

РАЗДЕЛ I. ОНТОЛОГИЯ И ТЕОРИЯ ПОЗНАНИЯ

УДК 1:165; 30: 303.01

DOI: 10.18384/2310-7227-2018-2-6-16

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И МАСС-МЕДИА: К УТОЧНЕНИЮ ПОНЯТИЙ

Мурейко Л.В.

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I 190031, г. Санкт-Петербург, Московский пр., д. 9, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается вопрос влияния современных масс-медиа на сознание и поведение людей, процессы трансформации социокультурной реальности. Цель данной работы: осуществить сравнительный анализ понятий социальной коммуникации и масс-медиа. Методология исследования: сравнительный анализ, структурно-функциональный и общенаучные методы. Результатом исследования является следующий вывод: по отношению к социальной коммуникации специфика масс-медиа определяется их техническим (технологическим) свойством, находящимся в двузначной связи с их средовой характеристикой. Выявляются новые перспективы исследования онтологического и смыслового поля пересечения соответствующих понятий.

Ключевые слова: социальная коммуникация, массовая коммуникация, медиа, масс-медиа, медиации, амедиальность.

SOCIAL COMMUNICATION AND MASS MEDIA: TOWARDS A CLARIFICATION OF CONCEPTS

L. Mureyko

*Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University
9, Moskovsky ave., St. Petersburg, 190031, Russian Federation*

Abstract. The article deals with the influence of modern mass media on consciousness and behavior of people, the processes of transformation of socio-cultural reality. The purpose of this work is to carry out a comparative analysis of the concepts of social communication and mass media. The result of the study is the following conclusion: in relation to social communication, the specificity of mass media is determined by their technical (technological) property,

which is in ambiguous connection with their environmental characteristics. New perspectives of the study of ontological and semantic field of intersection of the corresponding concepts are revealed.

Key words: social communication, mass communication, media, mass media, mediacy, amediacy.

Современные масс-медиа через влияние на сознание и поведение людей влияют и на процессы трансформации социокультурной реальности, затрагивая все сферы общества. Многие современные специалисты в области масс-медиа говорят о мощной тенденции сращивания социальной и массовой коммуникации. В этой связи задача сравнительного анализа соответствующих понятий оказывается весьма актуальной.

В своей работе «Основы теории коммуникации» [1] Д.П. Гавра детально исследует этимологический срез термина “коммуникация”, исторические коррекции его смысла. И если попытаться обобщить, исторически складывающийся широкий смысловой шлейф, тянущийся за современным значением слова “коммуникация”, опираясь на толковые словари [8; 9], то можно заметить, что всем разновидностям коммуникации присущи такие свойства, как обеспечение *связи между разделёнными пунктами (объектами, субъектами)* с помощью *посредника* (определённых средств или проводников-каналов).

Отметим: в междисциплинарных исследованиях коммуникации, связанной с трансляцией информации, посредник этот рассматривается прежде всего как *техническое* средство. Его принято обозначать термином “медиа”. В теории массовой коммуникации используется термин “масс-медиа”.

Говоря о *техническом* характере медиа (масс-медиа), уточним соотно-

шение понятий “техника” и “технология”. В философии техники существуют два разных подхода к соотношению этих понятий: “узкий” и “широкий”. Представители первого рассматривают технику только как совокупность материальных артефактов. Представители второго, кроме этого, в технику включают также технологию, опирающуюся на *особого рода рациональную (техническую) деятельность и технические знания* (“знания-как”). В технологии особое значение имеет эффективный, экономный, процессуально выверяемый и вариативно совершенствуемый *способ* преобразования не только материальных объектов, но и самой деятельности.

По поводу сведения техники к материальным артефактам В.Г. Горохов и В.М. Розин – признанные авторитеты в области отечественной философии техники – справедливо отмечают: «...когда-то ясное понимание техники как системы орудий, механизмов, машин и сооружений сегодня всё больше воспринимается как натуралистическое, поверхностное представление, которое необходимо преодолеть» [2, с. 59].

В истории философии техники впервые ведущую роль технологии по отношению к материальным артефактам стал рассматривать философствующий инженер Э. Гартиг (1836–1900), отталкивающийся от идей И. Бекманна и И. Поппе об общей технологии (науке о технологии). Кредо Э. Гартига по вопросу о соотношении материаль-

ных артефактов и технологий выражено в следующем его утверждении: понятие кузнечнойковки обладает высшим и подчиняющим значением по отношению к таким понятиям, как молоток, наковальня, горн [2, с. 25].

