

«На берегу»: обещания философии медиа для навигации коммуникативных исследований

Seafront: On Media Philosophy Promises for Communication Studies Navigation

DOI: 10.12737/2587-9103-2025-14-3-63-72

Получено: 17 апреля 2025 г. / Одобрено: 26 мая 2025 г. / Опубликовано: 26 июня 2025 г.



С.В. Клягин

Д-р филос. наук, профессор,
заведующий кафедрой теории и практики
общественных связей
Российского государственного гуманитарного
университета (РГГУ),
Россия, Москва, Миусская площадь, 6, стр. 5



Е.В. Сачкова

Преподаватель кафедры теории и практики
общественных связей
Российского государственного гуманитарного
университета (РГГУ),
Россия, Москва, Миусская площадь, 6, стр. 5

S.V. Klyagin

Doctor of Philosophical Sciences, Professor,
Head of the Department of Theory and Practice of
Public Relations,
Russian State University for the Humanities (RSUH),
building 5, Miusskaya Square, 6, Moscow, Russia

E.V. Sachkova

Lecturer of the Department of Theory and Practice of
Public Relations,
Russian State University for the Humanities (RSUH),
building 5, Miusskaya Square, 6, Moscow, Russia

Аннотация

В статье в обзорном пропедевтическом плане рассматривается возможность взаимодействия философии медиа и коммуникативных исследований как относительно самостоятельных областей общего эпистемологического поля изучения медийных и коммуникативных практик. Показаны актуальные содержательные контуры философии медиа и ее регулятивные возможности для осмысливания предпосылок коммуникативных исследований. Регулятивный потенциал философии медиа объективно основывается на ее общем содержании, поскольку феномен «медиума» предшествует действенности коммуникации, и соответственно, в этой ситуации происходит влияние целого на одну из своих частей (областей). Вместе с тем подчеркивается специфика диспозиции философии медиа и коммуникативных исследований, когда взаимосвязь и координация между ними пока проявляются неопределенно, еще не выстраиваются в режиме устойчивых отношений, структур и взаимодействий. Эта методологическая неопределенность трактуется статье в конструктивном плане как некий типовой паттерн, который может быть значим для переноса и на другие «пробные», развивающиеся ситуации познания мира медиа и коммуникации. В этом контексте в статье предлагается медиумальный подход к трактовке регулятивного потенциала философии медиа для коммуникативных исследований, когда «зона» их взаимного влияния может рассматриваться как эпистемологический медиум - парадоксальная расширяющаяся реальность с уникальными свойствами онтологической транспарентности, преобладанием неинструментальных видов взаимодействия между познавательными областями единой турбулентной медиареальности.

Ключевые слова: медиум, медиа, философия медиа, медиа философия, методология, коммуникация, коммуникативные исследования, наука.

Abstract

The article explores the intricate relationship between the philosophy of media and the field of communication sciences within the broader context of integrated epistemological media studies. The investigation into this subject is twofold.

Firstly, the authors emphasize the hierarchical role that media philosophy plays in relation to communication sciences, highlighting the importance of theoretical, methodological, and sociocultural aspects that contribute to enriching and expanding the foundations of communication studies. Secondly, it is important to note that media philosophy and communication sciences do not directly interact. Moreover, there are ontological, cognitive, and linguistic differences that characterize these epistemological domains. These contradictions, paradoxically, can be fruitful for potential coordination at the initial stages of combining and developing epistemological objects. The authors propose the concept of methodological "soft power," which involves procedurally assembling ideas, concepts, and cognitive tools to explore the constantly evolving nature of media and communicative phenomena. Under these complex cognitive conditions, interactive and instrumentally oriented modes of regulating the coordination between media philosophy and communication sciences may not be appropriate. As an alternative approach, the article advocates for a medium-based framework for the interaction between media philosophy and communication studies, emphasizing the importance of a more flexible and adaptable approach in navigating the complexities of these interdisciplinary fields.

Keywords: medium, media, communication, media philosophy, methodology, communication studies.

Знание — только пена, пляшущая на волне. Одно дуновение ветра и пены нет. А волна есть и будет всегда.

Э.-М. Ремарк «Ночь в Лиссабоне»

Введение

Обращение к философскому уровню размышлений о том или ином явлении есть показатель масштабности и зрелости этого явления. Поэтому давно уже не вызывает сомнений актуальность философии медиа (медиафилософии) как продвинутого умозрения практиков, работающих в динамично развивающейся медиасфере, а также как в той или иной мере

оформленной совокупности общих знаний о феноменах медиа, медиа-практиках и их влиянии и на жизнь человека и общества. Термин «медиафилософия» впервые встречается в начале 1990-х гг. в названии книги Рудольфа Фитца «Медиафилософия. Музыка, язык, письмо у Фридриха Ницше» [18, с. 95]. Постановку же вопроса о медиафилософии как самостоятельной дисциплине принято соотносить

со временем выхода в 2000 г. книги Франка Хартмана «Медиафилософия» [23, с. 33–35].

Философия медиа, если судить даже только по содержанию словосочетания, — это область философии, которая изучает проявления медиа в жизни человека и общества. Проблема, однако, состоит в многозначности интерпретации понятий «медиа», «медиум», а также в множественности возможностей и направлений философского осмысления феноменов медиа и различных медиальных практик. В силу указанных причин философия медиа выступает, скорее, омонимом, который может соответствовать весьма различным трактовкам того, как связаны феномены медиа и порождаемая ими реальность. В многочисленных работах на тему философской рефлексии феноменов медиа нет последовательного различения понятий «медиафилософия» и «философия медиа». Однако несмотря на сложившуюся в публикациях синонимичность употребления этих понятий философия медиа является, видимо, более оформленной областью знания, что делает перспективным рассмотрение её регулятивного потенциала для смежных областей знания.

Логично предположить, что такой значимый эпистемологический и социокультурный феномен, как философия медиа, не может не оказывать влияние на область коммуникативных исследований. Пока о такой взаимосвязи есть возможность говорить, скорее, предположительно и метафорически, ибо обсуждение этой темы пока только начинается.

