

РАЗДЕЛ I. ОНТОЛОГИЯ И ТЕОРИЯ ПОЗНАНИЯ

УДК 1:165

DOI: 10.18384/2310-7227-2020-1-6-20

ТЕАТР КАК ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ В «ОБЩЕСТВЕ СПЕКТАКЛЯ»

Мурейко Л. В.

*Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I
190033, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 9, Российская Федерация*

Аннотация.

Цель. Перформативная логика, визуальная культура и техники изменения визуального, влияющие на изменение представлений о реальности, – важнейшие черты современного общества, нередко называемого «обществом спектакля». Целью данного исследования является уточнение характера функционирования визуального знания в условиях трансформации образа реальности посредством цифровых медиа.

Процедура и методы исследования. Используемая методология: исторический и сравнительный анализ, аналогия, понятийное моделирование. В анализе природы гипертеатрализации общества посредством цифровых медиа автор соотносит его свойства со свойствами традиционного театра. В последнем случае очевиднее возможность для человека выйти из состояния растворённости в представляемом мире и обрести субъектность. Такая возможность осуществляется за счёт большей близости к предметно-физическому миру технологий закулисья, наличия неповторимого в воспроизведении, «понимательной топологии» и особого, игрового механизма изображений, предлагающего игру в понимание реальности, самих себя, в изображение того, что невозможно изобразить.

Результаты проведённого исследования. В итоге автор решает поставленные задачи, отталкиваясь от теории визуального, анализа театра М. Мамардашвили и Г. Марселя. Новым ракурсом исследования заявленной темы может быть рассмотрение театра (и медиа) на модели социального куматоида в понимании М. А. Розова.

Теоретическая и / или практическая значимость данного исследования заключается в конкретизации функционирования знания, имеющего преимущественно визуальный характер, и возможности его контроля.

Ключевые слова: эпистемология, модель, «общество спектакля», медиа, массмедиа, медиареальность, визуальное, театр

THEATER AS AN EPISTEMOLOGICAL MODEL FOR THE STUDY OF MEDIA REALITY IN THE “PERFORMANCE SOCIETY”

L. Mureyko

*Emperor Alexander I Saint-Petersburg State University of Transport
9 Moskovskii prospekt, Saint-Petersburg 190033, Russian Federation*

© Мурейко Л. В., 2020.

Abstract.

Purpose. Performative logic, visual culture, and techniques for changing the visual that affect changing perceptions of reality are the most important features of the modern society, often referred to as the "performance society". The purpose of this study is to clarify the nature of the functioning of visual knowledge under the conditions of transformation of the image of reality through digital media.

Methodology and Approach. The methodology of the article includes: historical and comparative analysis, analogy, conceptual modeling.

Results. Starting with the theory of the visual and the study of the theater of M. Mamardashvili and G. Marcel, the author reaches the set goals and considers some new research perspectives. One of them is the exploration of the theatre (and media) based on M. A. Rosov's model of social cumatoid.

Theoretical and / or Practical Value of this study is in specifying the working of mainly visual knowledge and the possibility of its control.

Keywords: epistemology, model, media, mass media, media reality, visual, theatre

ВВЕДЕНИЕ

Для современной эпистемологии характерно особое внимание к социальным факторам конструирования знания, неявно присутствующим в повседневности. В этой связи метод моделирования с его характерным свойством переходного характера между теорией и эмпирией, идеей и визуальным чувством представляется весьма актуальным.

Исследовательский интерес к современным медиа, массмедиа, медиареальности в контексте эпистемологии объясняется существенными преобразованиями качества субъекта познания и его сознания (самосознания, самоидентификации) в новых условиях цифровой коммуникации [8] и в результате мощной тенденции слияния социальной коммуникации и массовой коммуникации [13; 14].

Современная эпистемология должна учитывать, что тип коммуникации сказывается на формах познания [20; 21], что современная широкодоступная, многообразная, динамичная коммуникативная среда способна трансформировать формы восприятия, мышления, поведения человека. Будем иметь в виду, что «медиа», имея технологическую природу, являются продолжением самого человека за счёт во многом неосознаваемого способа расширения его возможностей восприятия (М. Маклюэн). И, что важно, технология во многом предопределяет перспективу визуализации в

плане становления видимым того, что не было визуально доступным естественным образом.

В исследовании заявленной темы оттолкнёмся от понятия «общество спектакля». Это понятие появляется в философском дискурсе во второй половине XX века, прежде всего в работах таких авторов, как Г. Дебор, Ж. Бодрийяр, Ж. Деррида. Сходная идея этих авторов состоит в понимании растущей тенденции иллюзии или симуляции реальности, подобной театральной, в условиях особой значимости в обществе масс-медиа, способствующих росту конструируемого и визуального характера знания.

Современную эпоху нередко называют эпохой тотальной посттеатрализации, понимая под этим эпоху такой формы социально продуцируемого визуального, которая функционирует в плане «шоу». Действие-образ в этих условиях оказывается единством желания, семиоза и технологии.

И именно за счёт глобализации медиа с их визуальной культурой вместе с борьбой за зрительское внимание средствами «шоу» тема «общества спектакля», или «общества зрелища», приобретает особую актуальность. Её острота поддерживается тем фактом, который в современном искусствоведении определяется как «post-medium condition», что означает «состояние исчерпанности выразительных (или изобразительных) средств» [23] с необхо-

димостью фабрикации их новых, более интенсивных искусственных форм.

В этой связи *объект* данного исследования – сходные черты двух видов реальности, производимых изобразительными средствами театра и современных медиа. *Предмет* исследования – театр как эпистемологическая модель изучения медиареальности.

В соответствии с предметом и объектом, перед нами стоят следующие *задачи*: 1) выявить основания для дискуссии о применении модели театра к современному обществу; 2) уточнить механизм разрушения «стены» между зрителем и зрелищем (субъектом и сконструированным объектом) в реальности, производимой театром и медиа; 3) выявить особенность рефлексии коммуникативно-визуального, действенно-топологического характера как механизма сопротивления технологиям, создающим суррогат индивидуальности.

