



ФИЛОСОФИЯ НА ПОДИУМЕ: FESTINA LENTE В СОБАЧЬЕЙ СХВАТКЕ ЗА ЛОГОС!*

© Ю. А. Разинов

Разинов
Юрий Анатольевич
кандидат философских наук,
доцент
доцент кафедры философии
гуманитарных факультетов
Самарский
государственный университет

В статье обсуждается проблема присутствия философии на медиа-сцене. Какие требования медиа-среда предъявляет традиционному философскому дискурсу? Является ли он конкурентоспособным в условиях диктатуры эффекта? Что современный философ должен делать для своего присутствия в средствах массмедиа? Какой должна быть сама философия? Обсуждение этих вопросов ставит проблему темпоральности осмысляющего дискурса, а поиск путей ее решения побуждает обратиться к опыту софистики.

Ключевые слова: подиум, софистика, эффект, смысл, бессмыслица, осмысляющий дискурс.

Зачем мы здесь?
Знаем ли мы, с чем связались?
М. Хайдеггер

В эпоху массмедиа на долю философского разума выпала странная судьба: его одолевает соблазн воспользоваться могуществом медиа-среды, но, в то же время, он не желает безоговорочно принимать ее условия, так как это в корне изменяет его привычкам. Вследствие этого медиа-философ, если он философ, оказывается внутри дилеммы: настраивать свой дискурс на волну массовой коммуникации, вовлекаясь в зрелище, или, сохраняя верность традиции, соответствовать «чистоте» одной только мысли.

* Статья выполнена в рамках Президентского гранта поддержки научных школ НШ-1451.2008.6.

Философия на подиуме: festina lente в собачьей схватке за логос!

Вопрос, таким образом, стоит о способе присутствия философии на территории массмедиа. Что и как должен говорить философ, заступивший на сцену, живущую по законам зрелища? Должен ли он изменять своим мыслительным привычкам или, наоборот, сохраняя свой философский габитус, диктовать правила игры?

Ответ не лежит на поверхности, ибо, с одной стороны, в философском ларце хранится огромный запас средств (приемов, техник, стратегий) для завоевания аудитории, но, с другой стороны, столь излюбленный философами академизм в использовании этих средств заметно отстал от времени, от реальности, в данном случае, от медиа-реальности. Поэтому и возникает вопрос: должна ли философия мимикрировать, приспосабливаясь к новой для себя среде обитания, или она сама способна менять условия и задавать для этой среды некий канон?

Появление философии на медиа-сцене сродни выходу на подиум. Этот выход, однако, является двусмысленным. С одной стороны, он предполагает демонстрацию интеллектуального гардероба, а с другой – готовность пожертвовать глубиной содержания во имя эффективности жеста. Этот выход, таким образом, содержит в себе тайное признание диктатуры эффекта.

Подиум – это место, где разворачивается публичное зрелище и где, соответственно, производятся эффектные жесты. Явление философии на подиуме требует осознания того, что содержание любого высказывания априорно воспринимается публикой в единстве с самим актом высказывания. В публичном высказывании важно не только (а может быть, и не столько) то, что высказывается, но кем высказывается, как и при каких обстоятельствах. В силу этого, публичное высказывание является не просто представлением некой реальности, но и представлением субъекта на сцене реальности. Иначе говоря, любое высказывание с подиума звучит как высказывание субъекта о себе самом. В реалиях нашего времени, согласны мы с этим или нет, но нас готовы слушать с поправкой на стиль прически и крой пиджака. Поэтому, прежде чем что-то утверждать со сцены, необходимо «заставить» публику слушать, а для этого говорящему необходимо, прежде всего, предъявить себя в качестве инстанции значимой речи. Задача такого предъявления может потребовать от него явиться в образе «в доску своего парня» или «настоящего мужика». Под натиском впечатления многомиллионной толпы зрителей фигура скудно одетого интеллектуала, вещающего нечто от имени трансцендентального разума, с непочтительным хохотом изгоняется прочь со сцены. Но все это говорит лишь о том, что звучащая с подиума речь уже заранее вмонтирована в определенную позу, и эта дискурсивная позиция становится более значимой, чем сама речь.

Немного этимологии. Латинское podium, как и греческое podium, означают возвышенное основание. Первоначально это приподнятое основание храма, в архитектурном смысле представляющее собой прямоугольную платформу с торцевой лестницей. Позднее подиумом стали называть особое место в римских цирках, предназначенное для императора или знати.