Представим, что образ философии в целом — это вода с её текучестью, насыщенной живительностью. В водной стихии соединяются, с одной стороны, просветность, прозрачность и, с другой стороны, сокрытость и таинственность. На фоне такой воображаемой картины философия медиа, наверное, будем напоминать мощное явление приливов и отливов. То есть масштабный процесс всегда незавершаемой встречи земли (социокультурных и эпистемологических твердынь) и моря (поискового, объемлющего размышления, открытого простору и глубине).

Приливные процессы зависят от места и времени встречи суши и моря. В закрытых, окружённых скалами фьордах прилив высок, что образно отражает систематичность, проработанность философского знания относительно уже отчетливо проявившихся, прочно закрепившихся в социально-культурной реальности практик, предметов и тем познания. При соприкосновении же с фрагментарными, невыраженными, привычно равнинными ландшафтами приливы сникают, растекаются отдельными течениями, теряют энергию. Такого рода метафорические «приливы» философии медиа в реальности могут

соответствовать множественному сосуществованию различных идей, направлений в ситуативных рефлексиях новых явлений и событий в мире медиа и социальной коммуникации.

Вглядываясь именно в эти области, мы стремимся понять, как проявляются контуры философии медиа в некоторых конкретных областях современного медиатизированного социума и отраслях его познания. В указанной связи важно охарактеризовать регулятивный потенциал философии медиа для коммуникативных исследований, которые продолжают оставаться основным комплексным форматом для изучения феноменом медиа и коммуникации и где должен обеспечиваться достаточный, соответствующий современным вызовам уровень философско-мировоззренческой саморефлексии.

Потребность в таких размышлениях очевидна. Она связана и с необходимостью понимания глубинной сути развития коммуникационных технологий и, главное, с пониманием мировоззренческих горизонтов и маршрутов этого развития. Корабли и суда нового (но прекрасного ли?) медиамира не могут бороздить просторы Медиа Вселенной без компаса смысловых ориентиров. И создание путевой навигации для их достижения — насыщая потребность времени.

В условиях динамичного изменения социальной реальности, плюрализма философский идей и распространения неклассической научной рациональности коммуникативные исследования сталкиваются с вызовами парадигмального масштаба. Ответы на эти вызовы находятся, как уже было ранее сказано, как бы на знаниевом «берегу», подверженному непрерывного трансформирующему воздействию бурных ветров практик медиа и коммуникации, при его многократных, напитывающих встречах с «приливами» стихий философии. Так же, как феномен медиума (медиа) предшествует коммуникации [17, с. 9–26], так и философия медиа может стать методологической «ступенькой» для уточнения и содержательного наполнения предпосылок коммуникативных исследований и знаний о социальной коммуникации.

Соответственно, цель статьи состоит в том, чтобы показать актуальные содержательные контуры философии медиа и ее соответствующие регулятивные возможности для осмыслиения предпосылок коммуникативных исследований. При этом необходимо обратить внимание на специфику проявления философии медиа во взаимосвязи с изучением коммуникации, в той ситуации, когда эта взаимосвязь ещё пока не выстраивается в режиме каких-либо устойчивых диспозиций, структур и интеракций. В свою очередь, возможные варианты предлагаемой локаль-

ной регулятивной характеристики философии медиа в зоне «приливной» методологической неопределенности могут быть значимы для переноса и на другие «пробные» мыслительные и практические ситуации изучения социальной коммуникации.

Обзор литературы

Заявленный обзорный характер рассмотрения роли философии медиа в контексте значимом для актуального состояниях коммуникативных исследований соответствует достаточно широкому диапазону литературы, необходимой для такого анализа.

К первой большой группе работ относятся публикации, предметно связанные с философией медиа и с возможным влиянием этой области знания на коммуникативные исследования. В свою очередь, в этом библиографическом блоке можно выделить несколько подразделов.

Во-первых, необходимо отдельно выделить несколько статей общего плана, а также редакционную статью и публикации в специальном номере философско-литературного журнала «Логос». Эти работы посвящены теме философии медиа и медиа науки, в них подводятся некоторые итоги исследований в области медиафилософии (философии медиа), выделяются основные проблемы, задачи и направления дальнейших разработок [5; 9; 18; 19; 23; 26]. Во-вторых, это научные труды и монографии, в которых философия медиа рассматривается как непрерывно обновляющаяся, относительно самостоятельная область знания, представленная в различных предметных ракурсах. Этот подраздел в статье преимущественно связан с обзором ряда монографий [29; 30; 32; 33] и статей [35; 37] зарубежных авторов.

Рассмотрение этой группы работ позволяет определить совокупность факторов возможного воздействия философии медиа на коммуникативные исследования, увидеть общую картину актуальных идей и подходов, которые влияют на предпосылки на мировоззренческую повестку, тематизацию и контексты разработок в изучении социальной коммуникации.

Вторая группа работ – это публикации об особенностях философских предпосылок (оснований) коммуникативных исследований и о возможности влияния на них философии медиа. В статье приняты во внимание субстанциональные [14; 24, с. 278–287] и несубстанциональные [15] трактовки связи философии с коммуникативными исследованиями. Учитываются обобщающие работы по методологии изучения социальной коммуникации [1; 4; 8; 10; 11; 20; 25]. Наконец, для характеристики прикладных «контуров» философии медиа важны работы, где реализованы возможные концептуальные прототипы

«приближения» философии медиа к коммуникативным исследованиям. Эти подходы связаны с опытом построения философии коммуникации, с некоторыми философскими аспектами изучением теории коммуникации [12; 22].

Трактовка философии медиа как специфического эпистемологического объекта предполагает его конгломеративность, комплексность, включенность в зачастую парадоксальные онтологические структуры, поэтому в составе несубстанциональных трактовок предпосылок (оснований) коммуникативных исследований в статье выделяется медиумальный подход. Соответственно, учитываются классические труды по теории медиума (медиа) [3; 16; 17], а также рассматриваются работы, где уже предложены некоторые новые варианты в трактовке медиумальных отношений изучения феноменов медиа и исследования коммуникации [6; 7; 19; 28].

Подытоживая обзор литературы, необходимо отметить, что интерпретации философии медиа как эпистемологического объекта и его диспозиций в поле коммуникативных исследований в качестве макромедиума (то есть в медиумальном формате) пока не представлены стабильной исследовательской традицией. Поэтому рассмотрение возможностей и пределов такого подхода может быть осуществлено в форме первичного эмпирического описания (фиксирования) уже наработанных исследователями в этом направлении идей. Для этого в статье используются следующие аналитические рубрики: «точки» актуализации и становления актуальных версий философии медиа; «акценты» в содержании той или иной концепции философии медиа, значимые для взаимодействия с коммуникативными исследованиями; «идеи» о возможных вариантах регулятивного влияния философии медиа на общие основания (предпосылки) коммуникативных исследований.