Феномен иллюзиона, театрализации не только представлений о реальности, но и самого образа жизни, связанного с определёнными социальными условиями, в XX веке не обошли философским вниманием Р. Барт, М. Хайдеггер, Ж.-П. Сартр, Ж. Батай, Ж. Делёз, Ф. Гваттари, Ж. Деррида, Д. Деннет. Особая значимость социальных конструктов с эффектом спектакля, влияющих на то или иное восприятие реальности, концептуальное уточнение их устройства в продуцировании разных способов визуального и характер влияния на человеческую субъективность присутствует в работах П. Вирильо, В. Беньямина, У. Эко, Ф. Джеймисона, Ю. Кристевой и др.

Характерная особенность многих российских исследований феномена театрализации социально обусловленной среды обитания – привлечение идей карнавальной культуры, театральности бытийных основ человеческой жизни, в глубокой, филигранной и оригинальной трактовке таких авторов, как М. М. Бахтин, Ю. М. Лотман, М. К. Мамардашвили.

Интересная идея о желаемом театре как социально-антропологической *лаборатории исследования нелинейно протекаю-*

щего времени (отложенного, непрожитого времени, неуловимого, сложного «сейчас», «непредсказуемости взаимной хрооиндукции») предложена А. К. Секацким [18].

В данном исследовании с *эпистемологической позиции* акцентируются те свойства реальности, продуцируемой медиа, которые изоморфно и наиболее выразительно демонстрирует модель театра.

В круг особо острых проблем в понимании этих свойств входят проблемы: (1) визуального (увидеть невидимое); (2) выхода на первый план пространственной организации реальности, скрывающей или как бы останавливающей время; (3) особого рода самосознания – «понимательного топоса» [11].

К этому добавляются проблемы: (4) воспроизведения реальности через механизм «двойника»; (5) воображаемого или виртуального опыта; (6) игрового способа освоения реальности; (7) «общего чувства» [16], коммуникации в виде соучастия зрителей в отношении изображаемого (включая проблему самоидентификации через интерсубъективность); (8) технологического посредничества в коммуникации в отношении реальности.

ЭКСКУРС В ИСТОРИЮ КОНЦЕПТА «ТЕАТРАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА»

Обратимся к краткому экскурсу в историю концепта «театрализация общества».

И. Гофман с социологических позиций одним из первых предложил концептуальную разработку идеи театрализации *всей повседневной жизни*.

В анализе ролевого поведения индивида в повседневности Гофман предлагает ряд метафорических понятий («место как сцена», «общение как демонстрация» и др.), а также разработку типового комплекта приёмов, регулярно используемых каждым индивидом. К таким приёмам относятся: (1) *обстановка* (в виде фона как сценического и постановочного реквизита); (2) *личный передний план* (в виде социального статуса, выражения лица); (3) *внешний вид и манеры* [5, с. 65].

Другой исследователь театрализации повседневной жизни Ги Дебор в своей книге «Общество спектакля» [6] связывает этот феномен с развитием массового производства и массовой коммуникации, сопровождающееся отчуждением личности, потребительским отношением к миру с акцентом на вещи в виде фетишизма. Общество спектакля для Ги Дебора – это, во-первых, *нескончаемость, постоянное воспроизводство самого спектакля*, основная функция которого – *задавать образцы и нормы поведения посредством «звёзд» как совершенных людей*; во-вторых, это общественное отношение между людьми, которое *опосредовано образами*. Социальный спектакль оказывается манифестацией иллюзий, производством отчуждения. В нём царят искусственные образцы-посредники, изгоняющие искренность, непосредственность.

Заметим, многие исследователи феномена театрализации социальной жизни связывают его, как и Ги Дебор, с обществом потребления, хотя есть и противники такой позиции, например, Г. Шульц, который считает, что сегодня модель «общества спектакля» устарела, поскольку общество потребления исчерпало себя [28].

Мы убеждены: общество потребления сегодня не исчезает: оно, трансформируясь, расширяется. Доктор культурной антропологии А. Менели (Нью-Йорк) не без основания говорит о новых способах стратегического потребительства, в том числе в сфере перформативного труда, в академической сфере [26].

Если И. Гоффман рассматривает феномен театрализации как характерной для самой жизни, ставя себе задачу выявить устойчивые схемы-структуры игрового освоения реальности, то Ги Дебор и многие его последователи говорят о театрализации в виде шоу как характерной черте массовой культуры, порождаемой масс-медиа. Ж. Бодрийяр, больше следуя критической позиции Ги Дебора в отношении массовой культуры, всё же придерживается иной позиции. В работе «В тени молчаливого большинства...» [3] он отмечает, что ме-

тафора театра, спектакля не подходит к исследованию современного общества, в котором доминируют массы, продуцируемые всепроникающими масс-медиа. Дело в природе современных масс. Стремясь к сверхсовершенному, переходя границу социальных норм и идеалов, они создают мир гиперреальности, в котором всё перестаёт быть собой. Чувства, эмоции, необходимые для театра, уже ничего не значат. Мир становится холодным, объектным. На его сцене уже невозможен спектакль. В лучшем случае может быть банальная церемония.

Г. Шульц, как и Ж. Бодрийяр, также считает концепт «театрализации общества» не приемлемым для анализа современности. Но у него другие аргументы. В «обществе театра», полагает он, человек, стремясь к внешнему идеалу, лишается своей автономии, но это прошлый этап истории общества. Современное общество – это «общество впечатлений» [28]. В отличие от Ж. Бодрийяра, Г. Шульц отмечает: мир чувств, эмоций только усиливается за счёт производителей рынка переживаний, борющихся на поле конкуренции за потребительское внимание и совершенствующих техники эмоциональной заинтересованности. Из этого вытекает, что самыми востребованными «товарами» сегодня являются «впечатления», «эмоции». При этом современное общество, с этой позиции, не отказывает человеку в том, чтобы найти средства для состояния счастья в самом себе, в собственном мире чувств, впечатлений, а не во внешнем мире искусственных идеалов.

