

УДК 101.2

Ермилов Кирилл АндреевичСанкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия,
kirill_ermilov@bk.ru, AuthorID: 540575, ORCID: 0000-0001-9233-3686

МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ КАК УСЛОВИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ РАЦИОНАЛЬНОСТИ И ФОРМ ЧУВСТВЕННОСТИ

Статья посвящена философскому осмыслению процесса изменения форм чувственности и рациональности в условиях медиареальности. В ходе исследования используются средства из арсенала философского познания. Исследование опирается на результаты отечественных и зарубежных исследований в области медиафилософии и аналитики современных медиа. Целостное осмысление сущностной природы медиа предполагает философский подход к проблеме. Медиа являются средой чувствования, мышления, истолкования. Специфика цифровых и сетевых медиа обнаруживается в особой автореферентной активности, выражающейся в производстве внимания и события. В связи с этим был рассмотрен вопрос о медиальных формах чувственности, являющихся результатом трансформации пространственных и временных параметров восприятия в условиях медиареальности. Ответом на существующие вызовы должен являться поворот к основаниям медиарациональности как результату переосмысления возможностей рассудка в условиях медиареальности, в частности феномен медиального гиперсинтеза проявлений коммуникации. В контексте медиа вопрос о пределах трансцендентального синтеза и антиномиях приобретает иное измерение по сравнению с более ранней формой рациональности. С одной стороны, именно за счет того, что в случае медиарациональности мы имеем дело с «усиленным» синтезом, проблема антиномий (как продуктивных противоречий) может оказаться излишней. В этом контексте одним из перспективных направлений медиафилософских исследований является вопрос о возможности формулировки интеллектуальных регулятивных схем медиареальности. В конечном счете медиареальность ставит перед нами проблему условий осуществления разума в условиях медиатрансформации.

Ключевые слова: медиа, медиареальность, медиальные формы чувственности, медиарациональность, гиперсинтез.



Ермилов К. А. Медиареальность как условие трансформации рациональности и форм чувственности // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 1 (1). С. 114-124.

Ermilov Kirill AndreevichSaint Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg, Russia
kirill_ermilov@bk.ru, AuthorID: 540575, ORCID: 0000-0001-9233-3686

MEDIA REALITY AS A CONDITION FOR TRANSFORMATION OF RATIONALITY AND FORMS OF SENSITIVITY

The article is devoted to the philosophical understanding of the process of changing of the forms of sensibility and rationality in the conditions of media reality. In the course of the research, means from the arsenal of philosophical knowledge are used. The research is based on the results of domestic and foreign research in the field of media philosophy and analytics of modern media. A holistic understanding of the essential nature of media requires a philosophical approach to the problem. Media are the environment of feeling, thinking,

interpretation. The specificity of digital and network media is found in a special self-referential activity, expressed in the production of attention and events. In this regard, the issue of medial forms of sensibility, which are the result of the transformation of spatial and temporal parameters of perception in the conditions of media reality, was considered. The answer to existing challenges should be a turn to the foundations of media rationality, as a result of rethinking the possibilities of reason in the conditions of media reality, in particular, the phenomenon of medial hypersynthesis of manifestations of communication. In the context of media, the question of the limits of transcendental synthesis and antinomies takes on a different dimension compared to the earlier form of rationality. On the one hand, precisely due to the fact that in the case of media rationality we are dealing with an “enhanced” synthesis, the problem of antinomies (as productive contradictions) may turn out to be redundant. In this context, one of the promising areas of media-philosophical research is the question of the possibility of formulating intellectual regulatory schemes of media reality. Ultimately, the media reality confronts us with the problem of the conditions for the implementation of the mind in the conditions of media transformation.

Keywords: media, media reality, medial forms of sensibility, media rationality, hypersynthesis.



Ermilov K. A. Media reality as a condition for transformation of rationality and forms of sensitivity. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 1 (1): 114-124.

Постановка проблемы. Наше время характеризуется не только драматическим возобновлением хода истории, но и связывается с последствиями трансформации общества в сфере производства информации, ее подачи и восприятия. Медиальная революция, необходимость осмысления которой представляется достаточно очевидной, произошла в несколько этапов и затронула большинство сфер нашей индивидуальной и социальной жизни. Разумеется, в настоящее время невозможно исчерпать все значение данного явления. По меньшей мере, этот процесс не завершен, являясь только одной из многих сторон новой эпохи наряду с иными историческими факторами. Очертания недалекого будущего в сфере коммуникации уходят в сгущающееся облако из цифровых медиа, искусственного интеллекта, постгуманизма и трансгуманизма.