Методы исследования

Основу исследования составили общенаучные методы (индукция, дедукция, анализ, синтез, обобщение), аналитический обзор литературных источников, изучение ранее проведенных исследований, ретроспективный анализ, систематизация и обобщение положений научных трудов отечественных и зарубежных авторов.

Обсуждение, результаты

В обобщающих публикациях на тему философии медиа признается культурная и познавательная влиятельность этой области философского знания. Обосновываются конкретные версии ответов (Л. Визиг) на вопрос «что такое медиафилософия» [5]. Однако обсуждение вопроса о возможности де-

маркации философии медиа как относительно самостоятельной части современного философского дискурса продолжается до сих пор. К тому же сохраняется неопределенность социального запроса на обобщающую рефлексию медиа практик со стороны их основных социально-политических и общественно-производственных акторов [18, с. 93, 97]. Ключевая идея, сохраняющая свою актуальность для концептуального проекта философии медиа, формулируется как важность «сильной», расширительной, трактовки «медиума» (медиа), а именно, не только как средства передачи информации, но и как области опосредования, посредника, как среду, промежуток, различающий процесс, в которых раскрывается именно не трансляционный, но конститтивный потенциал медиа. На это, развивая смыслы, подчеркнутые ещё М. Маклюеном («медиум – это сообщение»), обращали внимание В. Беньямин, М. Бензе, В. Флюссер [18, с. 24]. «Медиальное» в этой логике предстает как непосредственность языковых сообщений и интерактивная среда, делающая их возможными (Вальтер Беньямин), как «различение», которое производит сегодня все значимые дифференциации и представляет пространство для формообразования...» [18, с. 96].

Отметим также, что в обобщающих статьях журнала «Логоса» подчёркивается органическая, но зачастую структурно не выраженная определенно, «смешанная», связь медиафилософии с литературоведением, медиа исследованиями и, в целом, с различными областями и артефактами культуры, которые с одной стороны, представлены различными объектами, привычным для медийной повседневности: книгам, произведениям искусства, музыке, технологиям и техническим устройствам, а с другой стороны, порождают и объединяют потенциалы конститтивной медиальности, последовательно раскрывающиеся в активном присутствии этих медийных объектов в социально-культурной среде [9, с. 174–176; 138, с. 95–96].

Особую роль в становлении философии медиа играет технологический фактор. «Вполне возможно и даже желательно, — отмечает Ф. Киттлер, сделать набросок... медиаистории философии, дабы тем самым проложить дорогу ее инверсии, то есть философии медиа» [9, с. 181]. В компьютерную эпоху, при смене материальной основы информационных процессов философия медиа становится как бы software относительно hardware компьютерных технологий [9, с. 184–186]. Это также дает возможность характеризовать философию медиа как «индустрию сознания», работающую на основе «универсальной системы» различных медиа, когда осуществляется переход от линейных медиальных форматов (есте-

ственные языки, алфавиты, письмо, книги, библиотеки) к нелинейным интерактивным многопользовательским основаниям (*time-sharing computer*) философии медиа [26, с. 143–144].

Важные для предпосылок коммуникативных исследований акценты в российском контексте выделяют в обзорной статье К.А. Очеретяный и А.С. Ленкевич [19]. Отмечается, что для отечественной мыслительной традиции (Н.Ф. Федоров, С.Н. Булгаков) характерно внимание к медиальному потенциала языка, к формам его социокультурной презентации, к словотворчеству в целом. Отличительной чертой современных отечественных исследований философии медиа является интегративный подход, реализуемый по разным основаниям: через установление смысловых связей между элементами медиареальности, на основе признания феномена медиа (медиума) принципом построения реальности. В отечественной традиции философии медиа рассматривается именно целостным образом как особая реальность, «стихия», современного человека. Как отмечает В.В. Савчук: «...медиа, сообщение и реальность суть одно и то же. Способ их существования создает новую всеобщность – медиареальность» [23, с. 36]. Медиа порождают соответствующую медиареальность, которая подобна свету в понимании Плотина: «Он не пришел, и он здесь! Его нет нигде, и нет места, где бы его не было!» [цит. по: 19, с. 37].

Отметим, таким образом, что в обзорных статьях по теме медиафилософии могут быть зафиксированы такие важные для предпосылок коммуникативных исследований идеи, как онтологическая значимость феномена медиа (медиума) в целом, многофакторность генезиса философии медиа и вариативность её включения в социально-культурную реальность.

Примечательно, что в рассмотренных публикациях предметно не выделяется связь философии медиа с коммуникативными исследованиями, рефлексия которых направлена преимущественно не на общие смыслы и ценности медийной активности, но преимущественно на итерационные эмпирические обобщения коммуникативных практик [11; 12].

В ряде научных трудов и монографий зарубежных исследователей философия медиа непосредственно рассматривается как относительное самостоятельное эпистемологическое образование, однако без фиксации его научно-дисциплинарного или субдисциплинарного статуса. Так, Й.Эйде (*Van Den Eede, Y.*) в книге «Любовь к технологиям» (*Amor Technologiae*) [30], основываясь на идеях М. Маклюена, предлагает проект всеобъемлющей философии медиа. При этом в генетическом плане он объединяет традиции философии техники и медиаэкологии. В содержа-

тельном плане концепция философии медиа выстраивается на расширительной трактовке понятия «медиум»: медиум и медиа рассматриваются как комплексные, пространственно распределенные сущности, взаимодействие с которыми для людей строится не только инструментальным, но специфически человеческим (этическим, эстетическим, экзистенциальным) образом.