В противовес Г. Шульцу и Ж. Бодрийяру теоретики бизнеса Д. Пайн и Д. Х. Гилмор в своём понимании «общества впечатлений» признают продуктивность идеи театрализации социальной жизни. Их исходное суждение: сегодня наступает новая социально-экономическая ступень в развитии общества, сменяющая эпоху экономики товаров и услуг – экономика впечатлений. Это требует изменения профессионального отношения к труду по модели театра. В условиях нынешней рыночной конку-

ренции работник должен искусно играть в «то, что должно быть тщательно продуманным, мастерски поставленным и убедительно изображённым драматическим действием» [15, с. 134]. Предложение впечатлений, пишут Пайн и Гилмор, означает, что компания, чтобы привлечь клиента, целенаправленно продвигает услуги так, что они выступают в качестве сцены, а товары – в качестве декорации. При этом ценность впечатления связана не с самими товарами и услугами как таковыми, а с тем, что оно из обыденной точки существования создаёт лично значимое событие, которое останется в памяти надолго.

ТЕАТР КАК МОДЕЛЬ ПОЗНАНИЯ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ В «ОБЩЕСТВЕ СПЕКТАКЛЯ»

В современных исследованиях особенности мира, в которых важную роль играют электронные медиа, существует позиция, устанавливающая общие черты между дизайном компьютерного интерфейса и театральной сценой [24]. Широкое распространение визуальной культуры и шоу, праздничная визуальность – вот что, в первую очередь, роднит эти два феномена. К любой компьютерной программе, с этой позиции, сегодня предъявляется требование быть не только функциональной системой, но также и электронным шоу, увлекательным представлением для пользователя. Она должна включать в себя игру, перформанс, сценическое действие для зрителя. Для «магии» шоу существует техническая поддержка в виде, например, окна программы, которое аналогично занавесу открывается и закрывается. Немаловажное значение имеет организация освещения, звука, которые придают интенсивность изображению. К этому подключаются графические «артисты» (иконки, папки, стрелки и др.).

Принимая эту позицию, выделим два важных, характерных свойства электронных медиа в их сходстве с театром. (1) Все технические средства-конструкторы представления обычно невидимы для аудито-

рии, смешиваясь с образами шоу. (2) За счёт встроенного в программу перформанса применительно к наблюдаемому изображению активно включается вся телесность человека. Получая возможность оперировать самому образами на экране, человек начинает верить в реальность изображаемого. Возникает событие визуального действия, которое сопровождается чувством остроты жизни, вдохновения, вовлечённости в мир широких возможностей.

Заметим, что сама природа *выразительного образа* несёт в себе некую магию, зачарованность, притяжение. Во многом это связано с тем, что визуальное тесно вплетено в телесную жизнь человека, связанную с неосознаваемыми желаниями, аффектами.

Р. Барт, задаваясь вопросом, что особенно притягивает наш взгляд к образам определённой фотографии, картине, рекламе или харизматичной личности, отвечает на него: вызываемый ими изначально на уровне телесности аффект. В этой связи он полагает, что предметом изучения визуального могут быть, прежде всего, желание, ностальгия, восхищение, отвращение, эйфория [1], а в целом – аффективная интенциональность. Сравнивая иконические знаки с вербальными сообщениями, Барт видел их различие в том, что первые обладают стремлением к очаровывающей свободе в отличие от функций принуждения, характерных для вторых.

На другую сторону магии образа обращал внимание Х. Бельтинг, исследуя особенность византийской иконы в своей работе «Образ и культ» [2]. Рассматривая основания её литургической функции и особую логику миметической репрезентации, он связал их именно с присущей образу магической силой. Не случайно признание за образом магической силы является одной из причин спора, ведущегося около тысячи лет теологами, – спора между иконопочитателями и иконоборцами. Проблему предпочтения либо материальной, либо ментальной составляющей образа, обсуждаемой в этом споре, Бельтинг решает, вводя понятие «медийум». Исследуя предпосылки появления

первых собственно человеческих образов, Бельтинг находит эти предпосылки в создании масок, снятых с умерших людей, чтобы сохранить о них память. Суть образа в этой связи – стремление человека преодолеть пространственные и временные границы собственного существования за счёт «медиума», который призван *материализовать ментальное, духовное и способствовать тому, чтобы оно стало явственным, видимым*. Трансформируясь в своём историческом развитии, этот медиум может существовать в виде восковой фигуры, статуи, холста, фотографии и, добавим, – театральной сцены, экрана.

Сегодня визуальная культура динамично и широко распространяется за счёт феномена повсеместной экранизации жизни. «Экраны везде: экраны авиакомпаний, операторов компьютеров, секретарей, инженеров, врачей... экраны банкоматов, приборных щитков...» [12, с. 182].

Особенностью современного общества в условиях электронных медиа является выход на первый план перформативной логики визуальной культуры, которая производит принципиально новый вид театрального пространства – гипер- или посттеатральное пространство. Сохраняя роль зрителей театрального представления, пользователи компьютера в отличие от зрителей классического театра и «общества спектакля» индустриальной эпохи получают возможность самим выступать в роли актёров, вмешиваясь в происходящее. Сценическое пространство всё больше представляет экран, создающий событие *виртуального театра с эффектом широкой виртуализации опыта*.

Важно подчеркнуть: функционирование экрана осуществляется не только в качестве условной, виртуальной сцены, но и в качестве медиума, приобретающего самостоятельность в создании собственных сообщений. Посредством определённых технологий экран представляет разнообразную информацию так, что создаётся эффект подлинной реальности. Тенденция усиления такого положения дел наблюдается в центрах мегаполисов, где медиа-биз-

нес на улицах и в торгово-развлекательных центрах размещает огромные медиа-объекты в виде гигантских экранов, способствующих размыванию границы между реальными различиями, между зрителем и зрелищем, между развлечением и совершенством необходимых покупок. В результате теперь уже шопинг приобретает реалию серьёзного труда [26].

В отношении трактовки *медиа как посредника* между познающим мир человеком и реальностью мнения расходятся. Одни авторы считают, что суть медиа именно в посредничестве, отдаляющем нас от реальности, другие полагают, что без медиа как посредника мы лишь поверхностно воспринимаем реальность, третьи считают, что посредничество цифровых медиа приобретает настолько могущественный характер, что само опосредование уничтожается через создание новых самостоятельных самоценных миров, обретающих онтологическую значимость. В последнем случае одним из аргументов является указание на широкую коллективную одновременную коммуникацию, создающую новые социальные общности. Так, многопользовательские версии наиболее популярных игр позволяют оказаться одновременно сразу тысячам людей в симулированных пространствах, воспринимаемых как реальные.

