

УДК 165.0

DOI: 10.18384/2310-7227-2017-1-54-60

ЛОГИКА ИСТИНЫ В СФЕРЕ МЕДИА И МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ

Петросов Т.А.

Кубанский государственный университет

350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, д. 149, Российская Федерация

Аннотация. В представленной статье рассмотрены классическая форма истинности суждения – корреспондентная, а также форма истинности в сфере медиа-сообщения, т. е. в сфере средств массовой информации и массовой коммуникации. Проведена первичная дистинкция названных форм, на основе которой прослежен ход развертывания имманентной логики истинности медиа-сообщения как такового. Представлены следствия выявленной логики истины медиа-сообщения. В результате этого в качестве вывода указан вектор для дальнейших исследований в рамках обозначенной проблематики.

Ключевые слова: медиатеchnологии, медиа, медиафилософия, логика истины, истина медиа, форма истинности.

THE LOGIC OF TRUTH IN THE SPHERE OF MEDIA AND MEDIA TECHNOLOGY

T. Petrosov

Kuban State University

149, Stavropolskaya st., Krasnodar, 350040, Russian Federation

Abstract. The article considers the classic form of truth assertion – a correspondent one, and the form of truth in the sphere of media-message, i.e. in mass media and mass communication. A primary distinction is made between these forms on the basis of which the development of the immanent logic of media-message truth is traced. The results of the revealed logic of media-message truth are presented, with the further investigations on the topic being projected.

Keywords: mediatechnology, media, mediaphilosophy, logic of truth, media truth, form of truth.

В рамках данного исследования мы попытаемся раскрыть имманентную логику истинностного суждения в медиа сфере, т. е. в сфере сообщений СМИ и СМК, и, с другой стороны, рассмотрим базовые определения истинности суждения с целью дальнейшей демаркации, если таковая имеет смысл, логической формы истинности в сфере медиа от формы истинности «регулярного» суждения. Целью, таким образом, является первичное определение фундаментальных особенностей логической формы истинностного суждения медиа-сообщения и её возможных отличий от того, что традиционно считается формой истинности высказывания / суждения.

Стоит отметить, что эта статья носит характер предваряющих разработок, где представлена существенная, по нашему мнению, проблематика. Однако сама необходимость впервые формулировать проблематику и представлять соответствующие тезисы, в свою очередь, свидетельствует о научной новизне работы.

В настоящее время существует множество основательных трудов, посвященных проблемам корреляции инстанции медиа с гносеологической сферой человека, а также с социальным устройством и историческим процессом в целом [3; 12], однако предлагаемый ниже подход и вытекающие из него проблемы, на наш взгляд, являются оригинальными, и, возможно, плодотворными для дальнейших исследований.

Итак, классическое понятие истины в философии заключается в соответствии представления / высказывания бытию (*veritas est adaequatio rei et intellectus*). Сперва возникает вопрос: как мы верифицируем некое «немедийное» высказывание, т. е. что такое классическое суждение истинности? Мы верифицируем высказывание:

1. либо путем установления логической правомерности: а) отсутствие самоотрицания высказывания, т. е. соблюдение закона противоречия; б) наличие достаточного основания, т. е. полагания суждения на уже принятых суждениях или «индексных» фактах;

2. либо путем непосредственного указания на объект высказывания, что, согласно многим философам различных школ и направлений (Аристотель, Локк [8, с. 102], Рассел и др.), является также конечным основанием любой цепи суждений, следовательно,

конечным основанием любого высказывания.

И несмотря на то, что существует множество «моделей» истинности: корреспондентная (Аристотель [1, с. 301]), конвенциональная / языковая (Пуанкаре, Витгенштейн [4, с. 178]), эмпирическая (Беркли [2, с. 172], Мах [10]), трансцендентальная (Кант [7, с. 275]), «Алетейческая» (Хайдеггер [13, с. 218]), абсолютная (Тегель [5, с. 37]), прагматическая (Джеймс [6, с. 133]) когерентная (выделяют множество истоков), дефляционная (Фреге, Рамсей), авторитарная и др. – мы хотели бы в рамках данной статьи сфокусироваться именно на корреспондентной концепции истины. Это связано с тем, что она имплицитно содержится во многих из перечисленных концепций, хотя и вызывает множество логических затруднений. Более того, вне акта рефлексии и спекулятивного мышления данная концепция является общепринятой, т. е. является очевидной для здравого смысла. И здесь мы считаем вполне уместным анализ «нормы» логики медиа-сообщения относительно «нормы» обыденного суждения.