Еще более радикальный поворот к конститутивной, экологически ориентированной трактовке медиа (*environmental turn*) и, соответственно, философии медиа предлагается в монографии Т. Баркера (*T. Barker*) «Против передачи. Философия СМИ и инженерия времени» (*Against Transmission*) [29]. Генезис философии медиа здесь рассматривается в историческом, темпоральном контексте, причем в формате более широкой и сложной медиации, нежели простая линейная передача (*transmission*). Линейная передача, по Т. Баркеру, соответствует концепции модерна, обеспечивает последовательность и преемственность описания жизненный событий и их историй. При этом линейность не преодолевается и синтетическими медиа (кино, печатные издания). Однако технологии сохранение и алгоритмической обработки больших объемов данных (*measurement and storage media*) позволяют перейти к «широкому», поликонтекстуальному опосредованию событий и выстраиванию новых, мультитемпоральных, типов историй [29, р. 2, 3]. Содержание философии медиа, пишет Т. Баркер, это технологии и инженерия оперирования временем, задачи которых модифицировать, обогащая, историческую линейную хронологию, особое внимание обращая на темпоральную связность, «насыщение» момента настоящего различными временными контекстами, созданием эффекта *being-in-time* [29, pp. 3–22]. Для нашего исследования важно подчеркнуть динамическую, «расширительную» трактовку предлагаемого варианта философии медиа, следствием чего в дальнейшем может быть большая вариативность «приложения» философии медиа к решению теоретико-методологических, «навигационных», задач коммуникативных исследований.

В монографии Р. Хассана и Т. Сазерленда [32] философия медиа рассматривается как последовательно разворачивающая панорама идей и практик медийности от античности до появления социальных медиа и становления сетевого общества. Применительно к целям статьи перспективность такого подхода может быть связана с тем, что для развития коммуникативных исследований важны не только основания и «контуры» философской рефлексии медиа практик, но также в дальнейшем и наполнение социально-коммуникативным и культурно-историческим со-

держанием тех или иных прикладных версий философии медиа.

Перспективная для коммуникативных исследований контекстуализация философии медиа, приближенная к конкретным практическим ситуациям, предлагается в работе Сибиллы Крамер [33]. Здесь медиатеория и ее обобщения не рассматриваются как нечто сугубо абстрактное, но именно как социально-культурные феномены, содержание которых раскрывается в «проживании» практических обстоятельств, исторических контекстов и пребывания в определенных географических местах. Темы, которые рассматриваются в книге перекликаются с дискуссиями о нерепрезентативных формах мышления (*non-representational thought*), о техничности формирования знаний и о неординарных аспектах материальности, выраженных через биологические и технологические разработки, когда такие сочетания качественным образом меняют лексиконы и дискурсы культуры. При этом возникает потребность в поиске новых идей и понятий для характеристики эпистемологии медиареальности и, главное, в осознании медиумальных условий (*mediatic conditions*) существования теоретических идей и развития новых форм, эпистемологических альянсов в изучении мира медиа и коммуникации.

В рамках статьи невозможно охватить содержание многих десятков публикаций по философии медиа в англоязычной научной литературе. Выделим дополнительно только еще несколько работ, где, на наш взгляд, отмечены важные для анализа идеи.

Во-первых, это концепция средового подхода (*media ecology*) [35], развиваемая Р. Логаном в продолжение идей М. Маклюена. Эта работа продолжает традицию «широкого», т.е. более чем инструментального, понимания феномена медиа – понимания, в котором имплицитно уже наличествует философия медиа. В феномене медиа проявляется его комплексность, способность к саморазвитию, потенциал пространственного развертывания как в микросреды, так и в обширные медиасфера [25, р. 135]. В систематическом виде концепция средовой медиафилософии разработана также в монографии М. Фуллера [31].

Во-вторых, в ряде публикаций выделяются новые «точки» актуализации философствования о феноменах медиареальности. Примечательна в этом плане коллективная монография с о многом говорящим и неоднозначно переводимым названием *Philosophy of Emerging Media: Understanding, Appreciation, Application* (2016) («Философия проявляющихся медиа: понимание, принятие, применение») [36]. В главах этой работы всесторонне рассматривается феномен нового типа медиа, возникновение новых медиальных

сущностей, которые не основываются на привычном, инструментальном, фрагментированном, объектном составе медиа-реальности, но представляют собой как бы текучие среды, в которых сверхбыстро, зачастую парадоксальным образом, порождаются и исчезают смыслы, культурные и антропологические инклузии в социум. В этих медиальных комплексных сущностях, основанных на цифровых технологиях, нейроинтерфейсах и «больших данных», переосмысливаются понятия активности (*agency*) и рациональности [36, р. 2, 3]. На основе разноспектрного и многомерного подхода феномены медиасфера и корреспондирующей ей философии медиа рассматриваются в работе З. Шмидта [37]. Все выделенные идеи позволяют очертить актуальных содержательный контур влияния философии медиа на коммуникативные исследования. Такое влияние, причем большее, чем просто совокупность интеракций, объективно неизбежно, как влияние целого на одну из своих частей (областей).

Переходя к анализу второй группы литературы по теме статьи отметим, что осмысление темы философских предпосылок (оснований) коммуникативных исследований и возможности влияния на них философии медиа ведется в двух основных направлениях.

Научно-дисциплинарной проекцией из философии науки является подход, который реализуется для уже сложившихся, отличающихся высокой степенью определенности эпистемологических объектов. В рамках этого подхода рассматриваются философские основания коммуникативных исследований преимущественно в их научном качестве.

Философские основания в концепции В.С. Степина наряду с картиной мира, а также идеалами и нормами научного познания, входят в состав оснований науки в целом. Философские основания, обусловливая содержание картины мира и нормативно-ценостных аспектов научного познания, являются одним из условий включения научных знаний в культуру соответствующей исторической эпохи [24, с. 278–287]. В литературе предлагается подробная классификация философских оснований, включая их шесть основных видов: онтологические, эпистемологические, социальные, практические, аксиологические и антропологические [14, с. 19–23]. Тема философских оснований для социально-гуманитарного научного познания вполне разработана, однако их связующая и упорядочивающая роль между коммуникативными исследованиями и философией медиа вряд ли может быть проявлена, по крайней мере в настоящее время, в атрибутивной разноспектрности, комплексности, гетерогенности поля философии медиа.

