

Fedotova, V. G., Kolpakov, V. A. and Fedotova, N. N. (2008) *Global'nyi kapitalizm: Tri velikie transformatsii. Sotsial'no-filosofskii analiz vzaimootnoshenii ekonomiki i obshchestva*. Moscow, Kul'turnaia revoliutsiia. 607 p. (In Russ.).

Fedotova, V. G. (2015) *Modernizatsiya i kul'tura*. Moscow, Progress-Traditsiya publ. 334 p. (In Russ.).

Thucydides. (1965) *Iz rechi Perikla nad mogilami voinov*. Hrestomatiya po antichnoj literature / comp. by N. F. Bertani, N. A. Timofeeva, vol. 1. 679 p. Moscow, Prosveshhenie publ. P. 37–41. (In Russ.).

Foucault, M. (1994) *Slova i veshchi. Arheologiya gumanitarnykh nauk*. St. Petersburg, A-cad publ. 408 p. (In Russ.).

Horkheimer, Maks and Adorno, Theodor. (1997) *Dialektika Prosveshcheniya*. Moscow, Medium publ. 311 p. (In Russ.).

Shcherbakov, V. P. (2011) *Antropotekhnologii Novogo vremeni: proizvodstvo «cheloveka ekonomicheskogo»*. Vestnik torgovo-tekhnologicheskogo instituta, no 1 (4). Pp. 233–239. (In Russ.).

Dorothy Cummings, McLean (2018) *Italy to restore «mother... father» on website forms, replacing «parent 1... parent 2»* [online]. Lifesiteneews.com, Aug. 14 Available at: <https://www.lifesiteneews.com/news/italy-to-restore-mother...father-on-website-forms-replacing-parent-1parent> [archived in WebCite] (accessed: 14.08.2018). (In Eng.).

Toscano, A. (2016) *The promethean gap: Modernism, machines, and the obsolescence of man*. Modernism / Modernity, vol. 23, no 3. Pp. 593–609. (In Eng.).

Submission date: 30.09.2018

Антипов Антон Александрович — кандидат филологических наук, доцент факультета технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО. Адрес: 191187, Санкт-Петербург, ул. Чайковского 11/2, ауд. 410. Тел.: +7 (931) 230-75-05. Эл. адрес: aantipov80@mail.ru

Antipov Anton Aleksandrovich, Candidate of Philology, Associate Professor, Faculty of Technology Management and Innovation, ITMO University. Postal address: 410, 11/2 Chaykovskogo St., St. Petersburg, Russian Federation, 195043. Tel.: +7 (931) 230-75-05. E-mail: aantipov80@mail.ru

DOI: 10.17805/zpu.2019.2.9

Запах: чутье бытия в информационную эпоху*

К. А. ОЧЕРЕТАНЫЙ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Поскольку цифровые медиа работают в формате производства значения, постольку все, что не переводится в формат информационного сообщения, представляет для них радикальную проблему. Одна из таких проблем — трансляция запаха. В медиа запах — знак успеха, условие внимания и гарантия признания, но он отсылает от одних вещей к другим, от одних представлений к иным, он не развертывает глубинное измерение вещей как в древних ритуалах (начиная с приготовления пищи и заканчивая сжиганием мертвых).

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (проект «Концептуальный язык русской философии как инструмент исследования медиареальности», грант №17-03-50159-ОГН).

The reported study was funded by RFBR (research project “Conceptual Language of the Russian Philosophy as a Mediareality Research Tool”. Grant No. 17-03-50159-OGN).

В древних культурах запахи — условие метафизической чувствительности: открытость опыту того, что непредставимо и невыразимо, что не уместается ни в одном сообщении и ни в одном образе. В современных медиа метафизическое измерение вещей может как исчезнуть вместе с запахом, так и вернуться на новом техническом основании, при условии того, что цифровые медиа окажутся способны работать в режиме производства присутствия. Пока же запах оценивается как подозрительное явление, разрушающее любую общность и любую коммуникацию. Даже рекламные образы запаха говорят о таинственности и подозрительности его носителя, а стихия его — соблазн, при благоприятных условиях запах как бы не существует. Однако в борьбе за перевод опыта в медийный формат вместе с опытом запаха устраниваются иные непереводимые на язык объективных высказываний данные самопереживания, которыми наполнен наш жизненный мир и о которых возможно только не прямое высказывание — мифическое, поэтическое, философское. Трансформация чувствительности в новых технологических условиях может быть понята только при внимании к изменению роли запахов.