Известный специалист в области теории образа Г. Бёме убеждён в том, что сегодня образ перестаёт зависеть от медиума [22]. Обращаясь к истории теории образа, вплоть до его трактовки Платоном, он отмечает его существенные исторические трансформации. По сравнению с пониманием образа Платоном, при котором для образа характерна ссылка на некоторый оригинал (прототип), в условиях цифровой коммуникации (благодаря обусловленности образа бинарным кодом «0 – 1») сам образ уже приобретает статус реальности. Теперь образ, с этой позиции, призван не отражать реальность, а её конституировать.

В этой связи зададимся вопросом: действительно ли способ репрезентации ре-

альности посредством традиционного театра изжил себя, и его посредничество между зрителем и реальностью не имеет никакой ценности? Иначе говоря, правы ли те авторы, которые считают, что театр сегодня всё больше замещается экраном как представителем суперэкранной культуры, то есть культуры некоего «экрана в экране» (или «экрана Мебиуса», в котором одни и те же зрители находятся по его обе стороны [19])?

С нашей позиции, вопрос об эффекте амедиальности цифровых медиа необходимо рассматривать не только через метафору экрана, но также через метафору и сегодня актуальной сцены традиционного театра, оставляющей возможность после спектакля зайти за неё и увидеть следы технологического инструментария в создании иллюзии реальности. Ведь зайдя за кулисы, можно увидеть «убогость» механизма, обеспечивающего сценические иллюзии (С. Жижек). И тогда реалистичность фантазма исчезает. Но только лишь остановка внимания на «убогости» театрального механизма даёт всё-таки ограниченное знание о нём.

Актуальность модели традиционного театра (физического, имеющего конкретные территориальные и временные границы изображения) в анализе посредника в отношениях человека и реальности, складывающихся в интеракциях, можно рассмотреть, обращаясь к анализу театра Арто, принятому М. К. Мамардашвили [9]. Театр в понимании Арто, пишет Мамардашвили, – это прежде всего театральность, то есть показ слов, мыслей и феноменологическое указание на то, что показываемое – игра. Игра с чем, во что? – Игра в понимание реальности, самих себя, в то, что невозможно изобразить. *Само изображение должно указывать на само себя как изображение того, что в принципе не может быть изображено.* Поэтому театр всегда явно или неявно предполагает театр театра и тем самым разоблачение чего-то как изображения. Театр – это «физическая машина», которая в известных словах, жестах, в пространственных расположениях событий и

фигур, в «*именно сейчас*» физически и уникально воспроизводимом эффекте от увиденного каждый раз по-новому восстанавливает то знание, которое, казалось бы, нам уже известно. Драма познания в том, справедливо замечает Мамардашвили, что чтение текста пьесы и произнесение слов не обязательно предполагает возникновение мыслей как событий. Для этого ещё необходимо изображение изображений.

Давая театру прежде всего пространственные определения, Арто в работе «Театр и его двойник» пишет, что найти скрывающееся понимание реальности и себя невозможно без внимания к пространственному распределению и перемещению предметов и актёров на сцене. И двигателем этого внимания является театр именно как «*физическая машина*», выполняющая то в понимании реальности, что не доступно произвольному усилию. Для этого «нужна специальная организация пространства и времени, специальная организация звуков, света, чтобы случилось... то, что я, казалось бы, должен был знать, читая текст пьесы» [9, с. 379]. Поэтому у театра всегда есть его двойник, его неявное другое, которое *способствует «всем осуществлениям» благодаря определённому искусству или технике.*

Искренность в изображении чего-то как психологическое состояние может быть иллюзорной. Действительная искренность (как и правда, истина) предполагает определённую технику, технологии. В этой связи «...искренность есть искусство» [9, с. 383].

Точку схождения искренности и техник искусства обеспечивает «понимательный топос», предполагающий особую, топологическую рефлексивность. Специфика топологической рефлексии с этой позиции может рассматриваться как *особого рода самосознание, отслеживающее себя в качестве эмпирического события, существующего в виде «наглядно расположенного понимания».*

Термин «понимательный топос» был введён Мамардашвили в работе «Стрела познания...» [11] при концептуальной разработке им такого рода знания, которое отличается от научно-академического сво-

ей неформальностью, – иначе говоря, тем, что оно выражает предмет не столько содержательно, сколько событийно, в контексте самой жизни.

«Понимательный топос» появляется в зазоре между двумя «Я»: (1) как излишне доверчивым к привычным социальным конструкциям знания, воспринимаемым в качестве «естественных», и (2) как обретшим свою уникальную подлинность. Первое «Я» проявляет себя в ощущении, что «весь мир уже прибежал и стал тобой в виде привычки «мира», языка и логики» [10, с. 50–51].

«Понимательный топос» характеризуется как «телесная ткань» или «сеть», которая *сплетает нас вместе в особой среде с развязанными связями естественного ряда*. В этой среде, уходя от формально-стереотипного знания, ещё «нужно создать себя (как бы заново родиться <...> и тем самым как бы заново породить пережитый мир, т. е. создать, чтобы испытать; понять, чтобы пережить» [11, с. 38]. Путь познания – это путь движения от «Я», кажущегося ясным, понятным, к малоизвестному «Я». Промежуток между двумя этими «Я» – психическая жизнь человека, которую условно можно представить в виде множества точек-событий, стихийно рассыпанных на некоторой пространственно-временной плоскости.

Как происходит упорядочивание этого множества, чтобы была обретена их смысловая целостность? И можно ли совместить в отношении себя состояния «внутреннего» и «внешнего наблюдателей»? Для этого, согласно Мамардашвили, в первую очередь, нам необходимо узнать наше «divinité» (“божество” (фр.)), то есть то, «что нами уже принято и чему мы преподносим “offrande” (“дары” (фр.). – Л.М.), гипостазировав воображаемый фокус» [10, с. 732].

Иначе говоря, на пути самопознания нас обязательно подстерегает особая очарованность некими предметами, встреча с которыми выводит нас за пределы предметного мира с общепринятыми социальными значениями. Таким предметом,

например, является пирожное «мадлен», откусив которое герой знаменитого романа М. Пруста испытал особое состояние души от открывшегося ему воспоминания о детстве и пройденного жизненного пути.

Место встречи с *завораживающим* предметом – это знак начала Пути к открытию себя, это точка собирания разных точек-событий нашей жизни.