Например, если я вижу столб, высота которого превосходит рост любого человека, я говорю: «Этот столб выше человеческого роста», – вводя, таким образом, ассерторическое суждение.

Что касается отсутствия самоотрицания и достаточного основания, то здесь можно предложить следующий пример: «Мои кости могут быть сломаны». Это высказывание: а) не содержит противоречия, так как в нём отсутствует имплицитное или явное утверждение обратного; б) имеет под собой достаточное основание, заключающееся в осознанности мной не-

преходящей возможности такого события, постоянно подтверждающейся множеством случаев переломов у других людей.

Итак, вот вкратце сведение истинности высказывания к его форме. Но что становится с формой истинностного высказывания при условии передачи сообщения через медиа?

1. Мы говорим, что истина есть соответствие высказывания бытию. Но дело в том, что так называемый посредник не есть само бытие, так как очевидно, что он есть продуцирующий, производящий некий информационный продукт, следовательно, мы имеем на выходе нечто, не являющееся бытием, относительно которого предполагалось истинностное высказывание, но имеем некое *новое, сформированное* бытие (этот тезис является центральным практически для всего корпуса исследований в области медиатеории и медиафилософии. Это мы встречаем, к примеру, у Лумана [9, с. 13]).

2. Вторым моментом заключается в том, что само высказывание истины осуществляется не тем, кому информация посредствующей инстанцией доставляется, т. е. не реципиентом, а самим посредником, что с позиции классического понимания истинности высказывания является нонсенсом, так как в таком случае субъект не может производить суждения истинности, ведь оно уже произведено самим медиа. Субъект может: а) либо остаться согласным (что = воспринять информацию); б) либо отвергнуть сообщение (что бессмысленно, о чём мы скажем ниже).

2.1 Почему мы говорим, что медиа уже совершает истинностное выска-

зывание? Потому что суть медиа заключается в том, что он (посредник) является корреспондентом. Т. е. сама идентификация и самоидентификация медиа говорят о том, что он сообщает о событиях, иными словами является проводником некоей *реальности*, следовательно, он имманентно выносит истинностное суждение о каждом своем информационном продукте, который являет себя как данность некоего бытия (любопытно, что латинское слово “*producere*” имеет значения «проводить» и «производить»). Следовательно, невозможно выносить об информации медиа первичное асерторическое суждение, так как оно уже вынесено.

3. Далее. На каком основании мы можем подвергать критике или прямому отрицанию эти истинностные высказывания медиа? Проблема заключается в том, что мы не имеем: а) наличности референции истинностного суждения, т. е. мы не можем указать на несоответствие этого переданного уже-асерторического его бытию-корреляту; б) не имеем самого высказывания в чистом виде (т. е. суждения, запредельного утверждаемому бытию), так как сообщение – информационный продукт – это сразу же и бытие, которое мы обозначили как «новое», и высказывание о нём, следовательно, ни то ни другое в отдельности.

3.1. Следовательно, информационное сообщение как уже-бытие непроницаемо для отрицания посредством полагания другого высказывания, а как уже-высказывание непроницаемо для поисков подтверждающего его основания, другого, аутентичного бытия.

4. Таким образом, медиа не есть некий прозрачный передатчик, смотря

через который на бытие, мы можем выносить суждение о нём. Но само медиа есть *producens*, т. е. производящий. Медиа по ту сторону снимает бытие своим новым произведением, являя своё бытие, а по эту сторону, сторону реципиента, снимает возможность истинностного суждения. Этот посредник, таким образом, сам есть и бытие, и суждение.

5. Так как большинство тех вопросов, которые мы в своем бытовании обсуждаем, воспринимаем – это новости медиа, то, по большинству вопросов и тем, а также вопросов и тем, вырастающих на почве первых, мы не имеем возможности судить; а если судим (что, однако, не имеет смысла, так как уже дано высказанное бытие), то говорим не о том, что являлось референтом, но о медиа-продукте, следовательно, заблуждаемся; а если мы были очевидцами или участниками события, ставшего в дальнейшем медиа-сообщением, то:

а) мы не считаем, что наш опыт тождественен тому, что сообщает медиа, и не согласны с сообщением (отрицание сообщения на основании опыта);

б) полагаем, что наш опыт, в качестве частного, мог быть неисчерпывающим в силу своей одномерности, и согласны с сообщением (отрицание опыта как недостаточного основания);

в) считаем наш опыт более обширным, чем медиа-сообщение, и не согласны с сообщением (отрицание медиа-сообщения как недостаточного основания);

г) невозможный пункт – так как наш опыт не может быть тождественен с медиа-сообщением, даже если мы сами его создаем.