Итак, общество находится в ситуации продолжающихся медиатрансформаций. Однако наша задача заключается не столько в описании изменений общества, сколько в философском осмыслении самого характера данных изменений. Что собой представляет новая рациональность? Как возможна эта новая рациональность в условиях цифрового мира? В чем состоят проявляющиеся крайности состояния коммуникации? Вот лишь некоторые из вопросов, связанных с феноменом медиареальности, на которые мы можем попытаться дать ответ.

При этом нужно иметь в виду, что философское исследование и осмысление данных вопросов может иметь, по крайней мере, два значения. Во-первых, возможно и необходимо применить ряд философских инструментов и практик для осмысления новой медиареальности. Во-вторых, сама эта означенная медиареальность трансформирует способ нашего осмысления, давая некоторые новые формы рефлексии, добавляя позиции и значения в арсенал философских и гуманитарных стратегий. При этом

следует отделить предмет нашего исследования от предметов других смежных и не только смежных областей знания – психологической, социально-политической и технической трактовок новой медиареальности.

История вопроса. Как указывает известный исследователь феномена медиареальности Норберт Больц, «история медиа насчитывает шесть эпох разной продолжительности: устная речь – письменность – книга – массмедиа – дигитализация – осетевление» [Больц, 2011: 3]. При этом первая и шестая эпохи представляют собой наибольшую трудность и интерес для познания. Первая эпоха уходит в своих основаниях в доисторическую архаику, а шестая связана с современностью и требует внимательного и актуального исследования. Означенные эпохи в истории медиа необходимо различать, но при этом не противопоставлять и иметь в виду их общую историю, помогающую делу целостного и сущностного осмысления феномена медиареальности.

С понятием медиа мы встречаемся в высказываниях журналистов, PR-специалистов, политиков, но также данное понятие входит в поле филологических, социологических, философских исследований. Принято считать, что понятие о медиа вышло из журналистской среды, где оно связывалось напрямую с феноменом средств массовой информации. Затем понятие было переосмыслено в социологии, где рассматривалось в контексте вопроса об инструментах манипулирования общественным мнением.

Следующим шагом в деле осмысления медиа стал вопрос о рассмотрении автономного характера форм медиа сообщений, точнее тезис о медиа как о средстве переопределения форм восприятия информации [Хоркхаймер, 1997: 149–209]. Существенным шагом в деле именно философского осмысления стали работы канадского философа Маршалла Маклюэна, обратившего внимание на недискурсивный характер новых технических медиа. Без изучения, без понятийного доступа и понимания медиа мы оказываемся в ситуации, в которой сами формы нашего мышления, способы видеть и чувствовать остаются неосознаваемыми. Не случайно одна из главных книг Маклюэна носит простое, но абсолютно точное название «Понимание медиа» [Маклюэн, 2011]. Основным же «производителем» исследований, посвященным медиафилософии, в последние годы представлены авторы из Германии и германоязычных стран.

Сложность и многообразие подходов к проблеме медиафилософии выражена в программной работе Ламберта Визинга «Шесть ответов на вопрос: “Что такое медиафилософия?”» [Визинг, 2017: 150-157]: «1) медиафилософия как философская разработка понятия медиа; 2) медиафилософия как философия, осуществляемая через медиа; 3) медиафилософия как рефлексия понятийных проблем, связанных с появлением новых (цифровых) медиа; 4) медиафилософия как анализ “медиального поворота”; 5) медиафилософия как основной дискурс культурологии и медиадисциплин; 6) медиафилософии не существует». Специфика же отечественных исследований в области медиафилософии была подробно описана К. А. Очеретяным и А. С. Ленкевичем, в результате

«за краткий отрезок времени медиафилософия в России прошла от освоения и пересказа западных авторов до постановки первых оригинальных проблем, наметила свой путь, предмет, круг вопросов» [Очеретяный, 2016: 70]. Основания российской медиафилософии связаны с содержанием целого ряда книг и отдельных публикаций. Например, «Медиапространство как культурная и социальная система» [Юдина 2005], «Медиа-философия Маршалла Маклюэна» [Спирин, 2009], «Медиареальность: в плену техногуманизма» [Фортунов, 2009], «Медиафилософия. Приступ реальности» [Савчук, 2013] и многих других изданий.

