, таинственного, чудесного, энергетического.

Ключевые слова: медиа, антропология медиа, медиареальность, СМИ, священное, нуминозное, ритуал, магия, религия, феноменология, сознание, религиозный опыт, ужасное.

Abstract: the article outlines new prospects in the field of media research at is junction of median-anthropology, the philosophy of culture and the phenomenology of religion and journalism. Media are analyzed as a religious object possessing qualities of numinous, containing the whole spectrum of shades of horrible and mysterious and wonderful and energetic.

Keywords: medias, anthropology of media, mediareality, MASS-MEDIA, sacred, the numinous, ritual, magic, religion, phenomenology, consciousness, religious experience, terrible.

Тема нашего небольшого исследования находится в поле зрения актуального научного направления — антропологии медиа, находящейся на пересечении визуальной антропологии, философии культуры, социальной антропологии, журналистики и занимающейся (в числе прочего) анализом восприятия читательского и зрительского контента, медиапрактик, трансформации сознания, превращенных форм религиозности и т.д.

Ситуация маниакального почитания гаджетов дошла до такой степени, что на сегодняшний день можно с уверенностью говорить о медиа как феномене, который имеет всю атрибутику, характерную для религиозного объекта. Разумеется, мы не имеем в виду так называемое «воцерковление гаджетов», которые помогают мусульманам определить направление для совершения намаза, а православным — найти вторую половинку на сайтах знакомств [1]. Взаимосвязь медиа и религии нас интересует совсем в другом аспекте, для понимания специфики которого достаточно обратиться к работам руководителя Анненбергской школы медиаисследований Д. Гербнера, который одним из первых подметил функциональный изоморфизм медиа (в частности, телевидения) и церкви; А. Черных, проанализировавшей ритуалы и мифы медиа; Б. Гройса, давшего описание религии в эпоху дигитальной репродукции и пришедшего к выводу, что визуализация дигитальных данных мало чем отличается от иерофании

любого божества, а также многих других исследователей, отметивших принципиально новый принцип взаимоотношения медиа и религии. На этом фоне провозглашение инженером Кремниевой долины Э. Левандовски новой церкви, объектом поклонения которой является Искусственный интеллект [2], является вполне прогнозируемым актом. А если подкрепить вышеуказанные тезисы основными идеями философии техники П. Флоренского и М. Хайдеггера, вскрывающих ноуменальные аспекты существования технических объектов, то возникновение в современной культуре новой медиарелигии не кажется таким уж неожиданным.

Религия проявляет себя во внутреннем единстве трех сфер: предметов, представлений и переживаний. В медиа как религиозном феномене наличествуют все три плана религиозной жизни: ноуменальный, личный и социальный. В ноуменальном плане медиа представляются некоей особой реальностью (которую можно квалифицировать как медиареальность). В личном плане религиозной жизни медиа наделяются свойствами, характерными для священного объекта, что находит отражение в религиозном опыте субъекта, связанном с иерофанией. Следует отметить, что все три разновидности иерофании неразрывно связаны между собой в феномене медиа, являющимися собой и объект, и невидимую реальность (медиареальность) и медиатора. В социальном плане религиозной жизни медиа конструируют особую реальность посредством ритуалов, выполняющих функцию символической социализации и контроля,

заново заколдовывая некогда расколдованный мир. По мнению М. Маклюэна, главное, что привнесли электронные медиа в современную культуру, — это иррациональность.

Важнейшей стороной религиозного опыта является нуминозность, которая связана с интенсивным переживанием таинственного и устрашающего божественного присутствия. Таким образом, мы приблизились к обозначению предмета нашего исследования — медиа в качестве источника нуминозного.

Понятие нуминозного вошло в научный оборот с легкой руки немецкого теолога и феноменолога религии Р. Отто. Вычленив из понятия «святое» моральный и рациональный компоненты, оставшийся иррациональный компонент исследователь назвал нуминозным. Следовательно, понятие священного шире, чем понятие нуминозного, поскольку священное содержит в себе нуминозное как некий своеобразный иррациональный элемент, наличие которого делает нуминозное совершенно недоступным для понятийного постижения [3].