5.1 Отсюда следует, что даже будучи очевидцем или участником события, мы имеем опыт, который не является тем же, что медиа-сообщение, следовательно, принимая или отклоняя медиа-сообщение, мыдвигаем личный опыт в сторону от него, так как и опыт, и медиа-сообщение не могут служить в единстве основанием для суждения, одно исключает другое (даже если кто-то считает, что они «дополняют друг друга», он, таким образом, лишь снимает собственный опыт или медиа-сообщение на момент суждения), следовательно, и здесь мы возвращаемся к уже названным вариантам: 1) отрицание сообщения или 2) принятие его без возможности асерторического суждения. Но отрицание его проблематично (см. пункт 3 и 3.1).

6. Возникает вопрос, на каком основании мы говорим специально о медиа-сообщениях? Чем они отличаются от любых других сообщений через посредника, от любых «немедийных» сообщений, которые нельзя верифицировать через «индексный факт»?

В первую очередь, мы хотим заметить, что, так как в любой форме непосредственного сообщения отсутствует непосредственная возможность верификации, мы принимаем сообщение как истинное на следующих основаниях:

а) отсутствие самопротиворечия сообщения;

б) отсутствие противоречия сообщения другим (уже принятым) сообщениям о том же референте в том же отношении;

в) вера в источник сообщения.

Все три основания для принятия сообщения имеют взаимное влияние (влияние веры может снять принятие

прошлых сообщений, самопротиворечие сообщения может снять веру и т. д.). Однако существенным здесь остается отсутствие бытия (референта). Бессмысленно спрашивать, верим ли мы в медиа-сообщение, ведь оно есть и бытие. Спрашивать, является ли истинным то, что показывает фотография или видеорепортаж, бессмысленно, даже если мы подозреваем некий подлог. Бессмысленно спрашивать даже, верим ли мы в референт печатной прессы, если мы полагаем её как медиа, как корреспондента, так как корреспондент – это нечто, являющееся бытие (см. пункт 2.1). Значит, если полагать медиа как корреспондента, логически *корректным* является признание за его сообщениями правоты вновь и вновь, даже если сообщения эти при должном размышлении предстают как абсурд. И мы полагаем, что это и есть причина столь фундаментального влияния медиасферы на сознание и мышление человека (здесь мы отсылаем к работам М. Маклюэна, Н. Больца, Н. Постмэна в связи с тем, что не имеем достаточно места для распространения их общих положений). Об этом мы ещё поговорим ниже. Однако вопрос о вере источнику передачи частного сообщения – слуху, свидетелю, участнику – имеет смысл. Мы принимаем сообщение как истинное суждение о событии, не имея перед собой события, следовательно, полагаем веру в событие и его «таковость», принимая его, либо же событие и его «таковость» отрицаем.

6.1. В силу того, что при любом посреднике (кроме медиа), асертторическое суждение также не имеет смысла (ведь бытие отсутствует), возможно лишь, как уже ясно, либо принятие,

либо отрицание уже-суждения (что не бессмысленно, в отличие от отрицания медиа-сообщения).

6.2. Но, следовательно, между Медиа-сообщением (1) и сообщением посредника (2) есть принципиальная разница:

1) Принятие / отрицание уже-суждения как отрицание реципиентом возможности показа бытия; 2) Принятие / отрицание уже-суждения как уже-бытия. 1) Невозможность асертторического суждения ввиду отсутствия бытия; 2) абсурдность асертторического суждения в силу присутствия уже-суждения как уже-бытия. 1) Вера; 2) достоверность. 1) Шаткость достаточно основания; 2) самопоказ (очевидность) достаточно основания; и т. д.

В результате этого мы имеем:

а) всякое медиа-сообщение есть очевидная истина, следовательно;

б) когерентная истина невозможна, так как к бытию-явленности сообщения не может быть ничего прибавлено, от него ничего не может быть убавлено; любая модификация явленности во вторичном суждении абсурдна, следовательно;

в) эклектика мысли, некая «срединная» истина как компромисс разности медиа-сообщений в качестве вторичного суждения над множеством медиа-сообщений столь же безосновательна (в буквальном смысле), сколь и суждение над единственным медиа-сообщением, следовательно;

г) умозаключение над медиа-суждениями невозможно, следовательно;

д) каждое медиа-сообщение есть явленность / истинность, даже если она противоречит другим сообщени-

ям о том же предмете в том же отношении, следовательно;

е) снимается сама форма корреспондентной истинности.

Логика истины медиа, таким образом, утверждает истину «самоказания», что близко, но не равно той модели истинности, которую мы обозначили как «алетейическую» (Хайдеггер).