Методика и специфика. Исследование «природы» медиа ставит нас лицом с парадоксальной ситуацией. «Постижение медиа изнутри или извне самих медиа оказывается невозможным. По крайней мере, одна особенность медиа указывает на несоответствие подобных подходов. Медиа содержат в своем основании переход, располагаясь не внутри и не снаружи «субъекта» познания, переопределяя исходные точки отсчета обращения с вещами. Таким образом, проблема медиа содержит указание на специфическую стратегию рациональности, связанную с фактором трансформации медиасубъекта, а также с уточнением самих задач рациональности в данном контексте» [Ермилов, 2017: 43]. Познание сущности медиа представляет собой методологическую задачу, еще требующую своего решения, что не раз указывалось в отечественной литературе, т. к. медиа представляют собой «ускользающую реальность» (Д. Ю. Сивков). Но именно этот факт указывает на необходимость именно философского анализа медиареальности, имеющего в своем арсенале особые средства познания от Платона и Аристотеля до феноменологии и Dasein-анализа и далее.

Иные подходы могут иметь прикладное значение, казаться более конкретными и предметными. Однако, в конечном счете, окажется, что они имеют дело в основном с частными проявлениями медиареальности – социальными, политическими, культурологическими и т. д. Философское осмысление призвано занять свое особое и необходимое место в широком контексте медиа исследований современности, служащее основанием познания самой сущности медиареальности.

Как возможны медиа. Итак, что собой представляют и что *могут* представлять собой медиа? Наиболее очевидным является понимание медиа как сферы опосредования (этот смысл, кроме всего прочего, заложен в самом слове *media*). А также и целой системы посредников, обеспечивающих связь *между* событием и воспринимающим. Отсюда следует интерпретация смысла медиа как *инструмента* воздействия на реципиента через медиасообщения. Медиа не имеют возможности быть нейтральными в силу разных причин, например, в силу того, что медиа уже сами являются сообщением, а также обеспечивают «массирующее» воздействие [Маклюэн, 2011: 22], служат коммуникации ради коммуникации [Больш, 2011: 112] и т.д.

Современная медиарельность предстает подобно всеобщей среде, замечательно описанной в «Феноменологии духа», как «чистая среда (*das Medium*), в которой суть все эти определенности, следовательно, в ней как в некотором *простом* единстве проникают друг друга, не приходя, однако, в *соприкосновение*» [Гегель, 2008: 113]. Цифровые медиа создают условия всеобщего взаимодействия без необходимости ответа – ситуацию, которая описывалась в «Реквиеме по медиа» как «слово без ответа». «В сфере медиа речь говорится так, что на нее никогда не может быть получен ответ» [Бодрийяр, 2007: 238]. Сетевые медиа, с одной стороны, призваны нейтрализовать этот существенный недостаток – безответность и безответственность, создав условия для интеракции, комментирования, мессенджирования и т.д. Однако все эти меры оказываются, в определенной мере, усугубляющими ситуацию безответности современных медиа. Так, например, чрезмерное количество комментариев и сам характер комментирования – доступный и анонимный – приводят в сфере социальных сетей к параметрам, несовместимым с подлинной коммуникацией. Оказывается, что сетевой характер современных медиа, который, на первый взгляд, был призван излечить цивилизацию от диктата массмедиа, помимо повышения коммуникативности медиасреды, приводит через «перегретые» сообщения к новой относительной безответности медиа. Кроме того, сама коммуникативность сетевых медиа зачастую способна служить внешним для нее целям.

В конечном счете, следует понимать то, что медиа представляют собой *среду*, в которой, с одной стороны, событие обретает значимость, а зачастую и свое происхождение, а с другой стороны – сам воспринимающий получает доступ к осознанию себя как такового. Медиа стали средой чувствования, мышления, истолкования.