Важно подчеркнуть, что эта очарованность некими предметами определяется двумя факторами: (1) социальными одобряемыми многократно повторяемыми законами, идеалами, содержащимися в значениях предметного мира, и (2) лично значимыми, уникальными событиями, которые также имеют тенденцию повторяться в предметном выражении.

На базе первого из этих факторов и спекулируя вторым, сегодня экранный мир «общества спектакля», используя образные средства и язык нарратива, обращаясь к телесности человека, искусно имитирует якобы уникальный образный мир индивида. Сложность самоидентификации усугубляется появлением в сфере медиареальности *особого рода частного пространства* как реакции на такое публичное пространство, которое характеризуется сегментацией дискурса, фрагментацией культурных и социальных процессов, возникновением «параллельных» социальных миров в связи с низким институциональным доверием, слабостью институтов социального взаимодействия, низким уровнем культуры публичного диалога. Это требует переосмысления схем опыта «я и другие», «я и мир» [4]. Заметим, что и в случаях отмеченного частного пространства возможна самоидентификация на основе пафоса страсти, утилитарно или узко (контекстуально) осмысленного опыта взаимодействия с предметным миром. Во взгляде на предметный мир, особенно тот, который очаровывает нас, важно не упустить состояния, в котором внешняя эмпирия сходится с экзистенциальным самопознанием и метафизикой (невидимыми, непрерывно становящимися основаниями нашей жизни).

Эти состояния можно обозначить как сингулярные точки, в которых вещи обращаются к нам, но не в качестве объектов наблюдения, а как сообщения о не вещественном мире, как знаки иного измерения события. Но для восприятия этих знаков нужен посредник в виде техник открытия себя или, как говорил М. Фуко, «заботы» о себе.

Подчеркнём: прорыв к самой реальности и её открытие для себя и других в виде искренности не обходится без посредника. Чтобы что-то понять, в том числе себя, мы должны уметь это выразить для других. Без определённого коммуникативного способа использования знаково-символической системы, без умения декодировать смысл того или другого способа использования культурных знаков нам не обойтись. Например, можно прямолинейно воспринимать сценическое изображение сюжетов библейских притч, не умея раскрыть их социально-культурный код, но понимаем ли мы их при этом?

Прямолинейность образа в наблюдении предметного мира даёт нам либо «бедное», поверхностное формально-объективистское его понимание, либо эмоционально насыщенное («Ах, как красиво!» Или: «Ах, как трагично!»). Образ отчаянно сопротивляется дискурсу. Но если мы не умеем это выразить так, чтобы сошлись образ, идея, действие и дискурс, мы *плохо понимаем* наблюдаемое явление и собственное состояние сродства с ним, и тогда наше образное восприятие мира открыто манипуляциям. Чувствуя разную природу образа и дискурса, часто мы не торопимся их соединить.

Отчасти можно согласиться с К. Захс-Хомбахом, который, *обостряя проблему визуальной интерпретации*, рассматривал образ не только в его когнитивных функциях, но и в плане *коммуникативного медиума*. Сопротивление образа дискурсу, с этой позиции, обусловлено тем, что «в образе нет ничего, подобного синтаксису и грамматике» [27]. О. М. Кудина, отталкиваясь от работы Г. Лессинга «Лаокоон, или о Границах живописи и поэзии», на примере влияния речей Гитлера на массы продуктивно показывает действительное расхождение образа

не только с дискурсом как языком аналитики, но и с нарративом [7].

Схождение образа с дискурсом, нарративом, «понимательным топосом», когда мы смотрим театральное представление, предполагает сложный путь самопознания и немалые усилия в освоении в нём роли образа. Не случайно великий русский художник В. Кандинский отмечал, что в изобразительном искусстве для настоящего знатока выразительного образа особое наслаждение искусством появляется *после познавательной работы*, связанной с постижением скрытой структуры порядка вещей.

Примерно в том же духе высказывается К. Захс-Хомбах: чтобы быть действительно воспринятым, образ ожидает от зрителя особых компетенций [27]. В идеальном варианте такая компетенция предполагает поиск ответа на вопрос о границах самого изображения. Этот вопрос обостряется экспериментами авангардных театральных сценаристов и режиссёров. В данном случае образ все больше отходит от задачи изображения в привычном смысле, теряя свои закреплённые свойства.

Теперь он делает наглядными сложные, многоплановые межчеловеческие связи, в которые люди всегда уже вовлечены. Образ становится множественным, что содержит в себе две возможности в отношении «общества зрелища»: и его разрушения, и поддержания. Выражая характер социальных отношений и коммуникативных связей, в первом случае образ служит целям формирования новых социальных отношений, переустройства жизни. Такой возможный ход событий в изобразительном искусстве, например, ярко демонстрировали проекты русских конструктивистов, стремившихся обнажить сами межчеловеческие связи, как они существуют до их объективаций.

Во втором случае множественный образ поддерживает посредством массмедиа бесконечную вариативность предметного изображения, что обусловлено возрастающей мощью трансформирующегося товарного обмена, когда товаром становится знание, познавательный интерес, пережи-

вание, аффект, сам образ, когда благодаря совершенствующимся информационно-коммуникативным технологиям новыми способами конструируются объективации разных форм коммуникации.

Но и во втором случае традиционный театр сохраняет за собой функцию продуктивного познавательного посредника, способствующего самопознанию. Именно потому, что он предлагает особую форму интеракции по сравнению и с языком массмедиа, и с понятийно-аналитическим арсеналом научной философии, и с самой жизнью. В интервью П. Рикёру Г. Марсель говорит: именно театр по-настоящему даёт возможность «*инсценировать мир, проектировать ситуации (выделено мной. – Л. М.), в которых каждый имел бы место, где каждый (выделено мной. – Л. М.) был бы понят*»¹, притом, что театр – это место многоголосия.

По сравнению с философией, анализирующей высокие, положительные формы интеракции, связанные с трансценденцией, театр, согласно Марселю, обнаруживает множество самых разных *жизнейских* форм коммуникации, включая искажённую, или «деградированную интересубъективность». Более того, именно «искажённая интересубъективность» в театральная ситуация выходит на первый план. *Ядро драматургии*, отмечает Марсель, – конфликты, в основе которых – сложные моменты человеческих взаимоотношений, часто – непонимание людьми друг друга. Этому сопутствует *искажённый образ себя в восприятии других и наоборот*.