На наш взгляд, против “узкого” понимания техники свидетельствует не только ограниченность наивного объективизма, проявляющегося в различных типах натурализма. При таком подходе неоправданно отодвигается на второй план важнейший в составе техники как социокультурного феномена специфический тип рациональности с характерной *общекультурной проектной, конструктивно-преобразующей, не полностью контролируемой установкой по отношению к реальности.*

Ведущую роль технологий по отношению к артефактам как объективирующим их результатам особенно ярко демонстрируют современные медийные информационные технологии, способствующие созданию широкого поля виртуальной реальности. Заметим: медийные информационные технологии, связанные с созданием виртуальной реальности, не вытесняют вещественность мира, а выявляют проективно-конструкторскую возможность взглянуть на неё по-новому.

Отличие коммуникации от медиа как её технического средства С.В. Клягин предлагает рассматривать следующим образом. Коммуникация или коммутация – это сама “стыковка” разных коммуникативных каналов, *обеспечивающая “ансамбль” коммуникативных практик, их связей с системой общества в целом.* При этом в социальной коммуникации как таковой важным является фактор развития человека. Коммуникация проявляет себя

в полноте своего социального качества (именно как *communicable*), обнаруживаясь тем самым как “коммуникация” [7].

С позиции А. Бадью, в исследовании коммуникации важно не упускать из виду особенности каждого человека. При этом “Я” человека он рассматривает не только как что-то неуправляемое для других, отделённое от них и обнаруживаемое лишь самим отдельным человеком. “Я” с необходимостью участвует в языковых стратегиях, и через это оно неотделимо от общей конфигурации культуры [21, р. 28].

“Ядром” коммуникации, полагает Бадью, является “событие” как непредсказуемая встреча с Другим. Существенная черта события – истина как встреча с неожиданным (*an encounter with truth*) на фоне бесконечного поиска смыслового горизонта мира, *что не отрицает необходимости технологически поддерживаемой всеобщности дискурсов истины.*

Коммуникация, согласно Бадью, – это настроенность на преодоление своих пределов (*is transcending*), постоянный сдвиг во внешнее (*is transgressing*) и тем самым актуализация значимости взаимно опосредованного пространства других (*medium of the togetherness*). Открытость этого пространства сдвигу, “взрыву”, трансгрессии, провоцируя момент невозможности коммуникации в том же ключе, её остановки, предполагает процессуально формирующийся индивидуальный топос, разворачивание места исходной самостоятельной активности (*biotope for agency*).

Заметим, что современное толкование термина “коммуникация” чаще всего содержит в себе элемент значения термина “общение”. Комму-

никация тем самым включает в себя и экзистенциально значимое межличностное общение, и опосредованные техникой формальные информационные контакты.

Теперь перейдём к значению термина “медиа”.

В широком смысле, будучи производённым от лат. “medium”, он означает «нечто среднее, находящееся посреди, занимающее промежуточное положение» [16, с. 7]. Термин “медиа” – множественное число термина “медиум”. Последним фиксируются разнообразные системы знаков, декодирование которых открывает смысл воспринимаемых предметов, процессов. Медиум по своей природе инструментален, но не обязательно существует в виде искусственного артефакта как специфической вещественной технической конструкции. По сравнению с масс-медиа это любой инструмент коммуникации, который осуществляет передачу значения знаков. “Медиа” – это не только печать, радио, телевидение, кино, но и интонации голоса, жесты, взгляд...

В этой связи, как считают многие специалисты в области коммуникативистики, понятие “медиа” – это собирательное понятие для любых средств коммуникации (массовых и индивидуальных, широко тиражируемых и специализированных). К медиа как техническому феномену могут относиться как тело, полотно, бумага, краски, гипс, дерево, так и печатный станок, телефон, телевидение, Интернет.

Массовая коммуникация, как её определяет Г.Г. Почепцов (и с чем можно согласиться), – это процесс передачи информации на численно большие, рассредоточенные аудитории с

помощью определённых технических средств. Появляется массовая коммуникация (в её связке с медиа) вместе с возникновением печати [13].

