

УДК 101.1:316

**МАСС–МЕДИА: ФИЛОСОФСКАЯ РЕФЛЕКСИЯ ПРОИСХОДЯЩЕГО  
В РОССИЙСКОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ  
ПРАКТИК ИГРОФИКАЦИИ МАСС–МЕДИА И СОЦИАЛЬНОСТИ**

**MASS–MEDIA: THE PHILOSOPHIC OF CURRENT DEVELOPMENT IN RUSSIAN  
SCIENTIFIC DISCOURSE. METHODOLOGICAL ASPECTS OF RESEARCH  
FOR PRACTICES OF GAMIFICATION IN MASS–MEDIA AND COMPLICATION OF  
FORM OF THE SOCIALITY**

©Григорьева Л. Ю.

SPIN–код: 9274–9665

Дальневосточный федеральный университет  
г. Владивосток, Россия, [glorica@mail.ru](mailto:glorica@mail.ru)

©Grigoryeva L.

SPIN–code: 9274–9665

Far Eastern Federal University  
Vladivostok, Russia, [glorica@mail.ru](mailto:glorica@mail.ru)

*Аннотация.* В данной статье рассматриваются социально–философские положения теоретико–методологического представлений феномена изменяющихся медиа и изменяющегося социального пространства. Предмет исследования — теоретические представления о коммуникационных процессах масс–медиа и трансформациях массового сознания. Объект исследования — концепции (или фрагменты концепций), предлагаемые современными философами России. Цель и задачи — достигаются в применении метода дискурс–анализа, принципов неклассической парадигмы в гуманитарных областях. Актуальность исследования заключается в обзоре принципов и логики деятельности масс–медиа в современных условиях, изложенных в работах отечественной социальной философии. Такие критерии выбора как прогностичность, соответствие современным научным парадигмами, парадигмам сложных социальных систем, — обусловили выбор текстов И. А. Мальковской, С. Е. Ячина, Н. М. Смирновой, Д. Г. Горина, А. Ю. Антоновского, А. П. Назаретяна, В. В. Савчука. В статье предпринята попытка систематизировать изложенные в работах вышеупомянутых авторов принципы и положения; определить тенденции развития философской рефлексии в области масс–медиа и обыденного сознания. Автором сформулирована методологическая позиция, позволяющая рассматривать распространение игровых форм в новых жанрах масс–медиа, и в частности, практик игрофикации, как фундаментальную коммуникационную динамику социальности.

*Abstract.* This article discusses the social and philosophical ideas of theoretical and methodological concepts of the changing media and changing social space phenomenon. The subject of research is theoretical understandings of the communication media processes and mass consciousness transformations. The object of research is concepts (or fragments of concepts) that are offered by modern Russian philosophers. The goal and tasks of this research are attained by application of the method of discourse analysis and principles of non–classical paradigm in humanitarian areas. Thematic justification center around review of mass media activity principles and logic that are stated by Russian authors. That sort of selection criteria as the predictability, compossibility with modern scientific paradigms, the paradigms of complex social systems are determined the choice of the writing of I. A. Malkovskaya, S. E. Yachin, N. M. Smirnova, D. G. Gorin, A. Yu. Antonovskiy, A. P. Nazaretyan, V. V. Savchuk. The author of the article attempts to systematize principles and provisions that set out in works of above–mentioned authors; to identify development trends of philosophical reflection in the field of mass media and everyday

consciousness. The author formulated the methodological viewpoint that allows regarding the spread of new ludic (game) forms in new genres of the mass media, and in particular, in practices of gamification as the fundamental communication dynamics of the sociality.

*Ключевые слова:* медиа, игра, игровые коммуникативные стратегии, практика игрофикации масс-медиа, усложнение форм социальности.

*Keywords:* media, game, game-like communicative strategies, practices of gamification in mass media, complication of forms of the sociality.