Действительно, театр как посредник между аналитикой человека, который смотрится в других как в зеркало, и самой жизнью, особенно выразительно через сценическую двойственность изображаемого показывает *драму несовпадения собственного представления о себе с тем, как он представляется другими*.

Казалось бы, такое понимание театра в прошлом. Вспомним утверждение Ж. Бодрийяра, согласно которому сегодня

¹ Entretiens Paul Ricoeur – Gabriel Marcel. Paris, 1968, p. 52.

метафора театра уже неприменима к обществу, в котором важную роль играют массмедиа, поскольку мир благодаря современным массам, обесценившим различия, аффекты, становится объектным. Однако, он прав лишь отчасти. Идеи Арто, Марселя проявляют себя в активно развивающейся сегодня концепции «постдраматического театра» (или «медиа театра»), организующего спектакли в физическом пространстве города, как *коммуникативно-перформативного* способа освоения реальности с помощью определённых технологий.

Термин «постдраматический театр» использует театральный аналитик Х.-Т. Леманн. Он рассматривает современный театр как такое обращение к *непосредственному* опыту зрителя, реализуемое в процессе *экспериментально-практического*, коммуникационного, соучастного взаимодействия с акцентом на импровизацию, которое *является альтернативой массмедиа* [25].

Заметим: Х.-Т. Леманн занимает позицию возможной амедиальности и тем самым возможности выйти из специфической среды массмедиа с её программированием сознания. При этом идея Леманна – это другой вариант идеи Арто о том, что театр – это особая форма взгляда на реальность (с явлением способа её представления), а также идеи Марселя о более явственном выражении театром проблемы интересубъективности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Обобщая различные концепты театризации общества, отметим следующее. Основанием для признания / отрицания продуктивности исследования современного общества как «общества спектакля» по модели театра является разное понимание роли масс, массмедиа и связанного с этим потребительского отношения к миру. С нашей позиции, метафора театра весьма продуктивна для анализа не только общества массмедиа эпохи индустриализации, массы-монолита, но и современного общества. Феномен театризации общества

во многом поддерживается сегодня электронными медиа, при которых массы не исчезают, но приобретают иную, «капсулированную» форму с проблемной идентификацией субъекта при неопределённости социального основания для дифференциации индивидов. Это снижает возможность индивидуального самоконтроля в отношении заразительности визуально поставляемой информации. В шоу используется такое свойство образа, как скрытое выражение за предметной формой социально-коммуникативных связей в их отношении к предметному миру. Выражая характер коммуникативных связей, образ настраивается на нейтрализацию в нём чётких границ между субъектом и объектом. В зависимости от уровня самопознания это содержит две разные возможности: (1) снижение индивидуального самоконтроля и (2) актуализацию самосознания через преодоление стереотипов.

2. Наряду с развитием нового, экспериментального театра, необходимо сохранять традиционный театр с его «физикой», территориально-временными границами изображения, наличия неповторимого в каждом воспроизведении. Традиционный театр является одним из продуктивных сопоставительно-демонстративных средств контроля тенденции размывания границы между зрителем и зрелищем в обществе с особым значением визуального и виртуального способа освоения реальности, реализуемого в виде «шоу». Исследование медиареальности на модели театра – это весьма выразительный способ представления о техниках визуализации невидимого. Такая модель делает более явственными бытийные свойства того, что не поддаётся прямому (в виде копии) изображению.

3. В эпистемологическом плане в модели традиционного театра особого внимания заслуживает перенос на современное общество, в котором важную роль играют массмедиа, прежде всего, такого свойства театра, как продуцирование специфической рефлексии, отличающейся от её традиционного понимания, – *рефлексии коммуникативно-визуального, действен-*

но-топологического характера. Её специфика устанавливается, прежде всего, через пространственно-предметные определения событий и фигур. Субъективный мир театра во многом связан с *пространственным* по-разному организованным распределением и перемещением предметов и актёров на сцене. Сама суть рефлексии в данном случае поддерживается *специальной организацией пространства в его взаимоотношении со временем, звуками, светом.* Это даёт возможность по-новому увидеть, казалось бы, уже известное. Важным свойством топологической рефлексии является самопознание через мир особенно привлекательных, очаровывающих нас предметных форм, которые могут способствовать как открытию нами себя, так и имитации нашей уникальности.

4. Театр – выразительная коммуникативная модель социального посредника *между аналитикой человека (через различающее смотрение им в других как в зеркало) и самой жизнью.* Иначе говоря, театр на визуально-эмоциональном уровне через сценическую двойственность изображаемого демонстрирует драму несовпадения собственного представления о себе с тем, как он представляется другими.

5. Немаловажное значение имеет сегодня экспериментальный, авангардистский театр. Современные сценаристы, режиссёры всё чаще обращаются к образам массовой культуры и массмедиа, но уже в ином контексте по сравнению с Ги Дебором. Существующая тенденция к безобразному изображению жизни направлена на «расколдовывание» образов, на распознавание характера социальных связей, стоящих за этими образами. Такой подход к театральному представлению призван показать саму динамику коммуникации. Показываются отношения между людьми в том плане, в каком они проявляют себя посредством сменяющихся образов. Акцентируется сложность поискового пути к целостности множественных и бесконечных межчеловеческих связей. Но только в талантливых театральных постановках мелькание образов как выражения

многообразных социальных связей (что характерно для инфосферы современных массмедиа) показывается как образ многих образов, выражающий чистые коммуникативные потоки, представляющие собой материю технологизированного мира цифровой коммуникации. Требуется большое знание и мастерство, чтобы выразить эту сложную конструкцию в популярном виде, не впадая в чрезмерные упрощения.

6. В методологии исследования производства медиареальности на модели театра новым ракурсом такого исследования может быть подключение ещё одной модели – социального куматоида в понимании М. А. Розова. Речь идёт о моделировании театра как «физической машины» (М. К. Мамардашвили), способной в рамках формализованной программы театрального действия как такового, огра-

ниченного определёнными схемами, правилами, представлять один и тот же текст по-разному. Социальные куматоиды (от греческого *káta* – волна), как их определяет М. А. Розов, — «это объекты, представляющие собой реализацию некоторой программы человеческого поведения на постоянно сменяющемся друг друга человеческом и предметном материале» [17, с. 54]. Сравнение таких программ с волновым движением позволит исследовать регулярность, повторение в сочетании как со значимостью индивидуальности человека, так и с некоторой непредсказуемостью семиотических объектов, таких, например, как литературное или научное произведение, а в целом – знаково-символической системы.