Ключевые слова: медиа; телесность; запах; технологии; реальность; онтология; чувственность; аура; метафизика; общество

ВВЕДЕНИЕ

Медиа конститутивны для человека, представляющего собой уникальное живое существо и обретающего свой образ и свое определение в используемых им видах технически-объективированной медиации. Сознание человека соотносится с самим с собой, с сознанием другого человека, с собственным телом лишь посредством медиа. В отношении к исследованиям проблемы тела это означает, что медиа активизируют тот или иной биологический потенциал тела через его символическое акцентирование. Используемые человеком технические средства оказывают обратное влияние на него самого, меняя его образ, его мир, а вместе с ним — формы самопонимания и самопереживания. Цифровой формат оказывается онтологическим форматом, обуславливая фундаментальные модусы открытости действительности. Бытие в современном мире все в большей степени означает бытие-в-Сети, бытие-онлайн, бытие-в-цифре. Того, кого нет в Сети (онлайн, в цифре), того и действительно нет.

В условиях информационного изобилия войти в режим медиаактуальности, стать признанным возможно только через превращение собственной личности в сообщение, а увеличения трансляционного оборота сообщения можно добиться только через интенсификацию его шокового воздействия (иначе оно просто не будет привлекать внимания). Поэтому традиционно расцениваемое как неразумное поведение (скандальное, аффективное, вызывающее) в медиареальности становится наиболее разумным, ведь оно позволяет сохранить трансляционную активность сообщения, самому стать сообщением — войти в рейтинги цитируемости, в поисковые запросы, новостные ленты, что в условиях, созданных медиа, означает войти в реальность как таковую, стать действительным.

Преобразуя человеческий материал для нового онтологического формата, медиа прежде всего изменяют конфигурацию чувственности и чувствительности. В самом широком смысле — чувство далекого и близкого, своего и чужого, доступного и недоступного, допустимого и недопустимого.

В данной статье делается попытка интерпретировать изменение конфигурации чувственности и чувствительности через исчезновение из медиареальности запаха — основной доминанты традиционных культур, позволяющей ощутить присутствие отсутствующего, бестелесное как телесное, ощутить присутствие духа, в широком смысле — метафизическое измерение вещей.

МЕДИА — РАСШИРЕНИЕ ЧУВСТВЕННОСТИ

Именно с расширением чувственности связывал воздействие медиа основатель современного теоретического дискурса о медиа канадский философ М. Маклюэн (Маклюэн, 2007). Однако он же предполагал, что техническое расширение чувственности будет сопровождаться ампутацией способностей, используемых при прошлой сенсорной формации. Человек печатной культуры утрачивает тактильные, аудиальные техники ориентации в мире, гипертрофируя визуальное восприятие. Человек цифровой культуры, наделяя телесными чувственно-аффективными характеристиками даже наиболее высокие абстракции (которые иначе не могли бы войти в информационное поле), переживая их как экстатический порыв, вероятно, лишается целого ряда определений, характеризующих телесность присутствия, и главного из них — запаха.

Канадский нейрохирург У. Грейвс Пенфилд, используя информацию, эмпирически добытую из множества операций на мозге и применяя метод электростимуляции еще в конце 40-х годов XX в., получил ценные данные о функциональной организации коры головного мозга человека, дав посредством специальных карт-схем представление о том, как различные органы тела репрезентируют себя в коре головного мозга. Символически это исследование было воплощено в так называемом гомункуле Пенфилда — выставленной в Британском музее скульптуре человека (даже в двух вариантах — сенсорной и моторной), пропорции органов которого соответствуют зонам мозга, где они представлены. У такого человека огромные кисти рук, губы, язык, а остальное тело гротескно мало (Каку, 2015: 26–29). Но можно предположить, что медиа, вторгаясь в тело, изменяя его под свой формат, создавая цифровую телесность как набор условий и способов бытия-в-цифре, символически изменяют пропорции органов.