И в том, и в другом случае подиум являлся местом публичного зрелища некой сакральной инстанции — олимпийского божества или божественной фигуры императора. В современный обиход слово «подиум» вошло с тем секуляризованным значением, которое ему придали художники эпохи Возрождения, которые стали так называть возвышение для натурщика. Сегодня подиум — это место показа модной одежды, элемент массовой культуры. Но даже в таком десакрализованном статусе подиум способен создавать мощные эффекты, превращая одним актом показа обыкновенную тряпку в модный и тиражируемый знак.

Метафорой «философия на подиуме» я выражаю такой способ ее публичного присутствия, когда зрелище ума (теория) осуществляется как зрелище субъекта, а если сказать точнее, первое (зрелище ума) подменяется последним (зрелищем субъекта). Эта подмена, легко совершаемая в СМИ, прежде всего, характерна для телевидения, в особенности, в так называемом «интеллектуальном формате». Телевидение — это та часть медиасреды, которая непосредственно подчинена стратегии создания эффектов реальности, а потому значение дискурсивной позиции здесь особенно зримо. Ее весомость обусловлена тем, что теле-дискурс обращен к широкой аудитории и к тому же движется к ней кратчайшим путем. Данное обстоятельство предъясняет интеллектуалу вообще и философу в частности новые требования. Если раньше его речь имела более или менее очерченного адресата: ученик, коллега, институционально организованное научное сообщество, то телевизионный (шире — электронный) дискурс адресован неизвестно кому. Более того, дискурсы начинают двигаться по совершенно непредсказуемым траекториям, производя невидимые для самого говорящего эффекты. Ко всему прочему, в новейших медиа, к коим следует отнести также Интернет, скорость обменных процессов возрастает настолько, что она уже на порядки начинает превосходить скорость осмысления. Не удивительно, что в этих условиях привыкшая к неспешности и назидательности традиционная метафизика оказывается не у дел.

Именно в силу названных обстоятельств появление философа на телевизионном подиуме становится крайне двусмысленным. С одной стороны, философ получает великолепную возможность для демонстрации некоего «истинного положения дел», а с другой стороны, он оказывается во власти правил, которые организуют представление на подиуме как массовое зрелище, вовлекая его в стратегию производства эффектов реальности, эффектов значимости. Зачастую такое представление таит настоящую угрозу его статусу проводника (медиа) истины, так что становится актуальным вопрос Хайдеггера: «Зачем мы здесь? Знаем ли мы, с чем связались?»¹.

Хайдеггер, правда, задает этот вопрос по другому, но очень близкому поводу, а именно: обсуждая публичный статус философии. Известный как философ тишины и уединения, Хайдеггер озабочен неустранимой дву-

¹ Хайдеггер М. Время и Бытие: статьи и выступления : пер. с нем. М.: Республика, 1993. С. 330.

смысленностью публичного философского высказывания вообще, в каком бы формате оно не осуществлялось. В пятом параграфе «Основных понятий метафизики» он задается вопросом: «...Философствование есть последнее выговаривание, то предельное, в чем человек уединяется до своего чистого присутствия, а преподаватель между тем разглагольствует перед массами. Зачем, если он — философствующий, растает он с одиночеством и отирается как публичный профессор на рынке? А главное, какое опасное начало эта двусмысленная позиция!»²

Этот, по сути, риторический вопрос содержит в себе следующее признание: *философское разглагольствование перед массами — это двусмысленное и опасное занятие.*

Двусмысленность заключается в том, что слово, предназначенное для уединенного и затаенного понимания, вешается на широкую аудиторию, порождая эффект девальвации смысла. О такой девальвации В. Высоцкий говорил: «Я не люблю манежи и арены. На них мильон меняют по рублю».

Но в чем опасность?

Во-первых, это опасность *быть непонятым*. В своих лекциях о Пармениде Хайдеггер замечает: что-то случилось с нашим мышлением, если для выражения простой мысли нам необходимо написать книжку в триста-четыре страницы (но сам же и пишет такую книжку). Иными словами, для того чтобы донести мысль и сделать ее понятной, европейская культура выбрала длинный и чрезвычайно сложный путь дискурсивного утверждения. Она в известном смысле привыкла к этому, но с этой привычкой, по видимому, необходимо расстаться в эру высоких скоростей. Сжатие времени и возрастание скоростей, обусловленное форматом телепередачи или журнальной полосы, увеличивают опасность быть непонятым на порядок. В этом отношении интеллектуалу приходится решать мучительную дилемму: говорить развернуто и философски грамотно — значит долго и непонятно для широкой аудитории, говорить коротко и понятно для всех — значит говорить банально, а это смертный грех философии.