Статья поступила в редакцию 13.01.20.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барт Р. Camera lucida: комментарий к фотографии / пер. с фр., послесл. и коммент. М. К. Рыклина. М.: Ad Marginem, 1997. 223 с.
2. Бельтинг Х. Образ и культ: История образа до эпохи искусства / пер. с нем. К. А. Пиганович. М.: Прогресс-Традиция, 2002. 748 с.
3. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / пер. с франц. Н. В. Сулова. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000. 96 с.
4. Волков Ю. Г. Приватное пространство: опыт социологической рефлексии солидаристского потенциала новой социальной реальности // Социологические исследования. 2017. №12. С. 20–29.
5. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. А. Д. Ковалева. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2000. 304 с.
6. Дебор, Ги Э. Общество спектакля / пер. с франц. С. Офертаса и М. Якубович. М.: Логос, 2000. 183 с.
7. Кудина О. М. Роль визуального и нарративного образа в провоцировании аффекта массы // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки. №2 (244). 2016. С. 28–36.
8. Лобастова В. А., Самылов О. В., Симоненко Т. И. Цифровая реальность в сфере субъективного опыта // Коммуникативные стратегии информационного общества. Труды X Международной научно-теоретической конференции. СПб., 2018. С. 54–55.
9. Мамардашвили М. Метафизика Арто // Мамардашвили М. Как я понимаю философию. М.: Прогресс, Культура, 1992. С. 375–387.
10. Мамардашвили М. К. Психологическая топология пути. Т. 1. М.: Фонд Мераба Мамардашвили, 2015. 1072 с.
11. Мамардашвили М. К. Стрела познания. набросок естественно-исторической гносеологии. М.: Языки русской культуры, 1996. 304 с.
12. Манович Л. Археология компьютерного экрана: экран и тело // Виртуальные реальности. Труды лаборатории виртуалистики; Труды Центра профориентации. М., 1998. Вып. 4. С. 176–182.
13. Мурейко Л. В. Индустрия сознания: теоретико-методологические аспекты // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2019. №4. С. 62–73.
14. Мурейко Л. В. Феномен вещей в медиареальности // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2019. Т. 10, №1. С. 57–68.
15. Пайн Д., Гилмор Д. Х. Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена /

- пер. с англ. и ред. Н. А. Ливинской. М.: Вильямс, 2005. 304 с.
16. Петровская Е. В. Фотография: гравитация демоса // Философский журнал. 2015. Т. 8. №1. С. 23–32.
 17. Розов М. А. К построению модели науки. О возможных путях развития модели Т. Куна // Философия науки. 2004. Т. 10. №1. С. 49–68.
 18. Секацкий А. К. Экспозиция времени: театральный иллюзион // *Mixtura verborum* 2013: время, история, память. Философский ежегодник под общей редакцией С.А. Лишаева. Самара: Самарская гуманитарная академия, 2014. С. 3–18.
 19. Соловьев А. В. Динамика культуры информационной эпохи. Рязань: Изд-во Рязанского государственного университета, 2009. 228 с.
 20. Шипунова О. Д., Березовская И. П. Особенности когнитивного взаимодействия в практике научной коммуникации // Дискурс. 2018. №3. С. 3–9.
 21. Шипунова О. Д. Инфосфера коммуникации в контексте современной эпохи // Коммуникативные стратегии информационного общества. Труды X Международной научно-теоретической конференции. 2018. С. 40–42.
 22. Böhme G. *Theorie des Bildes*. München: Wilhelm Fink Verlag, 1999. 148 s.
 23. Krauss Rosalind. *A Voyage on the North Sea. Art in the Age of the Post-Medium Condition*. London: Thames & Hudson, 1999. 63 p.
 24. Laurel B. *Computer as Theater*. In: *Reading Digital Culture* / Ed. by D. Trend. London: Blackwell, 2001, pp. 23–28.
 25. Lehmann H.-T. *Postdramatic Theatre* / Transl. by K. Jürs-Munby. L.; N.Y.: Routledge, 2006. 214 p.
 26. Meneley A. Consumerism. In: *Annual Review of Anthropology*, 2018, №47, pp. 117–132.
 27. Sachs-Hombach K. *Das Bild als kommunikatives Medium: Elemente einer allgemeinen Bilswissenschaft*. Köln: Halem, 2003.
 28. Schulze G. *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. 2. Aufl. Frankfurt. N. Y.: Campus Verlag, 2005. 286 s.

REFERENCES

1. Barthes R. *La Chambre Claire. Note sur la photographie* (Russ. ed.: Ryklin M. K., transl. *Camera lucida: kommentarii k fotografii* [Camera Lucida: Comment on the Photo] / Transl. from French. Moscow, Ad Marginem Publ., 1997. 223 p.).
2. Belting H. *Bild und Kult: Eine Geschichte des Bildes vor dem Zeitalter der Kunst* (Russ. ed.: Piganovich K. A., transl. *Obraz i kul't. Istoriya obraza do epokhi iskusstva* [Image and Cult. The History of Image before the Era of Art]. Transl. from German by K. A. Piganovich. Moscow, Progress–Traditsiya Publ., 2002. 540 p.).
3. Baudrillard J. *A l'ombre des majorités silencieuses, ou la fin du social* (Russ. ed.: Suslov N. V., transl. *V teni molchalivogo bol'shinstva, ili Konets sotsial'nogo* [In the Shadow of the Silent Majority, or the End of the Social]. Transl. from French. Ekaterinburg, Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta [Ural University Publ.], 2000. 96 p.).
4. Volkov Yu. G. [Private space: an experience of sociological reflection of solidary potential of the new social reality]. In: *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Research], 2017, no. 12, pp. 20–29.
5. Goffman E. The Presentation of the Self in Every Day Life (Russ. ed.: Kovalev A. D., transl. *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoi zhizni* . Transl. from English. Moscow, Kanon-Press-TS Publ., *Kuchkovo pole* Publ., 2000. 304 p.).
6. Debord, Guy E. *La Société du spectacle* (Russ. ed.: S. Ofertas, M. Yakubovich, transl. *Obshchestvo spektaklya* [Performance Society]. Transl. from French. Moscow, Logos Publ., 2000. 183 p.).
7. Kudina O. M. [The role of the visual and narrative image in provoking mass affection]. In: *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i obshchestvennye nauki* [Scientific-technical Bulletin of St. Petersburg State Polytechnical University. Series: Humanities and Social Sciences], no. 2 (244), 2016, pp. 28–36.
8. Lobastova V. A., Samylov O. V., Simonenko T. I. *Tsifrovaya real'nost' v sfere sub'ektivnogo opyta* [Digital Reality in the Realm of Subjective Experience]. In: *Kommunikativnye strategii informatsionnogo obshchestva. Trudy X Mezhdunarodnoi nauchno-teoreticheskoi konferentsii* [Communicative Strategies of the Information Society. Proceedings of the 10th International Scientific-Theoretical Conference]. St. Petersburg, 2018, pp. 54–55.
9. Mamardashvili M. *Metafizika Arto* [Metaphysics of Artaud]. In: Mamardashvili M. *Kak ya ponimayu*