Более динамичный вариант возможной координации философии медиа и предпосылок коммуникативных исследований содержится в разработанной Дж. Ло концепции «хинтерланда» (*hinterland* – территория специального обеспечения). Будучи представителем школы акторно-сетевой теории (ACT), Дж. Ло рассматривает научное познание в формате эпистемической и технической инженерии. В этом контексте результаты познания обеспечиваются непрерывной «пересборкой» средств исследования. Научное исследование, таким образом, предстаёт как множество разнообразных, конгломеративных по своей природе, практик. «Наука – это активность, предполагающая одновременное сочетание широкой палитры соответствующих литературных и материальных сборок. Наука – это координация подходящих и устойчивых хинтерлендов» [15, с. 65]. Очевидно, что при таком подходе предпосылки коммуникативных исследований при включении в общекультурные контексты могут строится преимущественно в «точечных» ситуациях исследовательской философско-мировоззренческой рефлексии. Однако «точечные», локальные «сборки» вряд ли могут быть в достаточной мере эвристичны при взаимодействии с эпистемологическим простором и социокультурной экспрессивностью философии медиа.

Значимые идеи для осмысления содержательной координации философии медиа и практик изучения социальной коммуникации предлагаются со стороны ученых в области коммуникативных исследований и научного познания в целом. Многие авторы констатируют непроясненность статуса коммуникативных исследований, которые могут рассматриваться и как научная дисциплина, и как область знания, и как прикладной познавательный дискурс [11; 12]. В этом обстоятельстве проявляется неопределенность, как бы квантовая суперпозиция, социокультурного статуса науки в целом [2]. Подчеркивается принципиальное изменение роли коммуникаций в науке, когда наука на основе совершившегося «коммуникативного поворота» может рассматриваться в качестве совокупности коммуникативных практик [8]. Продолжаются дискуссии о позиционировании коммуникативных исследований в поле социально-гуманитарного научного познания [4]. Включение коммуникативных исследований в научно-дисциплинарные структуры социально-гуманитарного познания также остается плюралистическим, вариативным и во многом пока гипотетическим [25].

В целом коммуникативные исследования рассматриваются как преимущественно эмпирическая прикладная область знания [11, с. 59–72]. Вместе с тем в исследованиях предпосылок коммуникативных исследований показаны возможности изучения со-

циальной коммуникации с учетом её общих философских и культурно-исторических контекстов. Значимый материал для детализации предпосылок коммуникативных исследований предлагается за счет обращения к отечественной философской традиции [10].

Как видно, интеракционистский подход, основанный на «встречном», итерационно уточняющем, движении как со стороны философии медиа, так и со стороны коммуникативных исследований позволяет различить, скорее, перспективу взаимосвязи философии медиа и коммуникативных исследований как стабильных, структурированных областей знания. Но есть, однако, возможность обратиться к этим эпистемологическим объектам, исходя из их имманентной коммуникативной, медиумальной природы. В этом аспекте взаимное отношение, «расположение», философии медиа и предпосылок коммуникативных исследований может само по себе рассматриваться как медиум [17, с. 14–16], т.е., по М. Маклюену, особая область в измененной эпистемологической и социально-культурной реальности, где происходят симультанное слияние, комбинирование идей, понятий, концептуальных представлений, реализуется преобразование человека и культуры, проявляются новые конгломеративные объекты познания. Этот подход, когда медиум сам по себе становится сообщением, последовательно рассматривается в ряде апробированных и известных в исследовательском сообществе публикаций [6, с. 81–92].

Взаимосвязь философии медиа и предпосылок коммуникативных исследований объективно обусловлена. Коммуникация и медиум (медиа) – это феномены опосредования, которые имеют единую природу, но проявляются на разных уровнях онтологической связности.

«Медиум (медиа)» это не только средство коммуникации, но изначально также «среда» и «посредник». Актуальность коммуникации происходит от возможности, избытка процессуальности медиа. Взаимосвязь медиа и коммуникации выражается двумя аспектами: а) медиа создает основу для распространения, воспроизведения коммуникации; б) медиа есть всегда некая «мета» область для коммуникации, ее внутренняя, предпосылающая сущность. Еще в 1921 г. немецкий философ Фриц Хайдер в эссе «Вещь и медиум» сформулировал ключевой вопрос для понимания медиа и роли этого феномена в понимании коммуникации: как происходит, что мы «через непосредственно данное можем узнать нечто Другое?» [цит. по: 13, с. 33]. Материальная данность, которая осуществляет функции опосредования, обозначается Хайдером как медиум, опосредованная же данность как вещь. Эта концепция была воспринята

позднее Н. Луманом, который разработал на ее основе теоретическую модель взаимодействия медиума и формы в актах коммуникации. [16, с. 7–16]. Взаимосвязь медиа и коммуникации обосновывается также в концепции Р. Дебрэ [3]. Феномен медиа им рассматривается как органическое дополнение к коммуникации, призванное обеспечить именно передачу, дление социальной сообщительности и, в конечном итоге, социально-культурную преемственность, в которой формируются «узы коммунитарной филиации» [3, с. 19]. Медиареальность взаимодействует с коммуникацией, создает для неё средовые предпосылки, формирует определенности структур коммуникации, сопровождает и поддерживает коммуникативные интеракции: «Коммуникация и передача являются регистрами, которые надо не сопоставлять, но координировать» [4, с. 32].

Новые варианты в трактовке феноменов медиа, которые влияют на изучения отношений философии медиа предпосылок коммуникативных исследований, связаны с углубленным осмысливанием феноменов медиа и медиации, с помещением их в различные культурно-антропологические контексты, с раскрытием новых, парадоксальных аспектов медиальности [7]. Подчеркивается также повышение значимости «средовой» тематики (*ecological orientations*) в философии медиа и в методологии науки в целом [28].

Предположение о медиумальном формате влияния философии медиа на предпосылки коммуникативных исследований в дальнейшем должно быть дополнено описанием форм дискурсивных и технологических презентаций этого формата в социально-культурном пространстве. По-видимому, необходимо будет рассматриваться возможность использования в экспликации медиумального формата различных языков стилей, обращение к широко объемлющей смыслы сообщительности литературности, поэтичности научной речи.

Заключение

Рассмотрев дискуссии по теме статьи, можно сделать несколько выводов.

Очевидно, что в общем эпистемологическом пространстве, относящемся к изучению всего многообразия медиафеноменов, есть две относительно самостоятельные области: философия медиа и коммуникативные исследования. Несмотря на объективную содержательную близость, влияние этих областей друг на друга пока незначительно. Они представлены собственными исследовательскими традициями, сложившимися сообществами исследователей, определенным кругом ресурсов для научных публикаций, особенностями используемых понятий и в целом языка исследования.