Масс-медиа представляют собой повседневную практическую деятельность, которая предназначена для производства повседневного общественного состояния сознания, или, «обработки общественного мнения с помощью СМИ и симуляции самого общественного мнения» [1]. Масс-медиа, находясь в эпицентре производства информационных продуктов, образуют для массовых аудиторий сконструированное информационно-коммуникативное пространство. Специфика подобного пространства в том, что оно лишь фрагментарно рефлексруется: «тема рационального осмысления фундамента жизни — обыденности сложна в силу „отсутствия“ дистанции» между наблюдаемым и наблюдателем. Поэтому она не „схватывается“ непосредственно сознанием человека» [2]. Феномен «информационных» (гибридных) войн, поддерживаемый СМИ, обнаруживает психологическую уязвимость массового индивида и общества. Характеристики неопределенности и риска современного общества, — требует методологической работы по «сближению» понятийного, терминологического аппарата социальной философии, уточнению отдельных положений.

Из 338 научных работ по дисциплине «социальная философия», выполненных в рамках кандидатского или докторского исследования, в период 2013/2015, 180 отражают разнообразные аспекты происходящих перемен социальной реальности. Результаты проведенного обзора позволяют автору утверждать преобладание негативных установок научного сообщества к феномену массовой культуры и деятельности масс-медиа. Кроме указанного количества диссертационных работ, всего 4, отражают проблематику медиа (медиа воспитания), и только 3 работы, посвященные философским дискурсам в: журналистике, рекламе, связи с общественностью (PR).

Постановка цели данной статьи связана с неоднозначным отношением в научном сообществе к массовой культуре и, соответственно, к масс-медиа, — самому распространенному ее транслятору. Следовательно, цель статьи — определить контуры теоретико-методологического понимания системных сопряженных процессов, изменяющихся медиа и изменяющегося социального пространства.

Цель и задачи — достигаются в применении метода дискурс-анализа, следовании принципам неклассической парадигмы в гуманитарных областях. Предмет исследования — теоретические представления коммуникационных процессов масс-медиа, сопряженные с трансформациями массового сознания. Объект исследования — концепции (или фрагменты концепций), предлагаемые современными философами России. Критерий отбора исследуемых концепций — потенциал эвристичности, прогностичности последних в отношении предмета исследования.

Рассмотрим ряд фрагментов социально-философских концепций, способствующих методологическому пониманию действия механизмов и эффектов в области массовых коммуникаций следующих авторов: И. А. Мальковской, С. Е. Ячина, Н. М. Смирновой, Д. Г. Горина, А. Ю. Антоновского, А. П. Назаретяна, В. В. Савчука, а также социолога современности Д. В. Иванова, экономиста А. Б. Долгина.

Исследователь коммуникационных процессов российского общества И. А. Мальковская занимается вопросами социальных трансформаций общества. Автор описывает массовые коммуникации как: современные социальные технологии (реклама, пиар, маркетинг), «множество идеологий», использующих человека как «фрагмент». Факты

«избыточности информации» и «смысловой имплозии» общества объясняются технологичностью современных коммуникаций, поэтому и «в практическом плане открывает неведомые доселе горизонты свободы и в то же время создает неуловимые и незримые механизмы символического насилия» [3, с. 8–10, с. 12].

Философ С. Е. Ячин, исследуя проблемы современной массовой культуры, приходит к выводу о вызревании нового образа культуры — метакультуры. «Между институализированными механизмами культуры <...> и теми перспективами, которые раскрываются перед личностью. <...> решающим препятствием остается тот отчужденный характер отношения между человеком и культурной формой» [4, с. 184–185]. Преодоление этого препятствия одновременно является условием для массовой творческой реализации личности, считает С. Е. Ячин. Одним из принципов анализа социальной реальности в концепции метакультуры становится феномен «границы» культурных форм, культурных пространств. Принцип границы, по мнению С. Ячина, «составляет одно из сильных по своей эвристике положений синергетического подхода» [4, с. 243]. «Смешение логик разных областей и процессов» — экономики и культуры, или различных культур в процессе глобализации, действительно требует внимание к методологическим установкам в исследовании коммуникационных процессов. Автор указывает на *очевидное противоречие* в теоретических конструктах феномена «информация», «информационные продукты и услуги» в исследовании социальных процессов информационного общества. «Информация — это „продукт“, который „по природе“ не подлежит эквивалентному обмену (образующему основной закон экономики), но по существу подчиняется принципу тотального предоставления» [4, с. 246]. Вероятно, что феномен «информации» в теоретическом дискурсе представлен весьма схематично.