Нуминозное является довольно сложным образованием, представленным несколькими компонентами, важнейшими из которых выступают *mysterium tremendum* и *mysterium fascinans*. Кратко рассмотрим структуру этих компонентов.

Mysterium tremendum состоит из следующих элементов: момент *Tremendum* (ужасающего), момент *Majestas* (всемогущего), момент *Energicum* (божественной энергии). Обратной стороной *mysterium tremendum* является *mysterium fascinans*, центральным ядром которого выступает момент *Fascinans* (восхищение). Дадим краткую характеристику каждого из указанных моментов нуминозного.

Момент Tremendum (ужасающего) представляет некую чувственную реакцию — испуг, который исполнен внутреннего ужаса, жути разной степени интенсивности, но в любом случае пронизывающей субъекта до мозга костей. Этот демонический ужас не исчезает даже на ступени самой высшей и чистой веры в Бога.

Момент Majestas (всемогущего) представляет собой бессилие перед лицом всемогущества и полновластия, которое превращает полноту власти в полноту бытия.

Момент Energicum (Божественной энергии) выражается в некоем особом рвении, доходящем до экстаза, наполненном необычной динамикой жизни и страсти.

Момент Mysterium (Совершенно иное), как правило, означает не просто страшную тайну, а нечто странное, непонятное вообще. В то же время моменты *tremendum* и *mysteriosum* принципиально отличимы друг от друга, а момент *mysterium* в нуминозном может перевешивать момент *tremendum*, выступая на первый план. *Mysterium* минус *tremendum* можно обозначить как *mirabile* — удивление, обуслов-

ленное чудом, вплоть до состояния некоего ступора. *Mirum* — это нечто совершенно иное, загадочное по своей природе. Подвержено изменению, развитию, в ходе которого все более отчетливо проявляются могущество *mirum*. Можно выделить три ступени этого процесса: ступень просто изумительного, ступень парадокса и ступень антиномии [3].

Вторым полюсом нуминозного, в который диалектически переходит *mysterium tremendum*, является *mysterium fascinans*, являющее собой нечто притягательное, очаровывающее и составляющее непостижимую гармонию с отталкивающим моментом *tremendum*.

Следует отметить, что помимо вышеназванных моментов в нуминозное входит еще несколько, в частности момент *Augustum*, представляющий некую субъективную ценность-в-себе. Таким образом, структура нуминозного, выделенная Р. Отто, несмотря на кажущуюся простоту, представляется тем не менее достаточно запутанной.

Для выражения нуминозного существует ряд средств, которые Р. Отто разделил на прямые и не прямые (косвенные). К первым относятся поза, жест, интонация, выражение лица, торжественность и благоговение. Ко вторым — *mirum*, которое будучи одновременно и могущественным и страшным, пронизывает собой и ритуал, и культ. К числу прямых средств выражения нуминозного в западной культуре Р. Отто относит *темноту* и *безмолвие*, а в восточной — *ширь* и *пустоту*. Косвенными средствами выражения нуминозного являются возвышенное и магическое. Последнее, как затемненная сторона нуминозного, представляет собой низкую, сырую форму, которая, постепенно облагораживаясь, приобретает черты возвышенного, проявляющее себя в высоком искусстве [3]. Здесь уместно обратиться к мнению А. Черных, которая констатировала преимущественно негативный (в классификации Э. Дюркгейма — отрицательный) характер ритуалов медиа и пришла к выводу о том, что современные аспекты ритуала в медиа все же ближе к фрезеровскому его пониманию: они в большей степени магичны, чем религиозны, поскольку скандал и девиация представляют собой «...ритуал обращения с вторжениями неизвестного, невиданного, страшного и нежелательного» [4, 47]. И в этом плане «...для зрителя как пассивного наблюдателя телевизионный экран оказывается излучающим ту же гипнотическую магию, что и костер первобытной орды, отвлекающий от проблем и охраняющий от угроз [4, 47]. Соответственно, из всего комплекса нуминозных моментов в характеристике медиа, мы будем заострять внимание преимущественно на *Mysterium tremendum*.