Таким образом, медиасреда в этом ракурсе оказывается в определенном смысле существеннее самого события и его реципиента. Событие становится, прежде всего, медиасобытием, а медиареципиент получает свое существование лишь в медиасреде, без которой он невозможен как таковой. При этом именно сам феномен медиасреды оказывается первичным по отношению к событию, медиасреда способна сама производить события и даже облекаться в обличье события. Так, например, факт огромного количества просмотров какого-либо сообщения становится событием, по своей значимости превосходящим сам предмет данного сообщения.

Зафиксированное внимание в условиях медиасреды зачастую выступает более значимым, чем то, на что оно было направлено. Нечто подобное было возможно лишь в сфере искусства, исторических хрониках, отчасти в научном познании. Однако в случае медиасреды, где имеет место принципиальное расширение возможностей производства событий, мы сталкиваемся с качественно иным уровнем реальности, требующем для себя, прежде всего объема внимания, а не содержания феномена, на который оно направлено.

Специфика новых медиа. Следует отдельно отметить, что понятие новых медиа связано, прежде всего, с феноменом цифровой *активности* медиасреды, направленной не на массу, а уже на индивида. В отличие от медиа прошлых стадий, новые медиа предполагают встроенные технические средства распознавания, слежения, анализа, формирования контента и т.д. Так, например, радио и телевидение, скорее внимание вызывали, управляли вниманием, пользовались вниманием, но не производили его подобно современным медиасредствам. В частности, с помощью т.н. алгоритмов, искусственного интеллекта и т.д. Именно принципиальная «автореферентность», точнее самообращенность, и отличает специфическую активность условных новых медиа. Понимание феномена медиасреды как сферы производства внимания ведет нас к вопросу о формах восприятия в условиях новых медиа.

Формы медиальной чувственности. Исходя из одного из многих достижений трансцендентальной философии Канта, заключающегося в аналитике нашей чувственности, т.е. способности «получать представления тем способом, каким, предметы воздействуют на нас» [Кант, 2008: 49], со всей необходимостью подчиняющейся принципам организации в априорные формы, отметим следующее. Наше созерцание возможно только в формах пространства и времени и происходит посредством этих форм, как условий и возможностей получения данных восприятия. «Как только мы устраним наши субъективные свойства, окажется, что представляемый объект с качествами, приписываемыми ему чувственным созерцанием, нигде не встречается, да и не может встретиться, так как именно наши субъективные свойства определяют форму его как явления» [Кант, 2008: 64]. Способны ли медиа и медиатрансформации влиять на априорные формы нашей чувственности? Если да, то, в какой степени и в каком отношении это возможно?

Здесь следует отметить принципиальный момент. Наше человеческое восприятие реальности опосредовано априорными формами, это значит, что никакого другого чувственного опыта, кроме медиального опыта мы не способны получить. Медиальность встроена в нашу природу изначально, это буквальное понимание известного тезиса В. В. Савчука о том, что «медиа внутри нас» [Савчук, 2013: 104]. Мы опосредуем и опыт чувственности, и опыт самих себя, в конечном счете, опосредуя само бытие [Gunkel, 2014: 61].

Вопрос в этом контексте заключается в том, насколько естественны и целесообразны нашим подлинным человеческим целям варианты такого опосредования. Разумеется, сами формы пространственности и темпоральности нашей чувственности неизбывны в том смысле, что пространство и время неотъемлемо служат организующими принципами нашего опыта. Это ни в коей мере не исключает индивидуальных и культурных особенностей восприятия и интерпретации времени и пространства. Проблема состоит в том, что технические медиа глубинно соотносимы с нашей человеческой

природой, трансформируя опыт нас самих довольно радикальным и при этом незаметным для расхожего представления образом. Не содержание медиасообщений, а способ сообщений, сам являющийся сообщением, воздействует на нашу природу. Способны ли новые медиа принципиально изменить наши априорные формы чувственности? От ответа на этот вопрос зависит ответ на вопрос о возможности трансформации и нас самих. Еще Маршалл Маклюэн предлагал рассматривать медиа как специфическое расширение наших нервных систем [Маклюэн, 2011: 81]. Внешнее расширение нас самих посредством новых медиа, о котором писал Маклюэн, и есть трансформация наших форм пространственности и темпоральности. Данный феномен указывает на проблему, рассмотренную в свое время Фуко, а именно на вопрос об историческом а priori. Такая априорность «не образует некой вневременной структуры, возвышающейся над событиями словно неподвижное небо; оно определяется как совокупность правил, характеризующих дискурсивную практику. Однако эти правила не налагаются извне на те элементы, между которыми они устанавливают отношение; они непосредственно вовлечены как раз в то, что они объединяют; и если они сами и не видоизменяются вместе с самым незначительным из этих элементов, то они видоизменяют их и преобразуются вместе с ними в некоторые решающие пороги» [Фуко, 2011: 241]. Изменяя формы нашей чувственности, медиа изменяют способ организации нашего трансцендентального я. Благодаря медиареволуции мы становимся другими.