По мнению Н. М. Смирновой, угроза и разрушение социальных смыслов происходит в обществе под влиянием контркультурных движений, которые в первую очередь проявляются в коммуникациях шоу–бизнеса. Особенность российского цивилизационного типа, и, следовательно, анализа, состоит в том, что «цивилизационные процессы в современной России, подобно голографическому изображению, разворачиваются в трех цивилизационных измерениях одновременно» [5, с. 390] — традиционного, индустриального и постиндустриального общества. Внимание Н. М. Смирновой сосредоточено в первую очередь на конфигурациях ментальности и на внешних воздействиях. Именно воздействие масс–медиа обогащает сознание современного россиянина категориями информационного общества. Н. М. Смирнова видит в современных форматах телевизионных шоу «глубоко архаичные структуры традиционалистского сознания» [5, с. 392]. Философ подчеркивает угрозы социальности в преобладание виртуальных связей над межличностными благодаря информационным технологиям. Изменения баланса в социальных связях оценивается автором как угроза социальной целостности. «Столикое зеркало собственной самости», обеспечивающее идентичность собственного «Я», в условиях современных постиндустриальных обществ, «расслаивается» [5, с. 380]. Критерии социальной дифференциации становятся многомерными, и даже условными. «Игра» — метафора подобного состояния социальной дифференциации, означает, по Н. М. Смирновой, временную сопричастность индивида к различным социокультурным сообществам; насыщенность жизни, с одной стороны, и «социальную бездомность», «неотмирности», «ускользания бытия», с другой стороны. Об изменении социальных динамик, продолжая логику Н. М. Смирновой, свидетельствует и российский социолог Д. В. Иванов. Статистические данные, приведенные им, доказывают, что современная экономика (knowledge-based economy), основанная на знании, не отражает реальные социальные динамики и статусы: «производимое знание очевидно менее доходно, чем производимое впечатление. Эта экономика больше „красивая“, чем „умная“, она больше „игровая“, чем „информационная“» [6, с. 249]. Таким образом, виртуализация социального пространства в большей мере, чем когда-либо делает социум концентрированным, но вряд ли содержательным. Виртуализация сферы потребления, выраженная в имиджевых константах,

усугубляется новыми информационно–коммуникационными технологиями тиражирования и приобретения. Российский экономист А. Долгин, исследуя проблему потребительского выбора культурной продукции в «цифровую эпоху», констатирует формирование новых социальных координат. *Свободное время, внимание, символический капитал*. «Предложение культурной продукции многократно превышает возможности человеческого восприятия» [7, с. 112], следовательно, свободное время и внимание — личностные дефицитные ресурсы медиа аудиторий. «Символический капитал», в виде бренда, репутации или экспертных инстанций, по сути, являются общественными механизмами, выравнивающие информационные перекосы [7, с. 119–120].

Специалист в области социальной философии Д. Г. Горин в своих исследованиях предлагает описание социальных трансформаций, выявляя временные и пространственные коды. Автор использует для понимания социальной реальности соотношение Ж. Лакана «Символическое, Воображаемое, Реальное». Здесь, Реальное понимается как сфера телесного и физиологического опыта, Воображаемое — как «иллюзорная и самоослепленная игра личностного сознания» [8, с. 14], Символическое — культура. Д. Г. Горин предлагает в качестве исходной позиции анализа социальной реальности модель взаимосвязей между характером социальных практик и внутренним переживанием времени и пространства, учитывающей не столь очевидное, и не столь однозначное смещение между регистрами Символического, Воображаемого и Реального. Автор рассматривает динамику российского общества через реконструкцию кодов исторических и культурных событий, выявляет «особенности конвертации символических структур и воображаемых конструкторов в социальные институты и практики» [8, с. 71].