Следует, однако, уточнить, что, постулируя нуминозную природу медиа, мы, прежде всего, имеем в виду новые медиа, появление которых обусловлено возможностью цифровых технологий кодировки ин-

формации. К числу их характерных признаков можно отнести отсутствие единого способа распространения (Интернет, соцсети, мобильные приложения, пуши в браузере, рассылки и т.д.), а также функционирование по современной модели потребления информации. У новых медиа отсутствует вертикальная иерархия, но наличествует сетевая структура. Вышеуказанным признакам соответствуют все каналы коммуникации, связанные с Интернетом и обладающие свойствами интерактивности: интернет-версии СМИ, интернет-СМИ, интернет-ТВ и интернет-радио, мобильное ТВ, блогосфера, социальные сети, виртуальные сообщества, виртуальные игры и др.

По мнению К. Г. Юнга, нуминозность представляет собой воздействие невидимой силы, вызывающей особые изменения сознания [5]. Новые медиа воздействуют на человека, вводя его в состояние легкого транса. Это воздействие может быть как спонтанным, так и спланированным заранее. Из этого следует, что нуминозное переживание, как специфический личный опыт представителя зрительской аудитории, во время просмотра спровоцирован действием медиатехнологий. Такое воздействие в прямом смысле захватывает человека, овладевает им, превращая его в жертву нуминозности.

Наличие нуминозного объекта (медиа) полагает существование некоей особой реальности. Применительно к теме нашего исследования данная реальность может быть определена как медиареальность, раскрывающая себя через свои основные эффекты — всеведение и всеприсутствие — качества, во всех религиях являющиеся одной из главных характеристик божества. К. Г. Юнг считал, что нуминозное — это опыт страха, трепета перед властью, но опыт величественного, дающего полноту бытия [5].

По убеждению М. Хайдеггера, человек, возмнивший себя творцом технической цивилизации, не замечает подстерегающей его опасности, которая заключается в том, что в «момент» осознания своего господства над окружающим миром, он (человек), в действительности... оказывается во власти *Gestell* — скрытой силы, таинственного начала, порождающего современную технику [6]. Основная цель СМИ (и шире — медиа) не просто информировать аудиторию, а влиять, воздействовать и властвовать. Поскольку в номенальном плане медиа (как и любой технический объект) представляет собой самостоятельную форму бытия сущего, то следует признать, что человек оказался во власти медиа, которая имеет наступательный характер и стремление к тотальности: властное включение медиа в нашу жизнь распространяется на наши понятия, образ жизни, религиозные и нравственные представления, язык, чувства, социальность [7].

Постулируя нуминозный характер медиа, можно констатировать, что он действительно имеет не только оттенки, но и глубокие тона монструозности, ко-

торые прекрасно иллюстрируют момент *Tremendum*. В связи с этим нам следует обратиться к исследованию В. А. Подороги, центральным понятием концепции которого является «Господин-монстр» — собирательный образ, состоящий из смешения известных политических масок, которые есть не что иное, как образ действия монструозного прототипа [8]. Конечно, автор имеет в виду, прежде всего, некий класс, к которому относятся черные рейдеры, черные риелторы, строители финансовых пирамид, действующие с ведома чиновников разных уровней и т.д., то есть некий *Homo criminalis*. Господин-монстр приходит в дома вместе с телевидением и другими аудиовизуальными медиа, принося с собой сериалы, программы, напичканные депрессивными, криминальными и садистскими образами, поглощение которых аудиторией приводит последнюю в состояние ужаса.