Вместе с тем нельзя игнорировать потребность поиска перспектив для продуктивной интеграции сегментов динамично расширяющегося поля исследования медиа феноменов. Даже с учетом некоторой «удаленности» друг от друга философии медиа и коммуникативных исследований возможности для этого существуют. В содержательном плане сближение этих областей обусловлено «широтой» единого поля исследований феноменов медиа и коммуникации. Нельзя не учитывать ценностно-ориентирующий, мировоззренческий, потенциал философии медиа для коммуникативных исследований как иерархически более общей области знания. Если философия медиа может отвечать на вопрос: «В каком направлении двигаться?», то коммуникативные исследования предлагают варианты ответов на вопрос: «Что делать?» Ключевые идеи, вокруг которых может складываться перспективный методологический ансамбль, связаны с трактовками многофакторности генезиса и динамики процессов, включающих в себя и мейдийные, и коммуникативные практики. Важны также идеи о значимости конститутивного аспекта в понимании медиумальных феноменов, когда медиум обнаруживает новую реальность, в развертывании которой как бы «перетекают», процессуально взаимообусловливая друг друга, мейдийные и коммуникативные регистры («потоки») медиальности.

Проведенный анализ показывает, что пока нет оснований говорить о выраженном методологическом потенциале философии медиа для коммуникативных исследований и их предпосылок. Интеракционистские и инструментальные методологические подходы, апробированные в областях философии науки, которые соответствуют развитым научно-дисциплинарным контекстам, неприменимы для формирующихся, лишь диффузно соприкасающихся друг с другом эпистем. Это обстоятельство отнюдь не является негативным маркером ситуации искомого «сопряжения» философии медиа и коммуникативных исследований. Напротив, возможно, здесь обнару-

живается потенциал как бы «слабого» методологического взаимодействия, то есть проявления атрибутивно подвижного регулятивного поля с конструктивным потенциалом неопределенности. И этот вариант может быть модельным для «диалога» эпистемологических областей, которые в силу различных причин взаимодействуют между собой и в своей средовом окружении пока только в «контурном», эскизном формате.

Обеспечивая согласование областей исследовательского поля медиа феноменов, обозначенные методологические средства, находясь в состоянии непрерывной «достройки», автопоэтического уточнения, сами по себе становятся медиумом, посредником между различными, в том числе нестабильными, эпистемологическими средами. Таким образом, мы приходим к идее медиумального формата диспозиции философии медиа и коммуникативных исследований, в рамках которого может быть реализовано согласующее взаимно-встречное регулятивное движение смыслов, идей, концептов, понятий. Оставляя на будущее рассмотрение примеров и паттернов такого движения, подчеркнем желательность дополнительных степеней свободы, гибкости его описания. Языки презентации медиумального формата должны, по-видимому, отличаться некоторой образностью, эстетичностью, соответствовать изменчивому, «текучему», состоянию новых эпистемологических и методологических альянсов, зачастую еще изначально «плотно» включенных в социокультурную ткань познания.

Возвращаясь к теме побережья, приливов и отливов, о которой было сказано в начале статьи, можно для раскрытия смыслов отношения и координации философии медиа и коммуникативных исследований обратиться в итоге к образному названию повести И. Бродского «Набережная неисцелимых» (*Watermark*). В таком контексте неисцелимость есть усилие поэзии новых смыслов, идей и понятий во встречном, взаимно проясняющем диалоге иерархических уровней познания тайн продуктивной открытости, «просветности», бытия.

Литература

1. Антоновский А.Ю. Несоизмеримость и коммуникация: к эволюционно-коммуникативному повороту в философии науки [Текст] / А.Ю. Антоновский // Эпистемология и философия науки. — 2022. — Т. 59. — № 4. — С. 92–110. — DOI: <https://doi.org/10.5840/eps202259460>
2. Антоновский А.Ю. Наука в суперпозиции к коммуникативному понятию науки [Текст] / А.Ю. Антоновский // Эпистемология и философия науки. — 2024. — Т. 61. — № 4. — С. 6–24.
3. Дэбре Р. Введение в медиологию [Текст] / Р. Дэбре. — М.: Практис, 2010. — 368 с.
4. Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации [Текст] / М.А. Василик // Инженеры смыслов: от концепта к профессиоанализации / под ред. М.С. Арканниковой. — СПб.: Политех-Пресс, 2024. — С. 23–30.
5. Визинг Л. Шесть ответов на вопрос «что такое медиафилософия? [Электронный ресурс]. — URL: https://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/vizing_mediaphil (дата обращения: 18.03.2025).
6. Гроис Б. Под подозрением. Феноменология медиа [Текст] / Б. Гроис. — 2-е изд., испр. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2025. — 216 с.