Смысловое различие между терминами “масс-медиа” и “массовая коммуникация” многие исследователи усматривают в том, что в первом случае акцентируется техническая (технологическая) и знаковая природа процесса и системы передачи информации, а во втором – её социальная значимость, проявляющаяся как в интеграции современного социума, так и в манипуляционных практиках.

К масс-медиа относятся: печать, радио, телевидение, кино, аудио- и видеозапись на материальных носителях, Интернет и др.

Говоря о различии массовой коммуникации и масс-медиа, отметим следующее. В отечественной теории медиа, включающей теорию масс-медиа, которую представляет, в частности, социолог А.И. Черных, акцентируется внимание на разграничении «между массовой коммуникацией как процессом социального воздействия масс-медиа на аудиторию, и масс-медиа как организованными технологиями, обеспечивающими техническую возможность массовой коммуникации» [20].

Сегодня наряду с теорией медиа (включающей социологический, лингвистический, журналистский и другие подходы) существует медиафилософия. Её отличие от теории медиа В.В. Савчук определяет следующим образом. В теории медиа используется преимущественно объективно-научный анализ медиасферы с обращением к эмпирическим проявлениям её функционирования, отдалённым от фундаментальных вопросов человеческого бытия. В

медиафилософии имеется в виду, что онтологические основания современной медиареальности не так-то просто вывести из эмпирического материала, поскольку они бытийно включены в него уже тогда, когда ещё только собираются данные опыта.

Медиафилософия делает акцент на тот факт, что медиа являются не только средством передачи информации, но и способом во многом неосознаваемой организации по-новому проектируемой и конструируемой реальности. В этой связи «медиа инсталлированы в нашу способность понимать мир в его данности. Мы видим не медию, но медиациями» [14, с. 32].

В пределе, с подобной точки зрения, любая форма восприятия оказывается медиальной в силу того, что опосредована социально и культурно обусловленными органами чувств. Само понятие медиа как среды подчёркивает их конститутивную и конструирующую активность. Такая позиция имеет дискуссионный характер. Её оппоненты настаивают на необходимости разделять масс-медиа, массовую коммуникацию и коммуникацию как таковую. И в этом, на мой взгляд, есть рациональное зерно: иначе можно уйти в полную неразличимость субъекта и объекта, в произвольное толкование реальности, зависимое от технологий коммуникации, породив риски человеческого существования.

Однако непродуктивно останавливаться на различии масс-медиа, массовой коммуникации и коммуникации как таковой, рассматривая в качестве главного отличительного свойства масс-медиа лишь их технический (технологический) характер. Масс-медиа присущ и так называемый средовый

характер, т. е. свойство формирования определённой социокультурной среды обитания.

Р. Дебрэ, пытаясь совместить техническую и культурно-средовую характеристику медиа, указывая одновременно на их специфику, дополняет *понятие медиа* понятием “*медиации*” (*mediations*). Последнее означает «динамические комбинации посреднических процедур и тел, которые вклиниваются между производством знаков и производством событий. Подобно “гибридам”, медиации одновременно являются технологическими, культурными и социальными» [22, р. 17]. При этом “медиа” – это «любые средства технического обеспечения, делающие возможным распространение информации (пресса, телевидение, кино, реклама и т. д.)» [22, р. 12].

Проблема здесь заключается в том, охватывают ли медиа как технические средства весь чувственно-телесный опыт человека? Являются ли они исключительно искусственным “протезом” онтологического трансгрессивного “расширения человека” в мир природы и объективированных артефактов? Эта проблема уже затрагивалась нами с обращением к тому варианту её рассмотрения, который представлен в постмодернизме [12, с. 61–63].

Здесь же отметим следующее. Имея сходную позицию с Р. Дебрэ, В.В. Савчук к медиа в строгом смысле слова не относит чувственно-телесного опыта. Медиа, по его мнению, существуют через «язык, письмо и все технические и культурные средства коммуникации» [14, с. 12]. Противоположностью медиа является *медиаальность*, которая «не редуцируется ни к аппаратам, ни

к коммуникантам, ни к социальным условиям её проявления. Она – эпифеномен всех составляющих» [14, с. 19].

Сегодня наблюдается рост желания скинуть оковы искусственности медиа и реабилитировать “репрессированные каналы чувственности” (В. Савчук), который сопровождается ростом популярности алармизма, проявляющегося, например, в идеях господства технообраза (В. Флюссер), тотальной гибридации естественного и искусственного (Б. Латур). Размышляя о характере связи этих двух тенденций, стоит поставить вопрос о том, что противоположно медиа, – об *амедиальности*.