Мысль вообще, а философская в частности, особым образом темпорирована. Ей «комфортно» жить в режиме метафизической паузы, в циклах, обусловленных периодической задержкой смысла. И уж точно, ей тяжело рождаться в режиме «собачьих схваток», каковыми являются телевизионные ток-шоу. В плане скоротечности и динамичности ток-шоу напоминают жестокие и сумбурные бои эпохи винтовых самолетов, которые летчики с тех пор называют «собачьими боями». Ввязавшись в такую схватку, философ в его собственном деле обречен на поражение.

Причина в том, что в отличие от медийного персонажа философ мыслит исторически и, что немаловажно, этически. Я уже не говорю о том, что он должен мыслить логически. Все эти «трансцендентальные» привычки оглядываться «назад» лишают его оперативности. В то время как философ опрокидывает свое мышление в прошлое, медийный персонаж исходит из текущей ситуации. Искомый смысл у него заменяется острым словом, сущ-

² Хайдеггер М. Указ. соч. С. 336.

ностная связь — скоротечным эффектом, весомый аргумент — экстравагантной выходкой. Иными словами, медиа-среда требует отказа от дискурсивной медлительности, обусловленной идеалом обстоятельной речи. Она требует лаконичного выражения, создающего эффект быстрого понимания, даже если имеет место сущая бессмыслица, вызывающая псевдопонимание. Важным оказывается не само понимание, а производимый словами эффект понимания. Очевидно, что формат ток-шоу, видеоконференции и интернет-блога (в который у нас включился даже президент) возникает не столько для понимания и тем более решения вечных философских проблем, сколько в целях удовлетворения желания говорить — говорить на публику. Отсюда вытекают неписанные правила. Правило первое: *говори, что угодно, только говори*. Правило второе: *говори так, чтобы аудитория живо реагировала*.

Вторая опасность публичного философствования, о которой предупреждает Хайдеггер, — это опасность утратить статус субъекта авторитетного высказывания.

Глубинное противоречие пребывания на подиуме, будь то телестудия или университетская кафедра, состоит в том, что, с одной стороны, философ претендует на авторитетное высказывание (а подиум, напомним, — это и есть место присутствия авторитета). Но, с другой стороны, ему в затылок дышит сомнение, ибо он как никто другой, говоря словами того же Хайдеггера, «в своем философствовании не удостоверен»³. Этот призрак сомнения все время прячется за спиной, путая карты в тот момент, когда нужно быть скорым и убедительным в суждении. В этом философы всегда проигрывали проповедникам.

К тому же авторитет философа по своей природе является крайне двусмысленным, а потому сомнительным. Разглагольствуя перед толпой, замечает Хайдеггер, мы «убеждаем в опоре на авторитет, которого у нас совершенно нет, но который по разным причинам большей частью все-таки в разных формах как-то берет свое, даже если мы его вовсе не желаем. В таком случае на чем же держится этот авторитет, с помощью которого мы молчаливо убеждаем? Не на том, что мы действуем по заданию некоей высшей власти, и не на том, что мы мудрее и умнее других, но единственно на том, что нас не понимают. Лишь пока нас не понимают, этот сомнительный авторитет работает на нас. Когда нас начинают понимать, то обнаруживается, философствуем мы или нет. Если мы не философствуем, весь авторитет сам собой разваливается. Если философствуем, то его вообще никогда не было»⁴.

Этому пассажи Хайдеггера можно дать два истолкования.

Первое. Он вслед за Сократом выводит философию на улицу, стаскивая ее с пьедестала и тем самым снимая с нее мнимый покров авторитетного высказывания. У подножия подиума, на рынке, философия разворачивается как публичное зрелище ума. Мудрец не объявляет о присут-

³ Хайдеггер М. Указ соч. С. 341

⁴ Там же. С. 336–337.

ствии истины в себе, а стремится сам достигнуть местопребывания в истине. Для него актуально не «я в театре», а «театр во мне».