Интересен подход А. Ю. Антоновского в монографии «Социоэпистемология: о пространственно–временных и личностно–коллективных измерениях общества». Так, А. Ю. Антоновский, в качестве методологического приема социоэпистемологии, используя дискурс–анализ (текстуальный вариант), применяет дважды принцип экспликации: в первой части своего исследования автор проводит дискурс–анализ теории социальных систем (концепции Н. Лумана, отдельные положения работ Э. Дюркгейма, М. Вебера, Т. Парсонса, П. Бурдьё, М. Олсона и др.); во второй части — экспликация проводится как дискурс–анализ пропозициональных установок достижения «обоснованности / устойчивого воспроизводства / истинности», положений логической философии (положения Э. Геттиера, Б. Рассела, П. Клейна, Д. Дэвидсона, Х. Хармана, Г. Фреге, Л. Витгенштейна и др.). Данный способ применения «двойной» экспликации позволяет определить: 1) «позицию наблюдателя системы» общества и его коммуникативных систем (концепты «знания», «истины», «пропозиций» и «пропозициональных установок»); 2) «особых средств наблюдения» социальной реальности (пространства (внутреннее/внешнее), времени (прошлое/настоящее), персональности/коллективности (Я/не–Я)). Данная монография А. Ю. Антоновского, в целом, отражает идеи постнеклассической рациональности о достижимости истинности. Например, «...сам факт „реалистичного“ описания <идеологий> не является случайным, но как раз и вызван некоторой проблемностью, появившейся *потребностью* в легитимации того или иного „проблемного“ социального порядка, а, следовательно, некоторым „дефицитом реальности“» [9, с. 287], фокусируют внимание на трансформации семантик значений прошлого и их имплицитных содержаний, а также ускользания феноменов «обогащенной» реальности.

Профессор А. П. Назаретян занимается теоретическими задачами моделирования эволюционных процессов общества, а также теоретическими и прикладными вопросами массового поведения, механизмами массовых динамик. А. П. Назаретян доказывает безосновательность следующих социальных мифов: «насилие в современном обществе возросло и продолжает расти», «растущее (якобы) насилие подстегивается обилием жестокости в СМИ». Роль визуального насилия СМИ в виртуальном пространстве масс–медиа выполняет свою регулятивную функцию. «В больших человеческих популяциях сохраняется, например, более или менее постоянный уровень социального страха, меняются

только формы его проявления и его возбудители» [10, с. 122]. Автор делает вывод: «обилие более или менее искусственно сконструированного насилия в СМИ — феномен в некотором смысле естественный и самовоспроизводящийся» [10, с. 121]. Другой вывод касается изменения характера насилия: «оно последовательно эволюционировало (сублимировалось; «возгонялось»; «облагораживалось») от первичных, т. е. примитивных и грубых форм к формам, культурно трансформированным и символически опосредованным» [10, с. 123]. В контексте исследования «насилие в СМИ» А. П. Назаретян обращает внимание еще на один феномен, касающийся специфики массовых динамик с двух позиций — психологии и социальной синергетики, феномена «провоцирования неустойчивости». В искусственных (комфортных) условиях жизни человека, «дефицит тех или иных „негативных“ эмоций побуждает к внешне бессмысленным действиям, нацеленных на актуализацию». «Провоцирование неустойчивостей», выражает подобное парадоксальное свойство высокоорганизованных систем [11, с. 60].

Российская школа медиафилософии активно занимается исследованиями феноменами медиа в Санкт–Петербурге под руководством В. В. Савчука. Философ утверждает: «Новые технологии, и порождаемая ими медиареальность не только становятся самостоятельным, но и единственным, или, усилив тезис, онтологическим условием существования человека. Они уже не являются техническими посредниками, транслирующими нечто, что в них самих отсутствует, что только через них передается, проходит, но сами предстают всепоглощающей и всеохватывающей средой, то есть реальностью опыта и сознания» [12]. Имплицидный характер процесса трансформации технического посредника в среду «медиареальности» — становится неким «слепым пятном». Ускользящий и одновременно симптоматичный характер которого указывает на некоторые важные аспекты не рефлексивной природы индивидуального и коллективного бытия, «медиа не вне нас, медиа внутри нас» — «вначале медиа захватывают внимание человека, доставляя ему информацию и удовольствие, становятся средством работы, со–общают с другим, а затем, информируя во всем и со всеми, поглощают его целиком» [12]. В исторической ретроспективе средства сообщения выполняли принципиально разные социальные функции: «...средство сообщало людей, еще не обретших самостоятельности, обособленности, атомарности — в досубъективный период человека. <...> В дальнейшем, новые медиа, усиливая скорость, разъединяли людей и сплавляли их на другом, „более высоком“, „более абстрактном“, „более метафизическом“ уровне» [13, с. 388–389]. Замечательно, что последний тезис В. В. Савчука, не ограничивающийся общепринятой установкой негативной критики масс–медиа по поводу «атомизации» общества, позволяет размышлять о логике развития медиакommunikаций и социальных связей.