Но можно ли убрать медиа, понимаемые в широком смысле (в духе М. Маклюэна), из жизни человека? А что, если, по словам У. Митчелла, без них «зрение ... “невинный глаз”, чистый, неизученный оптический орган в действительности слеп»? [11, с. 139].

А.Р. Гэллоуэй на примере анализа посреднической роли интерфейса связывает вопрос об амедиальности с вопросом о разрушении социальных связей, включённых в посредничество медиа [4].

Существует точка зрения, согласно которой стремление к амедиальности в конечном счёте не может не закончиться гипермедиацией (П. Слотердаик).

Но есть и другая позиция, согласно которой без медиа, этого искусственного ограничителя жизни, “голая жизнь”, актуализировав аутоиммунный эффект, сумеет в духе новой биополитики связать самоограничение с ограничением реальности (Р. Эспозито).

Сегодня многие теоретики медиа не обходят вниманием темы непосред-

ственного опыта (*immediacy*). Однако непосредственность при этом понимается по-разному. Она может быть связана: (1) с дроблением “фреймированного” пространства для того, чтобы появилась вариативная возможность собрать его части по-новому; (2) с расширением за счёт инструментов медиа естественных возможностей чувственного и интеллектуального восприятия мира; (3) с гипермедиальностью (*hypermediacy*), когда медиа сами становятся средой обитания, вовлекая в неё всё телесное существование человека.

Интересно, что амедиальность (непосредственность) может связываться как с прозрачностью (*transparency*) медиа, рассматриваемых в качестве посредника между человеком и внешним миром, ставшего средой обитания человека (Д. Болтер, Р. Грузин), так и с медиальной непрозрачностью для внешнего мира, замкнутостью медиа на себя (Н.А. Грякалов). В последнем случае проводится мысль, что «вопреки видимости, медиа представляют собой антипроводник, устройство принципиально нетранзитивное и антикоммуникативное» [3, с. 12].

Здесь напрашивается вывод об инверсии (оборачиваемости) этих двух сторон медиа. В том плане, в каком медиа реализуют через нас свои специфические формы и привязывают нас к себе, становясь прозрачной средой, они амедиальны уже потому, что функция *связывания* человека и среды перестаёт быть актуальной, проблематичной. Иначе говоря, медиа оказываются амедиальными в том плане, в каком они реализуют себя в форме условных зеркал для себя, непрозрачных с другой стороны, за которыми не вид-

но референта. В этом смысле медиа показывают себя через реализацию форм в данном “зеркале”, “здесь” и “сейчас”, а не “там”, за ним, где может быть что-то иное, связь с которым проблематична.

Вопрос об амедиальности необходимо рассматривать не только через метафору зеркала, но и через метафору театральной сцены с возможностью, зайдя за неё после спектакля, увидеть следы технологии создания иллюзии реальности. Ведь «если зайти за кулисы, станешь свидетелем убогости механизма, обеспечивающего сценические иллюзии, фантазмическое пространство исчезает» [5].

Какие идейно-методологические средства пошагово могут быть использованы на пути поиска возможности посмотреть на медиареальность со стороны?

Первый шаг – не просто разделение коммуникации (включая массовую коммуникацию) и медиа (в том числе масс-медиа), но и выделение внутри медиа (и масс-медиа) двух составляющих: собственно медиа (масс-медиа) и медиации (Р. Дебрэ). При этом остаётся проблема объяснения связи медиа (в их функции, технике, технологии) и медиации (амедиальности) (в их растворённости в среде обитания человека). Амедиальность акцентирует проблему поиска фундаментальных посредников.

Второй шаг – амедиальность рассматривается по отношению к медиа и амедиальности по типу отношения бытия и небытия в философии Гегеля. Небытие (в нашем случае – амедиальность) входит в бытие (медиа, амедиальность) как его изменение, *становление себя в инаковости*. При этом остаётся вопрос о сложности рефлексивной

идентификации ещё только становящегося, т. е. ещё не ставшего.