Экспансия медиареальности как реальности, созданной медиа, сопровождается глокализацией телесности: символическое усиление одних органов средствами медиа приводит к ослаблению других. В эпоху господства цифрового формата все, что существует в культуре, получает смысл и значение, а также должно соответствовать условиям трансляции, а в случае любой трансляции неизбежны потери. Можно передать образ, звук, даже тактильные ощущения (что используется в контроллерах компьютерных игр, а также в интерфейсах смартфонов и других мобильных гаджетов), но запах остается пока непередаваем. Для обеспечения своей «мобильности» — всеприсутствия как открытости глобальным событиям — новое цифровое тело лишается своего естественного шлейфа, наиболее примитивного, первобытного (если не первобытного) измерения — запаха и, соответственно, способности его воспринимать.

УТРАТА МЕТАФИЗИЧЕСКОГО ГОРИЗОНТА

Новообразования медиаформата ретроактивны: порождая новые условия опыта, они модифицируют старые. На ранних этапах становления медиареальности — организации публичного освещения событий, концентрации на них общественного внимания, консолидации масс на новом технологическом уровне — на утрату роли запаха в культуре обратил внимание русский философ В. Розанов (Розанов, 1990: 598). Всю философию можно понимать как органон, в буквальном смысле не как инструмент или метод, но как орган. Сложившийся орган дает возможность воспринимать то, что воспринимать, и, конечно, понимать до его сложения невозможно. Органы даны живому существу природой, но в случае с человеком их актуализация зависит от культуры. «Чутье» действует от природы, распознавая запахи как сигналы физического ми-

ра, но интерпретация этих сигналов как метафизических — зависит от культурных условий и установок. Глаз, например, «от природы» смотрит, но видение, т. е. что именно увидит глаз, определяется культурой — всей суммой антропотехник как инструментов расшифровки опыта. Философию можно начинать с удивления — с факта видения и интерпретации того, что было увидено и почему именно так. Но, по Розанову, видение не дает захваченности всего существа. Гораздо важнее невидимое — запах. Причем не в физическом измерении, а в измерении метафизическом — как чувствительности к невидимому. Для В. Розанова философией как органом/органом понимания был «нос», а культура запахов — определенной формацией метафизической чувствительности, т. е. «нос» — это не столько способ чутя, сколько способ понимать через внимание и вчувствование. Понимать не через отстранение от события, а через душевно-телесное укоренение в нем. Определяя нос как орган понимания и даже радикально — как всю философию, Розанов возвращается не только к иудео-христианским истокам европейской культуры (ведь в жертвеннике храма Соломона был сделан нос, Бог вдыхал запах жертв, а запах жертвенных туков был медийным измерением божественного присутствия, новозаветный аналог — умащение тела Христа благовониями), но и к древнему понимаю греческого слова для обозначения ума (νοῦς) как внимательности, чувствительности, чутья. (Кожурин, 2003). Согласно библейской Книге Бытия (Быт. 7:22) дыхание жизни было вдуно Адаму в ноздри и стало живой душой. Характерно, что дыхание жизни есть в любом живом существе, но только у человека дыхание жизни — это дыхание Бога. Нос, ноздри становятся как бы органом чувствительности к присутствию Абсолюта. И не случайно дух, изначально обозначавший нечто чувственное, связывался с крепостью возбуждающих напитков, выделением запахов и паров, что позволяло химической ректификации спирта выступать аллегорией ритуальной ректификации души (Грякалов, 2017: 12). Дух, запах, аромат — были не просто обозначением телесного присутствия внетелесными средствами, скорее, наоборот, тело было концентрацией духа, поэтому шаман, духовидец, поэт могли говорить, что они в духе, а не дух в них. Дух, зловоние, благовоние были моральными координатами ориентации в мире, поскольку сам запах обладал не только бытовой стороной, но и бытийной, он был и метафизическим горизонтом. Исчезновение запахов из культуры является стиранием метафизического горизонта вещей.

В. Беньямин, отмечая особенности технологического воспроизводства образов и тем самым намечая контуры медиареальности, показывает, что среди прочих характерных черт современности определяющим признаком является исчезновение ауры — чувства дали, пронизывающего предмет, каким бы близким он ни был (Беньямин, 2012). С экспансией медиареальности наши способы интеракции в интерсубъективном пространстве становятся подчиненными многочисленным аппаратам — инстанциям, производящим реальность непосредственного и сокрытых под «пенной» произведенных ими эфффектов.