Момент *Majestas* в медиа находит отражение в формировании у подвластной аудитории пиетета к всемогущему источнику власти. К числу наиболее важных качеств власти, способных вызвать столь глубокие чувства, В. В. Бочаров относит аномальность — физическую, психическую, поведенческую и прочие. Вышеуказанные признаки аномальности вызывают у управляемых эмоции подчинения, которые необходимы субъекту власти для формирования у него ощущения избранности и психологического превосходства, что достигается в том числе и за счет нарушения табу. По мнению А. Калмыкова, аномальность медиа как субъекта власти представляет собой вариации посюсторонних социопатий: многониковость — это не что иное, как одна из форм расслоения личности и признак шизофрении, лудомания — одна из форм наркомании и т.д. Также легко в Сети можно найти проявления эпилепсии, аутизма и сексуальных перверсий [9].

Момент *Mysterium* в медиа особенно наглядно иллюстрирует предположение А. Калмыкова о сущности Сети, которое постулирует её *иную* природу. Медиа как расширение тактильной и кинетической модальностей (в концепции органопроекции) представляет собой достаточно жуткое существо, способное думать и осязать окружающий мир [9]. Как нечто совершенно иное Сеть формирует иные коммуникации, которые успешно транслирует в обыденность и повседневность. Выражением этого является такой культурный феномен, как флешмоб, который невозможен без мобильной связи и Интернета. И тут приходит осознание ужасающего факта, что спикером флешмоба является сама Сеть. Человека, познавшего эту тайну медиа, охватывает нуминозный ужас.

Момент *Energicum* может быть констатирован в силу возникновения уникальной ситуации в киберпространстве, где стирается грань между личностью и социальной средой, а значит, виртуальный мир выводит процесс интериоризации на другой уровень. Интенсификация методов потребления информации

ведет к тому, что не только мы с утроенной энергией пытаемся ворваться в виртуальный мир, но и виртуальный мир с такой же неукротимой энергией пытается ворваться в нас.

Подводя итог нашего небольшого исследования, следует отметить, что если одна из двух составляющих религиозного отношения — страх или удивление — доминирует над другой, то на месте религиозного отношения субъекта к некоему объекту остается простое любопытство, что, по мнению М. Хайдеггера, можно квалифицировать как не встречу человека со святым. Подкрепив этот тезис словами П. Флоренского о том, что живая реальность — это благое бытие, а формальная, иллюзионистическая её копия — зло, то можно предположить, что в статусе превращенной формы религиозного объекта медиа — это пространство зла и не встречи человека со святым, что отсылает нас к гностической (жизнеотрицающей) картине мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Религия в гаджетах. — URL: <https://geektimes.ru/post/276094/> (дата обращения: 05.04. 2018).

Высшая школа печати и медиатехнологий Санкт-Петербургского университета промышленных технологий и дизайна

Цуканов Е. А., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиатехнологий СМИ

E-mail: belgorod007@inbox.ru

post/276094/ (дата обращения: 05.04. 2018).

2. CLXIII. Точка невозврата. Церковь Искусственного Интеллекта. — URL: <https://goldvoice.club/@chaos.legion/clxiii-tochka-nevozvrata-cerkov-iskusstvennogo-intellekta> (дата обращения: 05.04. 2018).

3. Отто Р. Священное. Об иррациональном в идее божественного и его соотношении с рациональным / Р. Отто. — Санкт-Петербург, 2008.

4. Черных А. И. Ритуалы в медиатизированном обществе: препринт WP14/2012/03 / А. И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — Москва, 2012.

5. Юнг К. Г. Архетип и символ / К. Г. Юнг. — Москва, 1991.

6. Павленко А. Н. Возможность техники: взгляд из Лавры и голос из Марбурга / А. Н. Павленко // Историко-философский ежегодник — 2002. — Москва, 2002.

7. Костюк К. Н. Книга в новой медийной среде / К. Н. Костюк. — Москва, 2015.

8. Подорога В. А. Господин монстр: заметки по антропологии власти / В. А. Подорога // Политическая концептология. — 2016. — № 2. — С. 116—128.

9. Калмыков А. А. Четвертая политическая сила / А. А. Калмыков // Вестник РГГУ. — 2012. — № 1. — С. 21—28.

Graduate School of Printing and Media Technologies, St. Petersburg University of Industrial Technology and Design

Tsukanov E. A., Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Journalism and Media Technologies

E-mail: belgorod007@inbox.ru