Третий шаг – к рефлексии в классическом понимании должна подключиться топологическая рефлексия [15]. Она направлена на расчистку единых образных оснований нашего мышления, действующих по типу машин (автоматически) и воспринимаемых мышлением как естественные нормы его функционирования. Создавая образ мира, топологическая рефлексия учитывает конкретику места, и вместе с тем она «косвенно сообщает о присутствии, хотя инвариантной, но неметризуемой структуры» [15, с. 153]. Эта структура подобна “хоре” в античной философии. Она “вскармливает” образы, давая им формы, не совпадая ни с одной из них. Результатом топологической рефлексии «являются не идеальные объекты, но концепты, которые есть продукт в равной мере и теоретического самопознания, и познания природы, и художественного обобщения, и эстетического опыта, и экологической и этической ответственности за топос» [15, с. 153].

Четвёртый шаг – в актуализации внимания к условиям подрыва искусственной (протезной) медиасреды в том плане, в каком она затемняет возможность *человечного* мира.

В этой связи представляет интерес авторская позиция профессора Лондонского университета Йохана Сиберса в отношении бытийного свойства коммуникации, называемого им “коммуникабельностью бытия”. Он связывает природу коммуникабельности бытия с бытийной склонностью человека к тому, чтобы отдавать, делиться собой, называя этот аспект бытия “онтологическим благородством”. Именно

через онтологическое благородство, полагает Сиберс, философия коммуникации должна быть помещена в центр онтологии [17].

С Сиберсом в этой позиции солидаризуется В.А. Кутырев, делающий ставку на консервативное философствование. Проникая в постчеловеческие слои бытия, во многом обусловленного «медиатизированным сознанием», – пишет он, – «мы должны иметь место, где можно снять скафандр, куда можно прийти, чтобы жить», жить как человек, не сводимый только к биологической или машинной форме существования [10, с. 72].

Подводя итог вышесказанному, отметим следующее.

Решение проблемы связи технической и бытийно-средовой характеристики медиа лежит в поле того или иного понимания феномена посредничества. Латинское “medium”, т. е. “средний, находящийся в середине”, при ближайшем рассмотрении указывает на парадоксальность посредничества. Дело в том, что идентификация специфики самостоятельного существования посредника весьма проблематична. Указывая на другое, являясь средством бытия этого другого, посредник есть то, что он вынужден только реферировать. По сути, он, мимикрируя под реальность другого, оказывается лишь видимостью этой реальности.

С другой стороны, посредник – то, что является условием перевода зна-

чения в одном смысле (одного объекта или субъекта) в другой смысл (для другого объекта или субъекта). В некотором отношении он – вестник одного для другого и обратно, утверждая условия признания их взаимной значимости. Главным свойством посредника оказывается трансгрессивность: способность не только самому выходить за собственные пределы, но и поддерживать практике выхода за свои границы представляемого объекта или субъекта навстречу друг другу. Именно это свойство медиа и обеспечивает связь технического и средового, связь разных индивидов.

Перспективным представляется анализ медиа как посредника через обращение к особенностям восприятия людьми времени и рациональности в переходные эпохи [16; 18; 19].

Новый аспект в понимании как природы медиа (включая масс-медиа), так и потенциала междисциплинарной научной, а также научной и вненаучной коммуникации может внести выявление общего смыслового поля понятий “медиа”, “медиации” и “зоны обмена” (термин американского историка науки П. Галисона). “Зона обмена”, по Галисону, это зона заимствования и обмена элементов знания при построении пограничных форм междисциплинарных познавательных практик. Сегодня этот термин применяется и в более широком социокультурном контексте [6].

ЛИТЕРАТУРА

1. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб.: Питер, 2011. 288 с.
2. Горохов В.Г., Розин В.М. Введение в философию техники: учеб. пособие / науч. ред. Ц.Г. Арзаканян. М.: ИНФРА-М, 1998. 224 с.
3. Грыкалов Н.А. Фигуры террора: монография. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007. 169 с.