Автономность медиа. В свое время Мартин Хайдеггер в «Вопросе о технике», тексте, давно ставшем хрестоматийным, указывал на особенность современной техники, заключающейся в поставляющем отношении к природе. «На Рейне поставлена гидроэлектростанция. Она ставит реку на создание гидравлического напора, заставляющего вращаться турбины, чье вращение приводит в действие машины, поставляющие электрический ток, для передачи которого установлены энергосистемы с их электросетью. В системе взаимосвязанных результатов поставки электрической энергии сам рейнский поток предстает чем-то предоставленным как раз для этого. Гидроэлектростанция не встроена в реку так, как встроены старый деревянный мост, веками связывающий один берег с другим. Скорее река встроена в гидроэлектростанцию. Рейн есть то, что он теперь есть в качестве реки, а именно поставитель гидравлического напора, благодаря существованию гидроэлектростанции. Чтобы хоть отдаленно оценить чудовищность этого обстоятельства, на секунду задумаемся о контрасте, звучащем в этих двух именах собственных: «Рейн», встроены в гидроэлектростанцию для производства энергии, и «Рейн», о котором говорит произведение искусства, одноименный гимн Фридриха Гёльдерлина» [Хайдеггер, 2007: 314]. Итак, особенностью современной техники, согласно Хайдеггеру, является обратная, по сравнению с предшествующими стадиями развития, встроенность. Почему в таком случае мы решили, что медиа встроены в нашу жизнь, участвуя в ней наряду с другими вещами? Раз современные медиа являются

частью современной техники, то не будет ли правильно считать обратное? А именно, что наоборот, наша жизнь встроена в медиареальность как питающий ее работу ресурс. Наши внимание, время, работа нервной системы, а также само человеческое тело используются медиареальностью.

Подобно означенной в цитируемом выше тексте реке, встроенной в гидроэлектростанцию, поток нашей жизнедеятельности встроена в медиареальность, обеспечивая ее поступательный ход. Подобным образом, и, например, политтехнологи могут полагать, что они управляют обществом через медиа, но оказывается, что это медиа реализуют себя через политику, рекламу, власть.

Такой ракурс, несмотря на свою парадоксальность, указывает на описанный тем же Хайдеггером, внечеловеческий и автономный характер современной техники. Где опасность, там и спасение – хочется заметить по следам процитированного текста. Однако, где же может заключаться спасение, если воспользоваться выражением Хайдеггера?

Медиарациональность. Возвращение к основаниям рациональности и ответственному отношению к технологиям, если и не является спасительным актом, то, по крайней мере, является необходимым этапом на пути к разумному отношению к медиареальности. От рассмотрения вопроса о формах чувственности в контексте медиа вполне закономерно будет перейти к вопросу о рассудке и рациональности в означенном контексте.

Важнейшим проблемным аспектом в исследовании возможности медиарациональности является вопрос о характере трансформации рациональности под воздействием медиа. Проблема заключается в том, что рациональность уже трансформирована и трансформируется все дальше и дальше. За современными медиа следуют еще более современные формы медиа, а за теми – будущие медиа и так до бесконечности.

В конечном счете, может оказаться, что в определенный момент и на значительное время никто не сможет в принципе осмыслить медиа из-за накапливающегося отставания от будущего. Подобная судьба может преследовать и самих производителей революционно новых медиа. Из истории техники известны случаи совершенно невежественного распоряжения новшествами. Например, такого, как использование рентгеновского аппарата для подбора ботинок в обувных магазинах.