Второе истолкование противоположно. Обращаясь так к широкой аудитории, Хайдеггер буквально ставит себя и философа в своем лице на подиум, превращая зрелище философии в зрелище ее субъекта. Я бы сказал так: зрелище ума (теория) должно быть дополнено зрелищем субъекта (теоретика). Однако, выходя на подиум, Хайдеггер обращается к профессионально мотивированной аудитории, заранее настроенной на его монолог, к аудитории, для которой зрелище субъекта — это только часть более захватывающего зрелища — зрелища ума. Он смело ставит под вопрос авторитет «разглагольствующего философа», находясь в аудитории, в которой этот авторитет не безоговорочно, но принят. Он, художественно выражаясь, гуляет в собственном саду по хорошо известным ему тропинкам. Но все радикально меняется при обращении к широкой части телевизионной аудитории, для которой такого авторитета попросту не существует. Зрелище ума для нее неизбежно подменяется зрелищем субъекта.

Если зрелище ума традиционно разворачивается в линейной последовательности тезисов, в хитроумной цепи согласований, для полной презентации которой требуется текст размером в триста-четыре страницы, то зрелище субъекта не может быть долгим. Субъект должен вовремя исчезнуть со сцены в силу краткосрочности создаваемых им эффектов. На подиуме от него ждут выразительных жестов, лаконичных риторических приемов, неожиданных и парадоксальных фигур речи, острословия, наконец, которое, по Фрейдю, является ярким примером «экономии терминов», но никак не длительной процедуры связывания значения с предметом. Таким образом, зрелищный субъект должен уметь подтягивать скорость дискурса к скорости производимого им эффекта. Быстрота реагирования, остроумие и находчивость становятся весомыми аргументами в споре, приобретают странное преимущество перед неотвратимым логическим доводом. Остроумие и острословие позволяют развернуть казалось бы проигрышную позицию в свою пользу путем сиюминутного эффекта обратимости логического высказывания. Такую манеру речи изобрели софисты, которые, испытывая границы здравого смысла, вместе с тем сделали одно важное открытие, а именно: они поняли, что острословие и парадоксальное сочетание терминов при определенном стечении обстоятельств способны вызвать катастрофическую развязку смысла.

Философский же габитус, состоящий в элементарной приверженности к смыслу, крайне затрудняет и отяжеляет риторику. Привычка за всяким означающим улавливать означаемое погружает философа в метафизическое зависание. Высказывание собеседника, даже абсолютно бессмысленное, запускает в нем механизмы исторической и этической рефлексии. В результате там, где необходимо создать краткосрочный эффект присутствия смысла, философ готовится развернуть громоздкую конструкцию, что ему, как правило, не дают сделать (студенты перестают слушать, ведущий перебивает).

Таким образом, присутствие философии на подиуме обнажает проблему скорости, заставляя взглянуть на нее как на онтологический аргумент в споре. Это поняли уже софисты, в частности Горгий, который утверждал, что для того чтобы познать такую «вещь» как небытие, необходима предельная скорость мышления. Небытие можно схватить только быстро, так как любая логическая дискуссия его уничтожает. Благодаря тем же софистам, мы можем утверждать, что проблема скорости, о которой в данном случае идет речь, находится в плоскости связи означающего и означаемого. Чем более произвольна эта связь, тем выше скорость и сила риторических эффектов. В этой плоскости связи предмета и значения лежит принципиальное различие между философским (осмысляющим) и софистическим (создающим эффекты) дискурсом.

Данное обстоятельство побуждает к более внимательному отношению к софистике, а для этого необходимо разрушить стену, которую воздвигла между софистикой и философией платоническо-аристотелевская традиция. Споря с софистом, стоит задать вопрос: для чего спорим? Знаем ли мы, с кем связались?

Сократ, как известно, вывел философию на улицу, где она должна была пройти инициацию в словесных баталиях с софистами. Однако она очень скоро вернулась назад в школы, а затем прочно приросла к местам в рабочем кабинете и университетской аудитории. Тот же Аристотель обрушивает мощь своих логических аргументов против софистов не в очном споре с ними, а со страниц философского трактата, где он получает возможность беспешно сплести удавку на лишенную логоса (и в этом смысле патологическую) риторику софистов. Вопрос, однако, состоит в том, способен ли Аристотель обыграть софиста в публичном споре? Вопрос является открытым, но не по причине возможной слабости аристотелевских аргументов, а как раз потому, что в таком споре действуют иные критерии победы.