4. Гэллоуэй А.Р. Неработающий интерфейс // Медиа: между магией и технологией / под ред. Н. Сосна, К. Федеровой. М., Екатеринбург: Кабинетный учёный, 2014. С. 252–288.
5. Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия [Электронный ресурс] // Искусство и кино. 1998. № 1. URL: <http://kinoart.ru/archive/1998/01/n1-article25> (дата обращения: 30.01.2015).
6. Касавин И.Т. Зоны обмена как предмет социальной философии науки // Эпистемология и философия науки. 2017. Т. 51. № 1. С. 8–17.
7. Клягин С.В. Феномен университета: от ансамбля коммуникаций к филармонии медиа // Философия коммуникации: Университетское образование в социокультурной динамике информационного общества / под ред. С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского Политехнического университета, 2015. С. 5–10.
8. Коммуникация // Большой энциклопедический словарь. М.: Большая Российская энциклопедия, 1997. С. 397.
9. Коммуникация // Ожегов С.И., Шведова Ю.Н. Толковый словарь русского языка. М.: Азъ, 1995. С. 282.
10. Кутырев В.А. Апология человеческого (предпосылки и контуры консервативного философствования) // Вопросы философии. 2003. № 1. С. 63–75.
11. Митчелл У. Визуальных медиа не существует // Медиа: между магией и технологией / под ред. Н. Сосна, К. Федеровой. М., Екатеринбург: Кабинетный учёный, 2014. С. 128–143.
12. Мурейко Л.В. Бахтин М.В. Постмодерн: через разрушение “структуры” – к выявлению элементарных актов мышления // Вестник Московского государственного университета. Серия: Философские науки. 2014. № 4. С. 51–64.
13. Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Киев: Альтерпрес, 2008. 403 с.
14. Савчук В. Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия / под ред. В.В. Савчука. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского философского общества, 2008. С. 7–39.
15. Савчук В.В. Топологическая рефлексия. М.: «Канон+»: РООИ «Реабилитация». 2012. 416 с.
16. Самылов О.В. “Альтернативная история” и классическая интерпретация принципа историзма // Социально-гуманитарные знания. 2013. № 1. С. 56–68.
17. Сиберс Й. Онтологическое благородство / пер. с англ. С.В. Клягина // Философия коммуникации: Университетское образование в социокультурной динамике информационного общества / под ред. С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского Политехнического университета, 2015. С. 68–75.
18. Стрельченко В.И. Научная рациональность: pro et contra // Философия права. 2012. № 2 (51). С. 7–16.
19. Фортунатов В.В., Самылов О.В. Интеллигенция и революция в России // Перспективы будущего в образовательном процессе: сборник тезисов национальной научно-технической конференции. 2016. С. 128–130.
20. Черных А. Социология массовых коммуникаций: учеб. пособие. М.: Высшая школа экономики, 2008. 451 с.
21. Badiou A. Deleuze. The Clamor of Being. Minneapolis, University of Minnesota Press, 2000. 143 p.
22. Debray R. Media manifestos: on the technological transmission of cultural forms / trans E. Rauth. London, New York: Verso, 1996. 189 p.