7. Гэллоуэй А. Экскоммуникация. Три эссе о медиа и медиации [Текст] / А. Гэллоуэй, Ю. Такер, М. Уорк. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2022. — 256 с.
8. Ищенко Е.Н. Коммуникативный поворот в философии и науке: концептуальные основания и современный контекст [Текст] / Е.Н. Ищенко // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Право». — 2022. — № 1. — С. 322–328. — DOI: <https://doi.org/10.17308/vsu.proc.law.2022.1/9046>
9. Киттлер Ф. Медиа философии / Философия медиа [Текст] / Ф. Киттлер // Логос. — 2015. — Т. 25. — № 25. — С. 173–189.
10. Клюканов И.Э. Отечественные традиции теории коммуникации [Текст] / И.Э. Клюканов // Вопросы психолингвистики. — 2021. — № 4. — С. 12–37.
11. Коммуникация как дисциплина и область знания в современном мире: диалог культур [Текст] // Сборник статей и выступлений участников международной научной конференции 9–11 июля 2015 года. — М.: Изд-во ВШЭ, 2015. — 260 с.
12. Круглый стол «Эпистемологические и методологические вопросы современного социально-научного знания и коммуникативных исследований как его составной части» [Текст] // Коммуникация, медиа, дизайн. — 2015. — № 3. — С. 94–119.
13. Кузнецова Е.И. Медиакультура в коммуникативном пространстве цивилизации [Текст] / Е.И. Кузнецова. — Нижний Новгород: Изд-во Ниж. городского гос. ун-та, 2008.
14. Лебедев С.А. Философские основания науки и их виды [Текст] / С.А. Лебедев, Д.К. Алексеев // Вопросы философии и психологии. — 2020. — № 7. — С. 18–25.
15. Ло Дж. После метода. Беспорядок и социальная наука [Текст] / Дж. Ло. — М.: Изд-во Института Гайдара, 2015. — 352 с.
16. Луман Н. Медиакоммуникации [Текст] / Н. Луман. — М.: Логос, 2005.
17. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека [Текст] / Г.М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: КАНОН-пресс. Ц, Кучково поле, 2003. — 464 с.
18. Медиа, медианаука и философия медиа (от редакции) [Текст] // Логос. — 2015. — Т. 25. — № 25. — С. 92–105.
19. Очеретяный К.А. Медиафилософия: российский контекст [Текст] / К.А. Очеретяный, А.С. Ленкевич // Вопросы философии. — 2016. — № 12. — С. 53–63.
20. Нескрябина О.Ф. Множественность методологических подходов в методологии и проблема их интеграции [Текст] / О.Ф. Нескрябина // Международный научно-исследовательский журнал. — 2021. — № 6.
21. Савчук В.В. Неизбежность медиафилософии. [Электронный ресурс]. — URL: https://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk_inevitability (дата обращения: 18.03.2025).
22. Савчук В.В. Философия фотографии [Текст] / В.В. Савчук. — СПб.: Академия исследований культуры, 2015. — 335 с.
23. Савчук В.В. Философия эпохи новых медиа [Текст] / В.В. Савчук // Вопросы философии. — 2012. — № 10. — С. 33–42.
24. Степин В.С. Теоретическое знание [Текст] / В.С. Степин. — М.: Прогресс-Традиция, 2000. — С. 278–287.
25. Хорольский В.В. Коммуникология в кругу общественных наук: радиус влияния и конкуренция [Текст] / В.В. Хорольский // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. — 2023. — Т. 9. — № 1. — С. 73–83. — DOI: [10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-6](https://doi.org/10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-6)
26. Энценбергер Х.М. Строительный материал для теории медиа [Текст] / Х.М. Энценбергер // Логос. — 2015. — Т. 25. — № 25. — С. 142–161.
27. Adam S.G. The Marvelous Clouds: Toward a Philosophy of Elemental Media Canadian Journal of Communication. Volume 42, Number 1
28. Anton C. (2017). Media ecological orientations to philosophy and philosophical problems. Review of Communication, 17(4), 224–239. URL: <https://doi.org/10.1080/15358593.2017.1367830>
29. Barker T. Against Transmission. London. Bloomsbury Publishing Pic: London, 2018. 176 p.
30. Van Den Eede, Y. (2012). Amor Technologiae: Marshall McLuhan as Philosopher of Technology — Toward a Philosophy of Human-Media Relationships. VUB Press. 520 pp.
31. Fuller M. Media ecologies, VIT Press, London. 2007. 264 pp.
32. Hassan Robert, Sutherland Thomas Philosophy of Media. A Short History of Ideas and Innovations from Socrates to Social Media. London. Routledge, 2016. 262 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315515618>
33. Krämer, Sybille Medium, Messenger, Transmission. An Approach to Media Philosophy. Amsterdam University Press. 2015. 271 p. DOI: [10.5117/9789089647412](https://doi.org/10.5117/9789089647412)
34. Logan Robert K. McLuhan's Philosophy of Media Ecology: An Introduction // Philosophies 2016, 1(2), 133–140. URL: <https://doi.org/10.3390/philosophies1020133>
35. Philosophy of Emerging Media: Understanding, Appreciation, Application. Edited by Juliet Floyd, James E. Katz, Oxford University Press, 2016. 420 p.
36. Schmidt S.J. Media Philosophy—A Reasonable Programme? // Publications of the Austrian Ludwig Wittgenstein Society — New Series (Volumes 1–18). vol. 7, Philosophy of the Information Society 2008, pp. 89–104.

References

1. Antonovskiy A.Yu. Nesoizmerimost' i kommunikatsiya: k evolyutsionno-kommunikativnomu poverotu v filosofii nauki [Incommensurability and Communication: Towards an Evolutionary-Communicative Turn in the Philosophy of Science]. Epistemologiya i filosofiya nauki [Epistemology and philosophy of science]. 2022, vol. 59, no. 4, pp. 92–110. DOI: <https://doi.org/10.5840/eps202259460> (in Russian)
2. Antonovskiy A.Yu. Nauka v superpozitsii k kommunikativnomu pomyatiyu nauki [Science in superposition towards the communicative concept of science]. Epistemologiya i filosofiya nauki [Epistemology and philosophy of science]. 2024, vol. 61, no. 4, pp. 6–24. (in Russian)
3. Debre R. Vvedenie v mediologiyu [Introduction to medialogy]. Moscow, Praksis Publ., 2010. 368 p. (in Russian)
4. Vasilik M.A. Nauka o kommunikatsii ili teoriya kommunikatsii? K probleme teoretycheskoy identifikatsii [Science of Communication or Theory of Communication? On the Problem of Theoretical Identification]. Inzhenerny smyslov: ot kontsepta k professionalizatsii [Engineers of Meanings: from Concept to Professionalization]. St. Petersburg, Politekh-Press Publ., 2024, pp. 23–30. (in Russian)
5. Vizing L. Shest' otvetov na vopros «chto takoe mediafilosofiya? [Six Answers to the Question “What is Media Philosophy?”]. Available at: https://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/vizing_mediaphil (accessed: March 18, 2025). (in Russian)
6. Groys B. Pod podozreniem. Fenomenologiya media [Under Suspicion. Media Phenomenology]. 2 ed. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2025. 216 p. (in Russian)
7. Gellouey A. Ekskommunikatsiya. Tri esse o media i mediatsii [Tekst]. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2022. 256 p. (in Russian)
8. Ishchenko E.N. Kommunikativnyy poverot v filosofii i nauke: kontseptual'nye osnovaniya i sovremenenny kontekst [The Communicative Turn in Philosophy and Science: Conceptual Foundations and Modern Context]. Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universitet. Seriya «Pravo» [Bulletin of the Voronezh State University. Series "Law"]. 2022, no. 1, pp. 322–328. DOI: <https://doi.org/10.17308/vsu.proc.law.2022.1/9046> (in Russian)
9. Kittler F. Media filosofii / Filosofiya media [Media Philosophies / Philosophy of Media]. Logos [Logos]. 2015, vol. 25, pp. 173–189. (in Russian)
10. Klyukanov I.E. Otechestvennye traditsii teorii kommunikatsii [Domestic traditions of communication theory]. Voprosy psik-