Другой существенный вопрос в контексте медиарациональности – это вопрос о единстве. Не является ли медиасфера заменой единого в смысле Платона. Или, иначе говоря, сферой всеобщего, универсальной средой и т.д. В этом отношении, единство разрозненных пространств, культур и сообществ обеспечивается гораздо надежнее не единством содержания, а единством сетевых протоколов, программного обеспечения, стратегическим расположением серверного оборудования и т.д.

«В контексте медиасферы мы имеем дело с тем, что можно было бы назвать гипер-синтезом медиа. Медиа способны соединять, казалось бы, несоединимое, например разрозненное содержание социальных сетей (новостных лент и не только). Продуктивная способность воображения, которую необходимо отличать от эмпирической сферы, в контексте медиа стремится к беспредельному синтезу практически ничем не обусловленного единства. Кажущаяся бессвязность медиасодержания указывает на самом деле на то, что бессвязное уже связалось в определенном единстве и представлено медиасубъекту почти в готовом виде. Медиарациональность в этом отношении предстает как рациональность по преимуществу» [Ермилов, 2017: 43]. Заметим, что медиа *уже* рациональны благодаря своему техническому, т.е. изначально рациональному, происхождению и устройству.

Перспективы дальнейшей исследовательской работы. В этом отношении, в контексте медиа, вопрос о пределах трансцендентального синтеза и антиномиях приобретает несколько иное измерение по сравнению с более ранней формой рациональности. С одной стороны, именно за счет того, что в случае медиарациональности мы имеем дело с «усиленным» синтезом, проблема антиномий (как продуктивных противоречий) может оказаться излишней. В этом контексте одним из перспективных направлений медиафилософских исследований является вопрос о возможности формулировки интеллектуальных регулятивных схем медиареальности. В конечном счете медиареальность ставит перед нами проблему условий осуществления разума в новых условиях, условиях медиатрансформации.

Еще одним направлением в перспективе исследований медиафилософии является проблема экзистенции в условиях медиареальности, в которых остается возможность обмениваться любым содержанием, любыми знаками и сообщениями, кроме тех, что к содержанию или форме не сводятся. Экзистенция не передается, как указывал на это Эммануэль Левинас в работе «Время и другой» [Левинас, 1999]. Действительно, наше собственное бытие непосредственно не полегит плану опосредования медиа. Предел медиарациональности находится именно в экзистенциальной плоскости означенной проблематики.

Выводы. В силу специфики природы медиа, связанной с феноменом опосредования и возрастающей сложностью проявлений медиа, философский подход в контексте медиа исследований является основным для целостной интерпретации сущности феномена медиареальности. Медиа должны быть рассмотрены в качестве всеобщей среды коммуникации и ее пределов. Кроме того, медиа становятся средой чувствования, мышления, истолкования, в которой само событие обретает свое происхождение, а медиасубъект находит доступ к отражению себя самого.

Кроме того, специфика цифровых и сетевых медиа обнаруживается в особой автореферентной активности, выражающейся в производстве внимания и события. В

связи с этим был рассмотрен вопрос о медиальных формах чувственности, являющихся результатом трансформации пространственных и временных параметров восприятия в условиях медиареальности. Ресурсом медиа оказывается человеческая реальность, а не наоборот. Ответом на существующие вызовы должен являться поворот к основаниям медиарациональности, как результату переосмысления возможностей рассудка в условиях медиареальности, в частности – феномен медиального гиперсинтеза проявлений коммуникации.

Список источников

Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Академический проект, 2007. 335 с.

Болц Н. Алфавит медиа. М.: Европа, 2011. 136 с.

Визинг Л. Шесть ответов на вопрос: «Что такое медиа-философия?» // Медиариальность: концепты и культурные практики. СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2017. 338 с.

Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа. М.: Академический проект, 2008. 767 с.

Ермилов К. А. Медиарациональность // Медиареальность: концепты и культурные практики. СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2017. 388 с.

Кант И. Критика чистого разума. СПб.: Наука, 2008. 662 с.

Левинас Э. Время и другой. Гуманизм другого человека. СПб.: Высшая религиозно-философская школа, 1998. 265 с.

Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2011. 464 с.

Очеретяный К. А. Ленкевич А. С.. Медиафилософия: российский контекст // Вопросы философии. 2016. № 12. С. 64–72.

Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб, 2013. 350 с.

Спирин В. А., Попонов М. А. Медиа-философия Маршалла Маклюэна. СПб.: СПбГУСЭ, 2009. 239 с.