Поглощение медиа жизненного мира — процесс, связанный с модификацией фундаментальных способов открытости миру. Формируется сообщество, а это означает, что меняются правила коммуникации и общественного взаимодействия. Создаются новые типы стратификации и регуляции общества — новая социальная чувствительность, новые условия сегрегации и агрессии. Поскольку наше сознание — во многом продукт общественного взаимодействия, меняется и оно само, его система понятийных координат, его императивы, его формы чувственности. Медиареальность — это не технологии, но техники жизни.

Согласно интуиции Розанова, аура и есть запах, исчезновение ауры — это исчезновение запаха (его деактуализация в условиях новой реальности), запах — в его не утилитарно-бытовом, а метафизически-бытийном измерении — есть чувство дали в близких вещах, способ обнаружения их глубины, души, или энтелехии как того таинственного действенно-формирующего начала, которое все стягивает и откуда волнами расходятся общие настроения, уже теперь истекает жизнь будущего века (Розанов, 2000: 25). Запах — не просто феномен, располагающийся на границе между природой и культурой, он как бы и создает эту границу, поскольку позволяет быть тому, чего нет, а культура и есть все то, чего нет в природе: поэтому запах, дух не просто отождествляются с жизнью, а являются актуальным присутствием бытийного Абсолюта.

Первые медиа ориентированы на запах, первые ритуалы — во многом работа с запахом, говорящем о присутствии иного, невидимого в видимом. В запахе как том невидимом, что соотносено с дыханием, душой, самой жизнью, встречаются и общаются души; в запахе мир душ открыт мирам духов. Запах говорит о присутствии непредставимого, т. е. о присутствии как таковом, об отношении к действительности до всякой ее оформленности, о задетости действительностью до всякой репрезентации этой задетости в слове, образе и т. д. Поскольку запах выходит за границу видимого, он тождественен возможности иного порядка. В таком случае приручение запаха, овладение им, работа с ним — равносильны поддержанию дыхания, стихий, общению душ и духов, т. е. поддержанию порядка жизни. Ритуальная работа с запахом всякий раз устанавливает границу своего и чужого, сверхъестественного и естественного, живого и мертвого из непосредственного отношения к истокам бытия. Ритуал упорядочивает жизнь изнутри нее самой. Миф — уже отход от ритуала, поскольку то, что поддерживалось в ритуале исключительным волевым напряжением, в мифе живет как бы автоматически, переходя от поколения к поколению как рассказ, как слово и образ, как то, что существует уже не в порядке воли, а только в порядке представления. Ритуал — это волевое учреждение мира из хаоса, миф — категория жизни и мысли, существующая внутри сложившегося мира. Ритуал — прямое отношение к непредставимой действительности, миф — работа с представлением. Теория продолжает это движение, претендуя на тотальное сведение невидимого к видимому, позволяя согласно выбранному основанию представить порядок наступления событий, позволяя предвидеть будущее на основании прошлого, неизвестное — на основании известного. «Чистый теоретический разум» возникает в противовес «нечистой силе» (запаху), возникает как страх иного, невидимого, призрачного, мертвого, как страх подвижности сложившегося порядка. Как ужас, возникающий от возможности иной констеллирующей вещей, он есть попытка свести к порядку пространства, времени, причинно-следственной связи, т. е. к формам представления, то, что принципиально непредставимо в них — присутствие, допредикативную открытость опыту мира.

Оптические медиа сводят опыт первичного отношения действительности к показаниям циферблата, календарной сетки, графиков температур, а в новейших гаджетах — к количеству проделанных за день шагов и употребленных калорий. Само тело перестает быть данным в модусе воли и переводится в модус представления. Значение подменяет присутствие. Запах по мере развития оптических медиа элиминируется, так как в нем сохраняется сильный элемент присутствия, тенденция напоминать о бытии, которое не исчерпывается никаким представлением. В запахе много от экзистенциальной незащищенности, он таит угрозу бытийной задетости, чутье бытия. Медиа же подвергают валоризации аудиальные и визуальные данные и девальвируют все ос-

тальные. Поскольку запах и традиционные формы его осознания в культуре как бог-присутствие, данное в аромате, благовонии, запахе жертвоприношения, сопротивляется переводу в аудиовизуальный формат, он становится не манифестацией божества и даже не достоянием субъекта в качестве болезненно открытой опыту чувствительности, а неискоренимым следом иного — того, что распознается как покушение на свободу, что оценивается как вредоносное диссоциирующее явление, разрушающее любую общность и любую коммуникацию.