Дело в том, что Аристотель, как и Платон в его сократических диалогах, пытается загнать софиста в угол, принуждая его к определению. То есть он показывает и разоблачает софиста, заранее включенного в формат *определяющего дискурса*, в котором ему уготовано поражение. В конечном счете, Платон вынуждает говорить софиста то, что от него хочет услышать Сократ, а последний хочет услышать противоречие в определении, поймать его на этом противоречии. При этом дело ведется так, как если бы у слов имелось только одно значение, и к тому же известное всем (всеобщее). Но это значит только то, что перед нами не реальный, а сконструированный Платоном и Аристотелем софист, весьма далекий от реальной ситуации спора. Мы же обязаны допустить такую ситуацию, когда софист просто не станет связывать себе руки необходимостью определенных, а вместо этого будет перескакивать с предмета на предмет, неуловимо скользя по поверхности дискурса.

Проблема в том, что Платон, а затем и Аристотель в своих опровержениях против софистов не уловили специфики софистического дискурса

и, как следствие, лишили софистов речи. Между тем правильнее было бы говорить о разнице между осмысляющим дискурсом и создающим эффекты дискурсом⁵. Сократ, Платон и Аристотель выставляли софистов немехами в сфере определяющего дискурса, в то время как неопределенность как раз и является жизненной стихией и целью софиста. Они пытались поймать софиста на бессмыслице, в то время как тот как раз и стремится к тому, чтобы высказать бессмыслицу. Софист вообще говорит не ради утверждения смысла, тем более всеобщего. Он говорит ради того, что ускользает за его пределы: ради самоутверждения на публике, ради сиюминутной выгоды, наконец, просто ради удовольствия говорить, срываая аплодисменты на подиуме.

Иными словами, философ аристотелевского типа заботится о значении слов, в то время как софист заботится лишь о производимом словами эффекте. Он соединяет слова и идеи, не заботясь о смысле и возлагая эту заботу на оппонирующего ему философа. В результате философ испытывает отяжеляющий и замедляющий эффект двойной заботы: как о своей речи, так и о речи собеседника, в которой он стремится найти внутреннее противоречие. Такая двойная забота «за себя и за того парня» отбрасывает его в рефлексивную позицию, что ведет к потере темпа. Иными словами, дискурс, целиком поглощенный требованием значения, странным образом оказывается в проигрыше. Напротив, софист, стягивая ярмо определяющего дискурса, начинает парить над значением, свободно разыгрывая ситуацию, где, точно по Лакану, означающее создает означаемое. В отличие от философа, софист не исходит из авторитета истины. Он борется за авторитет в моменте и поэтому все время балансирует на грани фола.

Точно так же ведут себя телевизионные ведущие, в особенности медиа-звезды. Они-то отдадут себе отчет в том, что там, где производится эффект значения, значение не требуется. На подиуме игра идет по другому поводу: здесь разыгрывается не смысл, а фишка. То есть вопрос «в чем смысл?» (или, паче того, истина) заменяется вопросом «в чем фишка?». Эффект такой подмены был в свое время в полной мере испытан софистами. Софистика, позволившая себе облегчить дискурс от бремени интеллектуальной образованности, от метафизической перегрузки, является хорошим примером того, как диктатура эффекта может противостоять диктатуре значения. А потому современному философу стоит взять несколько уроков у этих мастеров словесной провокации, хотя бы для того, чтобы, выходя на подиум, побеждать их ими же испытанным, но более изощренным оружием соблазна.

⁵ См.: Кассен Б. Эффект софистики / пер. с фр. А. Россиуса. М.; СПб.: Московский фонд «Университетская книга»: «Культурная инициатива», 2000.

Philosophy at the Podium: festina lente in a dog fight for the Logos!

Y. Razinov

In the article the problem of philosophy" presence at modern media is discussed. What are the media requirements to traditional philosophical discourse? Is it effective in the conditions of today"s "effects dictatorship"? What should modern philosopher do if he really wants to be present at media-landscape? What should be philosophy nowadays? Discussion of these questions puts the problem of temporality of conceptualizing discourse; the search for tools to solve this problem forces to address for Sophistry experience.

Key words: Podium, Sophistry, effect, sense, nonsense, conceptualizing discourse.