Для современных социогуманитарных исследований обоснование методологии означает разрешение вопросов релевантности объекта, предмета исследования с методами исследования, в том числе интеллектуальных процедур и интерсубъективных установок, поддерживаемых научными сообществами, влияющих на видение изучаемого явления. Так И. Н. Инишев замечает о принципиальности онтологических установок той или иной философии: «основную тему феноменологической философии — прежде всего, в ее оригинальной, гуссерлевской версии — составляют структуры и процессы конституирования предметного смысла субъектом, осуществляющим дискретные когнитивные акты. Сама идея „конституирования“ предметного мира субъектом по определению исключает посредников» [14, с. 160]. Внимание к контексту и к «посредникам» определяет отличие классической и неклассической парадигм. Данная трансформация исследовательских парадигм связана, в первую очередь, с критическим отношением к основам рационального мышления, с пониманием ограниченности рациональности в развитии научного знания, с постановкой вопросов терминологической точности.

Все вышеупомянутое позволяет нам констатировать, что собственно, теоретико–методологическое объяснение тенденции распространения игровых форматов масс–медиа и возможность исследования позитивного варианта масс–медиа могут быть разрешены. Таким

образом, мы определяем тенденции философской рефлексии деятельности масс-медиа и производящих ею социальных эффектов в следующих утверждениях:

–логика практик масс-медиа заключается в скрытом характере влияния технологических факторов, приводящих к феномену «избыточности информации» (И. А. Мальковская), «дефицита реальности» (А. Ю. Антоновский), симулятивной, «провоцирующей неустойчивости» (А. П. Назаретян) медиареальности. Наряду с влиянием технологических факторов на массовые коммуникации происходит устойчивое изменение ценностей свободы мнения и формирования гражданских инициатив — в движении от «негативной» («свобода от») к «позитивной» свободе («свобода для») [15]. Топологический статус медиакommunikаций (В. В. Савчук) и онтологический, психологический и культурологический статусы игры становятся наиболее релевантными для формулирования методологических принципов исследования усложняющихся форм социальности и новых форматов масс-медиа;

–логика изменений практической деятельности масс-медиа сопряжена с интегративными процессами возрастания сложности институциональных систем (политики, экономики и др.), в которых катализатором выступают агрессивные маркетинговые коммуникации (реклама и PR). Производство и распространение «информационных продуктов» институтом масс-медиа приводит к информационно-коммуникационным дисбалансам. С методологической позиции остается открытой эпистемологическая проблематика категории «информация» (С. Е. Ячин) в социокультурных процессах современного общества;

–ограниченные ресурсы аудитории масс-медиа (А. Б. Долгин) — *время, внимание* — формируют новую социальную реальность для массового индивида. Неограниченные ресурсы «символического капитала» (Д. В. Иванов, А. Б. Долгин) приводят в технологиях масс-медиа: к символическому, лингвистическому манипулированию, к смешению границ (С. Е. Ячин) культурного и социального пространства, и таким образом, необходимости исследования контекстных (И. Н. Инишев), «ускользающих» компонентов социального мира таких как «Воображаемое» (Д. Г. Горин). Парадоксальная динамика «Символическое — Реальное — Воображаемое» наиболее разработана в психоаналитических традициях З. Фрейда, Ж. Лакана, С. Жижека;

–расширение практик игрофикации масс-медиа означает переход на другой уровень функционирования массового/индивидуального сознания в характеристиках неопределенности, спонтанности, диалога, моделирование конкретной коммуникативной ситуации, полипозициональности установок, незавершенности [16; 17, с. 99–100]. Содержательные признаки обозначения «практика игрофикации масс-медиа» следующие: технологически сложный процесс создания коммуникативного формата масс-медиа, заключающийся в проектировании механизмов эмоционального вовлечения во взаимодействие максимально большого числа участников (массовой, территориально рассредоточенной) аудитории масс-медиа, где объективные факторы — рейтинг, внимание, стоимость эфирного времени — транслируют / симулируют принцип нового, парадоксального, нарушающего монотонность рутины;

–информационно-коммуникационные дисбалансы — необходимое условие создания новых адаптационных механизмов, эволюции социальности.