Информационное поле — это прежде всего полигон для испытания новых форм чувственности, а вместе с ними новых форм аффектации, боли, насилия, новой соматической сборки человеческого материала, поскольку события, которые отдалены от человека во времени и пространстве, усилиями медиа подходят катастрофически близко, болезненно касаясь, задевая его. В то же время все, что не попадает в медиа, пусть это и происходит в нашем доме, в непосредственной телесной близости, оказывается менее аффективным, менее волнующим, менее значимым, оно как бы не имеет языка для того, чтобы заявить о себе, поскольку доминирующие стили выразительности также прорабатываются в медиа. Медиа реализует ситуацию апокалипсиса, так как любая бытовая мелочь для того, чтобы стать прочувствованной (или вообще замеченной), должна стать мировой, должна быть преподнесена как откровение — поэтому бытовые повседневные события выносятся на публичное обсуждение в Сеть; не задокументированные, не комментируемые и не транслируемые, они утрачивают реальность даже для того, кто с ними столкнулся. Однако апокалиптическая ситуация медиа не только обеспечивает принудительную глобализацию событий, она оборачивается необходимой глокализацией телесности, при которой большой спрос получает аудиальная и визуальная информация, а культура запахов вытесняется, становится свидетельством уже не духовного, но грубоматериального присутствия.

Критики утверждают, что сильные позиции глобальной парфюмерной отрасли, буквально продавливающей через рекламу культ человека, благоухание которого напрямую связывается с его успешностью, сексуальностью, свободой самовыражения, свидетельствуют как раз не об исчезновении запаха из медиареальности, а наоборот, о его тотальном включении в нее. Но какой ценой куплено это включение? Ценой перевода запаха из модуса присутствия в модус значения. Маркиз де Сад провоцировал читателя чем угодно, кроме как описанием запаха, поскольку в его время запах был непосредственным бытийным фоном, а улицы Парижа иногда сравнивали с траншеями, прорытыми в дерьме (Свасьян, 2002: 209). Запах никого не удивлял и не отталкивал, он просто был. Настойчиво говорить о запахе начинают тогда, когда запах вдруг теряет бытийный статус и становится знаком среди знаков, элементом моды. Запах теперь говорит только о вещественности тела и никогда не вводит в иную телесность, в иную реальность, в иные бытийные состояния. Исключения здесь составляют, пожалуй, только компьютерные игры. Выпущенная в 2005 г. компанией Nintendo игра *Nintendogs*, настойчиво претендует на передачу запаха, и разработки в этой области выглядят многообещающе (Harris, 2005), но это возможно только потому, что компьютерные игры — парадоксальные цифровые медиа, они ориентированы не на производство значения, а на производство присутствия, и логика игр возвращает нас в обход мифов к древним ритуалам.

Если для древних культур запах был естественным медиумом сверхъестественного, т. е. способом коммуникации с Абсолютом и возможностью стать сопричастным тому, чего напрямую касаться нельзя, то уже Кант (современник Сада) в эпоху, когда