REFERENCES

1. Gavra D.P. *Osnovy teorii kommunikatsii* [The Basics of Communication Theory]. St. Petersburg, Piter Publ., 2011. 288 p.
2. Gorokhov V.G., Rozin V.M. *Vvedenie v filosofiyu tekhniki* [Introduction to the Philosophy of Technology]. Moscow, INFRA-M Publ., 1998. 224 p.
3. Gryakalov N.A. *Figury terrora* [Shapes of Terror]. St. Petersburg, Publishing House of St. Petersburg University, 2007. 169 p.
4. Galloway A.R. [The Interface Effect]. In: Sosna N., Fyodorova K., eds. *Media: mezhdru magiei i tekhnologii* [Media: Between Magic and Technology]. Moscow, Ekaterinburg, Kabinetnyi uchenyi Publ., 2014, pp. 252–288.
5. Zhizhek S. [Cyberspace, or the Unbearable Closure of Being]. In: *Iskusstvo i kino*, [Art and Movies], 1998, no. 1. Available at: <http://kinoart.ru/archive/1998/01/n1-article25> (accessed: 30.01.2015).
6. Kasavin I.T. [Exchange Zone, as a Matter of Social Philosophy of Science]. In: *Epistemologiya i filosofiya nauki* [Epistemology and Philosophy of Science], 2017, vol. 51, no. 1, pp. 8–17.
7. Klyagin S.V. [The Phenomenon of University: from Ensemble Communications to Philharmonic Hall Media]. In: *Klyagin S.V., Shipunova O.D., eds. Filosofiya kommunikatsii: Universitetskoe obrazovanie v sotsiokul'turnoi dinamike informatsionnogo obshchestva* [Philosophy of Communication: University Education in Socio-Cultural Dynamics of Information Society]. St. Petersburg, Publishing House of St. Petersburg Polytechnic University, 2015. pp. 5–10.
8. [Communication]. In: *Bo'shoi entsiklopedicheski slovar'* [Big Encyclopaedic Dictionary]. Moscow, Great Russian Encyclopedia Publ., 1997. pp. 397.
9. [Communication]. In: Ozhegov S.I., Shvedova Yu.N. *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Moscow, Az Publ., 1995, pp. 282.
10. Kutyrev V.A. [Apologia of the Human (the Background and the Contours of Conservative Philosophy)]. In: *Voprosy filosofii* [Russian Studies in Philosophy], 2003, no. 1, pp. 63–75.
11. Mitchell U. [There Are No Visual Media]. In: Sosna N., Fyodorova K., eds. *Media: mezhdru magiei i tekhnologii* [Media: Between Magic and Technology]. Moscow, Ekaterinburg, Kabinetnyi uchenyi Publ., 2014. pp. 128–143.
12. Mureiko L.V., Bakhtin M.V. [Postmodern: After the Destruction of the “Structure” – to Identify Elementary Acts of Thinking]. In: *Vestnik Moskovskogo oblastnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofskie nauki* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy], 2014, no. 4, pp. 51–64.
13. Pocheptsov G.G. *Media: teoriya massovykh kommunikatsii* [Media: Mass Communication Theory]. Kiev, Alterpres Publ., 2008. 403 p.
14. Savchuk V. [Media Philosophy: Shaping the Discipline]. In: Savchuk V.V., Shipunova O.D., eds. *Mediafilosofiya. Osnovnye problemy i ponyatiya* [Media Philosophy. Basic Problems and Concepts]. St. Petersburg, Publishing House of St. Petersburg Philosophical Society Publ., 2008. pp. 7–39.
15. Savchuk V.V. *Topologicheskaya refleksiya* [Topological Reflection]. Moscow, Kanon+ Publ., ROOI “Reabilitatsiya” Publ., 2012. 416 p.
16. Samylov O.V. [“Alternative History” and Classic Interpretation of the Principle of Historicism]. In: *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya* [Social and Humanitarian Knowledge], 2013, no. 1, pp. 56–68.
17. Siebers J. [Ontological Generosity]. In: *Filosofiya kommunikatsii: Universitetskoe obrazovanie v sotsiokul'turnoi dinamike informatsionnogo obshchestva* [Philosophy of Communication: University Education in Socio-Cultural Dynamics of the Information Society]. St. Petersburg, Publishing House of St. Petersburg Polytechnic University, 2015, pp. 68–75.

18. Strelchenko V.I. [Scientific Rationality: Pro Et Contra]. In: *Filosofiya prava*, [Philosophy of Law], 2012, no. 2 (51), pp. 7–16.
 19. Fortunatov V.V., Samylov O.V. [Intellectuals and Revolution in Russia]. In: *Perspektivy budushchego v obrazovatel'nom protsesse: Sbornik tezisov natsional'noy nauchno-tekhnicheskoy konferentsii* [Future Prospects in Educational Process. Abstracts of National Scientific-Technical Conference], 2016, pp. 128–130.
 20. Chernykh A. *Sotsiologiya massovykh kommunikatsii* [Sociology of Mass Communications]. Moscow, High School Economics, 2008. 451 p.
 21. Badiou A. *Deleuze. The Clamor of Being*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 2000. 143 p.
 22. Debray R. *Media Manifestos: On the Technological Transmission of Cultural Forms*. London, New York, Verso, 1996. 189 p.
-

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Мурейко Лариса Валериановна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры истории, философии, политологии и социологии факультета экономики и менеджмента 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 of the Faculty of Economics and Management, Alexander I St. Petersburg State Transport University;
e-mail: lamureiko@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Мурейко Л.В. Социальная коммуникация и масс-медиа: к уточнению понятий // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2018. № 2. С. 6–16.
DOI: 10.18384/2310-7227-2018-2-6-16

FOR CITATION

Mureyko L.V. Social Communication and Mass Media: Towards a Clarification of Concepts. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Philosophy*, 2018, no. 2, pp. 6–16.
DOI: 10.18384/2310-7227-2018-2-6-16