Фортунатов А. Н. Медиареальность: в плену технократизма. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского государственного университета, 2009. 211 с.

Фуко М. Археология знания. СПб: Гуманитарная академия, 2012. 416 с.

Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления. СПб.: Наука, 2007. 621 с.

Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения: Философские фрагменты. СПб.; М.: Медиум: Ювента, 1997. 312 с.

Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. М.: Прометей, 2005. 160 с.

Gunkel, D., Taylor, P. (2014) *Heidegger and the media*, Oxford: 218.

References

Baudrillard, J. (2007) *K kritike politicheskoy ekonomii znaka*. [To the Critique of the Political Economy of the Sign]. M., Akademicheskii proyekt: 335. (In Russ.)

Bolz, N. (2011) *Azbuka media*. [ABC of media]. M., Evropa: 136. (In Russ.)

Hegel, G.V.F. (2008) *Fenomenologiya dukha* [Phenomenology of spirit]. M., Akademicheskii proyekt, 767. (In Russ.)

Ermilov, K.A. (2017) *Mediaratsional'nost'* [Media rationality]. *Mediareal'nost': kontsepty i kul'turnyye praktiki* [Media reality: concepts and cultural practices]. Saint Petersburg, Fond razvitiya konfliktologii: 388. (In Russ.)

Foucault, M. (2012) *Arkheologiya znaniya* [Archeology of knowledge]. Saint Petersburg, Gumanitarnaya akademiya: 416. (In Russ.)

Heidegger, M. (2007) *Vremya i bytiye: stat'i i vystupleniya* [Time and being: articles and speeches]. Saint Petersburg, Nauka: 621. (In Russ.)

Horkheimer, M. (1997) *Dialektika Prosveshcheniya: Filosofskie fragmenty*. [Enlightenment Dialectics: Philosophical Fragments] / M. Horkheimer, T. Adorno T. Saint Petersburg; M.: Medium: Yuventa: 621. (In Russ.)

Gunkel, D. (2014) *Heidegger and the media* / Gunkel D., Taylor P. Oxford: 218. (In Russ.)

Kant, I. (2008) *Kritika chistogo razuma* [Critique of pure reason]. Saint Petersburg, Nauka: 662. (In Russ.)

Levinas, E. (1998) *Vremya i drugoy. Gumanizm drugogo cheloveka* [Time and another. Humanism of another person], Saint Petersburg: 265. (In Russ.)

McLuhan, G.M. (2011) *Ponimaniye Media: Vneshniye rasshireniya cheloveka*. [Understanding the Media: The Extensions of Man]. M., Kuchkovo pole: 464. (In Russ.)

Ocheretyanyy, K.A. (2016) *Mediafilosofiya: rossiyskiy kontekst* [Media Philosophy: Russian Context] / K.A. Ocheretyanyy, A.S. Lenkevich *Voprosy filosofii* [Questions of Philosophy], 12: 64–72. (In Russ.)

Savchuk, V.V. (2013) *Mediafilosofiya. Pristup real'nosti*, [Media Philosophy. Attack of reality], Saint Petersburg: 350. (In Russ.)

Spirin, V.A. (2009) *Media-filosofiya Marshalla Maklyuena*. [Media Philosophy of Marshall McLuhan] / V.A. Spirin, M.A. Poponov. Saint Petersburg, SPBGUSE: 239. (In Russ.)

Vizing, L. (2017) *Shest' otvetov na vopros: "Chto takoye mediafilosofiya?"* [Six answers to the question: "What is media philosophy?"] *Mediarnost': kontsepty i kul'turnyye praktiki* [Media reality: concepts and cultural practices]. Saint Petersburg, Fond razvitiya konfliktologii: 388. (In Russ.)

Yudina, E.N. (2005) *Mediaprostranstvo kak kul'turnaya i sotsial'naya sistema* [Media space as a cultural and social system]. M.: Prometey: 160. (In Russ.)

© Ермилов К.А., 2023

Ермилов Кирилл Андреевич – кандидат философских наук, доцент кафедры философии Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Контактные данные: 191023, Россия, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32 (Russia, St. Petersburg, Griboyedov Canal, 30-32). E-mail: kirill_ermilov@bk.ru.

Статья поступила в редакцию: 30.12.2022.