- filosofiyu* [The Way I Understand Philosophy]. Moscow, *Progress, Kul'tura* Publ., 1992, pp. 375–387.
10. Mamardashvili M.K. *Psikhologicheskaya topologiya puti* [Psychological Topology of the Path]. Vol. 1. Moscow, Merab Mamardashvili Fund Publ., 2015. 1072 p.
 11. Mamardashvili M.K. *Strela poznaniya. Nabrosok estestvenno-istoricheskoi gnoseologii* [The Arrow of Cognition. A sketch of Natural History of Epistemology]. Moscow, *Yazyki russkoi kul'tury* Publ., 1996. 304 p.
 12. Manovich L. [Archaeology of a computer screen: the screen and body]. In: *Virtual'nye real'nosti. Trudy laboratorii virtualistiki; Trudy Tsentra proforientatsii*. Moscow, 1998, no. 4, pp. 176–182.
 13. Mureiko L. V. [Industry of consciousness: theoretical and methodological aspects]. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy*, 2019, no. 4, pp. 62–73.
 14. Mureiko L.V. [The phenomenon of things in reality]. In: *Nauchno-tehnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i obshchestvennye nauki* [Scientific-technical Bulletin of St. Petersburg State Polytechnical University. Series: Humanities and Social Sciences], 2019, vol. 10, no. 1, pp. 57–68.
 15. Pine B. J., Gilmour J. H. *The experience economy Boston: Harvard Business School Press* (Russ. ed.: Livinskaya N. A., transl. *Ekonomika vpechatlenii. Rabota — eto teatr, a kazhdyi biznes — stsena* [The Experience Economy. Work is Theater and Every Business a Stage]. Transl. from English. Moscow, *Vil'yams* Publ., 2005. 304 p.).
 16. Petrovskaya E.V. [Photography: gravitation of demos]. In: *Filosofskii zhurnal* [Philosophical Journal], 2015, Vol. 8, no. 1, pp. 23–32.
 17. Rozov M. A. [To build a model of science. On possible ways of the development of T. Kuhn's model]. In: *Filosofiya nauki* [Philosophy of Science]. 2004, Vol. 10, no. 1, pp. 49–68.
 18. Sekatskii A. K. *Ekspozitsiya vremeni: teatral'nyi illyuzion* [Exposition of time: theatrical illusion]. In: *Mixtura verborum*. Samara, *Samarskaya gumanitarnaya akademiya* Publ., 2014. pp. 3–18.
 19. Solov'ev A. V. *Dinamika kul'tury informatsionnoi epokhi* [The Dynamics of the Information Age Culture]. Ryazan, Ryazan State University Publ., 2009. 228 p.
 20. Shipunova O.D., Berezovskaya I.P. [The peculiarities of cognitive interaction in the practice of scientific communication]. In: *Diskurs* [Discourse], 2018, no. 3, pp. 3–9.
 21. Shipunova O.D. *Infosfera kommunikatsii v kontekste sovremennoi epokhi* [InfoSphere communication in the context of the modern era]. In: *Kommunikativnye strategii informatsionnogo obshchestva* [Communicative Strategies of Information Society]. Proceedings of the 10th International Scientific-Theoretical Conference, 2018, pp. 40–42.
 22. Böhme G. *Theorie des Bildes*. München: Wilhelm Fink Verlag, 1999. 148 s.
 23. Krauss Rosalind. *A Voyage on the North Sea. Art in the Age of the Post-Medium Condition*. London: Thames & Hudson, 1999. 63 p.
 24. Laurel B. *Computer as Theater*. In: *Reading Digital Culture* / Ed. by D. Trend. London: Blackwell, 2001, pp. 23–28.
 25. Lehmann H.-T. *Postdramatic Theatre* / Transl. by K. Jürs-Munby. L.; N.Y.: Routledge, 2006. 214 p.
 26. Meneley A. *Consumerism*. In: *Annual Review of Anthropology*, 2018, №47, pp. 117–132.
 27. Sachs-Hombach K. *Das Bild als kommunikatives Medium: Elemente einer allgemeinen ilswissenschaft*. Köln: Halem, 2003.
 28. Schulze G. *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. 2. Aufl. Frankfurt. N. Y.: Campus Verlag, 2005. 286 s.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Мурейко Лариса Валериановна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры «История, философия, политология и социология» факультета «Экономика и менеджмент» Петербургского государственного университета путей сообщения Императора Александра I;
e-mail: lamureiko@gmail.com

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Larisa V. Mureyko – PhD in Philosophy, associate professor, associate professor at the Department of History, Philosophy, Political Science and Sociology at the faculty of Economics and Management of Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University;
e-mail: lamureiko@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Мурейко Л. В. Театр как эпистемологическая модель исследования медиареальности в «обществе спектакля» // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2020. №1. С. 6–20.

DOI: 10.18384/2310-7227-2020-1-6-20

FOR CITATION

Mureyko L. V. Theater as an Epistemological Model for the Study of Media Reality in the “Performance Society” // Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy, 2020, no. 1, pp. 6–20.

DOI: 10.18384/2310-7227-2020-1-6-20