биржа, почта и пресса, формировали новую коммуникативную структуру как публично организованную общественность (Большц, 2011: 49), отмечает, что запах противоречит свободе и не содействует общению (Кант, 1999: 184–186). Зрение и слух создают объект, и современные медиа, расширяя чувственность, благоприятствуют объективному. В то же время запах как способ чего-либо быть больше, чем оно есть, скорее формирует измерение глубины вещей, дообразной памяти, дорефлективной внепонятийной ориентации в мире, игры воображения, т. е. всего того, что доступно каждому и переживается каждым, но оказывает тем большее воздействие, чем менее оно способно быть сообщенным иному в объективных выражениях. Исключение запаха из культуры коммуникации является лишь симптомом исключения всего непереодолимого в формат сообщения, в котором нельзя достичь какой-либо объективной общности. В этом смысле вчувственное переживание и эмоциональная задетость являются скорее рациональными и просчитываемыми конструкциями, чем подлинным проникновением в чувство другого. Претендуя на раскрытие (интер)субъективности, медиа скорее переводят доличностное глубоко чувственное измерение переживания в объективный и дискурсивный формат, что приводит к аннигиляции внутреннего опыта и радикальной трансформации человеческого в человеке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Обратной стороной Освенцима было знание об условиях выживания человека. Предельные температуры, ядовитые газы, нестабильные медицинские вещества испытывались на живых людях, и это чудовищно. Но не менее чудовищно то, что человечество и сегодня живет этими знаниями. Полученные в прошлом на «недобровольцах» знания о смерти, вполне возможно, спасают жизни людей сегодня. Наши технологии не менее чудовищны: к нам выдвигаются такие требования по концентрации внимания, удержанию в памяти избыточной информации, ориентации в сетях коммуникации, что можно задаться вопросом: а не исследуют ли наши технологии (например, в сборе информации, выражающемся на повседневном уровне в нашей страсти к подсчету с помощью мобильных приложений калорий, шагов, действий в минуту и проч.) биологический ресурс, доступный человеку? И одновременно, будучи новыми формами насилия, современные технологии преобразуют человека, ведь они ответственны не столько за способ производства вещей и событий, сколько за производство состояний. В этом смысле вопрос о границах медиареальности стоит поставить заново, исходя из того, что было вытеснено за эти границы, — исходя из «условно-амедиального».

Новые технологии выдвигают новые требования к человеческому материалу, а потому анализ этих требований не может не превращаться в строгое и последовательное рассмотрение антропотехник — того корпуса радикально трансформирующихся сегодня традиционных техник работы с запахом, вкусом, чувством чистого и нечистого, которые длительное время отвечали за внутреннее самоопределение культур, за формирование своего и чужого, ближнего и дальнего. Формирование в XVIII столетии общественной реальности силами коммуникативно-технических медиа (биржа, почта, пресса) привело к индивидуализму, к открытию приватного, к тому, что все запахи превратились в диссоциирующие чувства и в покушение на свободу. Новейшая медиареальность, сформированная цифровыми технологиями, исключая не только запах, но и все то, что не может быть транслируемо, рискует лишить права вещей на глубину, на существование их для нас, а вместе с этим лишить онтологической укоренности все те нередуцируемые до уровня объективных высказываний данные само-

переживания, которыми наполнен наш жизненный мир и о которых возможно только не прямое художественное, поэтическое, философское высказывание.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Беньямин, В. (2012) Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // Беньямин, В. Учение о подобии. Медиаэстетические произведения : сборник статей / сост. И. Чубаров, И. Болдырев. М. : РГГУ. 288 с. С. 190–234.
- Больш, Н. (2011) Азбука Медиа. М. : Европа. 136 с.
- Грякалов, Н. А. (2017) Фигуры террора — 2. СПб. : Издательство РХГА. 232 с.
- Каку, М. (2015) Будущее разума. М. : Альпина нон-фикшн. 502 с.
- Кант, И. (1999) Антропология с прагматической точки зрения. СПб. : Наука. 471 с.
- Кожурин, А. Я. (2003) «Глаз» Платона, «ухо» Хайдеггера и «нос» Розанова // Звучащая философия : сборник материалов конференции / редкол.: У. Д. Орлов, К. С. Пигров, А. К. Секацкий. СПб. : Санкт-Петербургское философское общество. 235 с. С. 101–105.
- Маклюэн, М. (2007) Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М. ; Жуковский : Кучково поле. 464 с.
- Розанов, В. В. (2000) Апокалипсис нашего времени. М. : Республика. 449 с.
- Розанов, В. В. (1990) О себе и жизни своей. М. : Московский рабочий. 875 с.
- Свасьян, К. А. (2002) Становление европейской науки. М. : Evidentis. 439 с.
- Harris, C. (2005) Nintendogs: Dachshund & Friends [Электронный ресурс] // IGN.com. URL: <https://www.ign.com/articles/2005/08/19/nintendogs-dachshund-friends> (дата обращения: 11.07.2018).