Таким образом, мы попытались проследить логику истины суждения

в пространстве медиа. Мы считаем, что в результате проделанной работы нам удалось достигнуть поставленных целей, а именно: провести первоначальную демаркацию базовой формы истинности суждения от формы истинности в сфере медиа-сообщений и проследить логику движения последней. Здесь мы подводим черту нашей работе, надеясь в дальнейшем провести более глубокие и широкие исследования в заданном направлении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аристотель. Метафизика. Переводы. Комментарии. Толкования. СПб.: Алетей; Киев: Эльга, 2002. 832 с.
2. Беркли Дж. Сочинения. М.: Мысль, 1978. 556 с.
3. Болъц Н. Албука медиа. М.: Европа, 2011. 136 с.
4. Витгенштейн Л. Философские исследования. М.: АСТ: Астрель, 2011. 347 с.
5. Гегель Г.В.Ф. Феноменология духа. М.: Академический Проект, 2008. 767 с.
6. Джемс В. Прагматизм. СПб.: Шиповник, 1910. 244 с.
7. Кант И. Критика чистого разума. М.: Эксмо, 2012. 736 с.
8. Локк Дж. Сочинения: в 3 т. Т. 1. М.: Мысль, 1985. 623 с.
9. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Практикс, 2005. 256 с.
10. Мах Э. Анализ ощущений и отношение физического к психическому. М.: Территория будущего, 2005. 304 с.
11. Савчук В.В. Антология медиафилософии. СПб.: Русская христианская гуманитарная академия, 2013. 339 с.
12. Савчук В.В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб.: Издательство РХГА, 2013. 350 с.
13. Хайдеггер М. Бытие и время. 4-е изд., испр. М.: Академический проект, 2013. 460 с.

REFERENCES:

1. Aristotel'. Metafizika. Perevody. Kommentarii. Tolkovaniya [Metaphysics. Translations. Comments. Interpretation]. SPb.; Aletheia, Kiev, El'ga, 2002. 832 p.
2. Berkli Dzh. Sochineniya [Works]. M., Mysl', 1978. 556 p.
3. Bol'ts N. Azbuka media [ABC of the media]. M., Evropa, 2011. 136 p.
4. Vitgenshtein L. Filosofskie issledovaniya [Philosophical Studies]. M., AST, Astrel', 2011. 347 p.
5. Gegel' G.V.F. Fenomenologiya dukha [Phenomenology of Spirit]. M., Akademicheskii Proekt, 2008. 767 p.
6. Dzhems V. Pragmatizm [Pragmatism]. SPb: Shipovnik, 1910. 244 p.
7. Kant I. Kritika chistogo razuma [Critique of Pure Reason]. M., Eksmo, 2012. 736 p.
8. Lokk Dzh. Sochineniya: v 3 t. T. 1 [Works: in 3 vol. Vol. 1]. M., Mysl', 1985. 623 p.
9. Luman N. Real'nost' massmedia [The Reality of the Mass Media]. M., Praxis, 2005. 256 p.
10. Makh E. Analiz oshchushchenii i otnoshenie fizicheskogo k psikhicheskomu [The Analysis of Sensations and the Relation of Physical to Mental]. M., Territoriya budushchego, 2005. 304 p.

11. Savchuk V.V. Antologiya mediafilosofii [Anthology of Media Philosophy]. SPb., Russkaia christianskaia gumanitarnaia akademiia, 2013. 339 p.
 12. Savchuk V.V. Mediafilosofiya. Pristup real'nosti [Media Philosophy. An Attack of Reality]. SPb., Russkaia christianskaia gumanitarnaia akademiia, 2013. 350 p.
 13. Khaidegger M. Bytie i vremya. 4-e izd., ispr. [Being and Time. 4th ed., rev.]. M., Akademicheskii proekt, 2013. 460 p.
-

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Петросов Тигран Артемович – аспирант кафедры философии Кубанского государственного университета, ассистент кафедры издательского дела и медиатехнологий Кубанского государственного университета;
e-mail: tigranich@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Tigran Petrosov – Postgraduate Student at the Department of Philosophy at Kuban State University, Assistant at the Department of Publishing and Mediatechnologies of Kuban State University;
e-mail: tigranich@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА

Петросов Т.А. Логика истины в сфере медиа и медиатехнологий // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: **Философские науки**, 2017. № 1. С. 54-60.
DOI: 10.18384/2310-7227-2017-1-54-60

CORRECT REFERENCE

T. Petrosov The Logic of Truth in the Sphere of Media and Media Technology // Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy, 2017, no. 1, pp. 54-60.
DOI: 10.18384/2310-7227-2017-1-54-60