- holingvistiki [Questions of psycholinguistics]. 2021, no. 4, pp. 12–37. (in Russian)
11. Kommunikatsiya kak distsiplina i oblast' znaniya v sovremennom mire: dialog kul'tur [Communication as a discipline and field of knowledge in the modern world: dialogue of cultures]. Sbornik statey i vystupleniy uchastnikov mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii 9–11 iyulya 2015 goda [Collection of articles and speeches by participants in the international scientific conference on July 9–11, 2015]. Moscow, Izd-vo VShE Publ., 2015. 260 p. (in Russian)
12. Kruglyy stol «Epistemologicheskie i metodologicheskie voprosy sovremennoy sotsial'no-nauchnogo znaniya i kommunikativnykh issledovaniy kak ego sostavnaya chasti» [Round table “Epistemological and methodological issues of modern social-scientific knowledge and communication studies as its integral part”]. Kommunikatsiya, media, dizayn [Communication, media, design]. 2015, no. 3, pp. 94–119. (in Russian)
13. Kuznetsova E.I. Mediakul'tura v kommunikativnom prostranstve tsivilizatsiya [Media culture in the communicative space of civilization]. Nizhniy Novgorod, Izd-vo Nizh. gorodskogo gos. un-ta Publ., 2008. (in Russian)
14. Lebedev S.A. Filosofskie osnovaniya nauki i ikh vidy [Philosophical foundations of science and their types]. Voprosy filosofii i psichologii [Questions of philosophy and psychology]. 2020, no. 7, pp. 18–25.
15. Lo Dzh. Posle metoda. Besporyadok i sotsial'naya nauka [After the method. Disorder and social science]. Moscow, Izd-vo Instituta Gaydara Publ., 2015. 352 p. (in Russian)
16. Luman N. Mediakommunikatsii [Media communications]. Moscow, Logos Publ., 2005. (in Russian)
17. Maklyuen G.M. Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka [Understanding Media: External Extensions of Man]. Moscow, Zhukovskiy: KANON-press. Ts, Kuchkovo pole Publ., 2003. 464 p. (in Russian)
18. Media, medianauka i filosofiya media (ot redaktsii) [Media, media science and philosophy of media (from the editors)]. Logos [Logos], 2015, vol. 25, no. 25, pp. 92–105. (in Russian)
19. Ocheretyanyy K.A. Mediafilosofiya: rossiyskiy kontekst [Media philosophy: Russian context]. Voprosy filosofii [Questions of Philosophy]. 2016, no. 12, pp. 53–63. (in Russian)
20. Neskryabina O.F. Mnozhestvennost' metodologicheskikh podkhodov v mediologii i problema ikh integratsii [Multiplicity of Methodological Approaches in Medialogy and the Problem of Their Integration]. Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal [International Research Journal]. 2021, no. 6. (in Russian)
21. Savchuk V.V. Neizbezhnost' mediafilosofii [Inevitability of Media Philosophy]. Available at: https://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk_inevitability (accessed: March 18, 2025). (in Russian)
22. Savchuk V.V. Filosofiya fotografii [Philosophy of Photography]. St. Petersburg, Akademiya issledovaniy kul'tury Publ., 2015, 335 p. (in Russian)
23. Savchuk V.V. Filosofiya epokhi novykh media [Philosophy of the New Media Era]. Voprosy filosofii [Questions of Philosophy]. 2012, no. 10, pp. 33–42. (in Russian)
24. Stepin V.S. Teoreticheskoe znanie [Theoretical knowledge]. Moscow, Progress-Traditsiya Publ., 2000, pp. 278–287. (in Russian)
25. Khorol'skiy V.V. Kommunikologiya v krugu obshchestvennykh nauk: radius vliyaniya i konkurentsiya [Communicology in the Circle of Social Sciences: Radius of Influence and Competition]. Nauchnyy rezul'tat. Sotsial'nye i gumanitarnye issledovaniya [Scientific Result. Social and Humanitarian Research]. 2023, vol. 9, no. 1, pp. 73–83. DOI: 10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-6 (in Russian)
26. Entsenberger Kh.M. Stroitel'nyy material dlya teorii media [Building Material for Media Theory]. Logos [Logos]. 2015, vol. 25, no. 25, pp. 142–161. (in Russian)
27. Adam S.G. The Marvelous Clouds: Toward a Philosophy of Elemental Media Canadian Journal of Communication. Volume 42, Number 1
28. Anton, C. Media ecological orientations to philosophy and philosophical problems. Review of Communication. 2017, no. 17(4), pp. 224–239. Available at: <https://doi.org/10.1080/15358593.2017.1367830>
29. Barker T. Against Transmission. London. Bloomsbury Publishing Pic: London, 2018. 176 p.
30. Van Den Eede, Y. Amor Technologiae: Marshall McLuhan as Philosopher of Technology — Toward a Philosophy of Human-Media Relationships. VUB Press. 2012. 520 pp.
31. Fuller M. Media ecologies, VIT Press, London. 2007. 264 pp.
32. Hassan Robert, Sutherland Thomas Philosophy of Media. A Short History of Ideas and Innovations from Socrates to Social Media. London. Routledge, 2016. 262 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315515618>
33. Krämer, Sybille Medium, Messenger, Transmission. An Approach to Media Philosophy. Amsterdam University Press. 2015. 271 p. DOI: 10.5117/9789089647412
34. Logan Robert K. McLuhan's Philosophy of Media Ecology: An Introduction // Philosophies 2016, 1(2), 133–140. URL: <https://doi.org/10.3390/philosophies1020133>
35. Philosophy of Emerging Media: Understanding, Appreciation, Application. Edited by Juliet Floyd, James E. Katz, Oxford University Press, 2016. 420 p.
36. Schmidt S.J. Media Philosophy—A Reasonable Programme? Publications of the Austrian Ludwig Wittgenstein Society — New Series (Volumes 1–18). vol. 7, Philosophy of the Information Society 2008, pp. 89–104.