Дата поступления: 11.07.2018 г.

SMELL: THE FLAIR OF BEING IN THE INFORMATION AGE

K. A. OCHERETYANY

SAINT PETERSBURG STATE UNIVERSITY

Since digital media work in a production value format, everything that resists translation into an informational message format presents a radical problem for them. One of these problems is smell transmission. In media, odor is a sign of success, a condition of attention and a guarantee of recognition, but it refers from one thing to another, from one notion to another, it does not develop a deep dimension of things like in ancient rituals (from cooking to burning the dead).

In ancient cults, smell is a condition of metaphysical sensitivity: openness to the experience of what is unimaginable and inexpressible, which does not fit in one message or in one image. In modern media, the metaphysical dimension of things can either disappear along with smell, or return on a new technical basis, provided that digital media are able to work in the production of presence. So far, smell is estimated as a suspicious phenomenon, destroying any unity and any communication. Even advertising images of smell speak of the mystery and suspiciousness of its carrier, and its element is temptation; under favorable conditions, smell seems not to exist. However, in the struggle to translate the experience into a media format, along with the smell experience, other self-learning data that cannot be translated into objective language is eliminated, with which our life-world is filled and about which only an indirect statement is possible — mythical, poetic, and philosophical. The transformation of sensitivity in new technological conditions can only be perceived with attention to the changing role of smell.

Keywords: media; corporeality; smell; technology; reality; ontology; sensuality; aura; metaphysics; society

REFERENCES

- Benjamin, W. (2012) *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility*. Benjamin W. Ucheniye o podobii. Mediaesteticheskiye proizvedeniya. Sbornik statey / Ed. I. Chubarov, I. Boldyrev. Moscow, Russian State University for the Humanities Publ. 288 p. 190–234 pp.

- Bolz, N. (2011) *Azbuka Media*. Moscow, Europe Publ. 136 s. (In Russian)
- Gryakalov, N. A. (2017) *Figury terrora 2*. Saint-Petersburg, Russian Christian Humanitarian Academy Publ. 232 p. (In Russian).
- Kaku, M. (2015) *Budushchee razuma*. Moscow. Al'pina non-fikshn Publ. 502 p. (In Russian).
- Kant, I. (1999) *Anthropology from the pragmatic point of view*. Saint-Petersburg, Nauka Publ. 471 p. (In Russian).
- Kozhurin, A. Y. (2003) «Glaz» Platona, «ukho» Khaydeggera i «nos» Rozanova // *Zvuchashchaya filosofiya*. Sbornik materialov konferentsii. Eds: Orlov D. U., Pigrov K. S., Sekackij A. K. Saint-Petersburg, Sankt-Peterburgskoye filosofskoye obshchestvo Publ. 235 s. 101–105 pp. (In Russian)
- McLuhan, M. (2007) *Understanding Media: The Extensions of Man*. Moscow, Zhukovskiy, Kuchkovo pole Publ. 464 p.
- Rozanov, V. V. (2000) *Apokalipsis nashego vremeni*. Moscow. Respublika Publ. 449 p. (In Russian).
- Rozanov, V. V. (1990) *O sebe i zhizni svoej*. Moscow. Moskovskij rabochij Publ. 875 p. (In Russian).
- Svas'yan, K. A. (2002) *Stanovlenie evropejskoj nauki*. Moscow. Evidentis Publ. 439 p. (In Russian).
- Harris, C. (2005) *Nintendogs: Dachshund & Friends* // IGN.com / URL: <https://www.ign.com/articles/2005/08/19/nintendogs-dachshund-friends>

Submission date: 11.07.2018.

Очеретяный Константин Алексеевич — кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры философии науки и техники Санкт-Петербургского государственного университета. Адрес: 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Менделеевская линия, д. 5, ком. 22. Тел.: +7 (921) 404-89-84. Эл. адрес: kocheretyany@gmail.com

Ocheretyany Konstantin Alekseyevich, Candidate of Philosophy, Senior Lecturer, Department of Philosophy of Science and Technology, Saint Petersburg State University. Postal address: 5, Mendeleevskaya Line, St. Petersburg, Russian Federation, 199034. Tel.: +7 (921) 404-89-84. E-mail: kocheretyany@gmail.com