Доминирование практик игрофикации масс-медиа в разнообразных форматах масс-медиа означает в концепции социосинергетики переход открытой системы от властных авторитарных «координат» коммуникации и устройства массового сознания, индивидуального сознания массового индивида к «координатам» индивидуальности — внимания, свободного времени, эмоции/чувства (в том числе подавляемых и вытесняемых желаний/потребностей). Следовательно, необходимо включение воображаемых, виртуальных регистров социального в аналитику социальной динамики, уточнения ряда эпистемологических процедур. Основное системное свойство масс-медиа — достижение единого информационного пространства (доминирование определенной конфигурации

социальных ценностей) и осуществление циркулярной реакции в организации массового (обыденного) сознания. Кажущаяся «самоочевидность» негативного влияния масс-медиа на основы общественного устройства скрывает собственные динамики образования и функционирования массового сознания, конкретно-исторические этапы развития массового общества и массового индивида.

*Список литературы:*

1. Сегал А. П. Генезис и структура обыденного сознания: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Москва, 2014. Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/genezis-i-struktura-obydenного-soznaniya#ixzz4CO3ovvRv> (дата обращения 24.06.2016).
2. Коломак Л. А. Социокультурные факторы трансформации обыденного сознания: опыт российского и китайского обществ: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Ставрополь, 2014. Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/sotsiokulturnye-factory-transformatsii-obydenного-soznaniya-opyt-rossiyskogo-i-kitayskogo-obschestv#ixzz4CO837f00> (дата обращения 24.06.2016).
3. Мальковская И. А. Знак коммуникации: дискурсивные матрицы. М.: Издательство ЛКИ, 2016. 240 с.
4. Ячин С. Е. Состояние метакультуры. Владивосток: Дальнаука, 2010. 286 с.
5. Смирнова Н. М. Социальная феноменология в изучении современного общества. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2009. 400 с.
6. Иванов Д. В. Время Че: альтер-капитализм в XXI веке. СПб: Петербургское Востоковедение, 2012. 352 с.
7. Долгин А. Б. Экономика символического обмена. 2-е изд., доп. М.: Прагматика Культуры, 2007. 640 с.
8. Горин Д. Г. Производство смысла и коды социального опыта в России. М.: Книжный дом «ЛИБРИКОМ», 2011. 352 с.
9. Антоновский А. Ю. Социоэпистемология: о пространственно-временных и личностно-коллективных измерениях общества. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2011. 400 с.
10. Назаретян А. П. Насилие в СМИ // Вопросы психологии. 2009. №5. С. 114–126.
11. Назаретян А. П. Нелинейное будущее. Мегаисторическое, синергетическое и культурно-психологические предпосылки глобального прогнозирования. М.: Институт востоковедения РАН, 2013. 437 с.
12. Савчук В. В. Неизбежность медиафилософии. Режим доступа: [http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk\\_inevitability/](http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk_inevitability/) (дата обращения 04.05.2016).
13. Савчук В. В. Топологическая рефлексия. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2012. 416 с.
14. Инишев И. Н. Феноменологическая герменевтика в медиа-теоретической перспективе // Вопросы философии. 2014. №3. С. 153–162.
15. Григорьева Л. Ю. Аксиологические аспекты теорий масс-медиа в трансформации общественных идеалов // Символ науки. 2016. №5 (17). С. 96–103.
16. Григорьева Л. Ю. «Языковые игры»: дискурсивные практики именовании эмоционально-когнитивных технологий вовлечения в диалог // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики, 2015. №3–2 (53). С. 56–61.
17. Григорьева Л. Ю. Практики игрофикации в масс-медиа: сопряженность персонального и имперсонального // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2013. №4 (24). С. 92–102.

*References:*

1. Segal A. P. *Genesis i structura obydenного soznaniya: avtoref. diss.philos. nauk.* Moscow, 2014. Available at: <http://cheloveknauka.com/genesis-i-struktura-obydenного-soznaniya#ixzz4CO3ovvRv>, accessed 24.06.2016.
2. Kolomak L. A. *Sotciokulturnye factory transformatsii obydenного soznaniya: opyt rossiyskogo i kitayskogo obschestva: avtoref. diss.philos. nauk.* Stavropol, 2014. Available at: <http://cheloveknauka.com/sotciokulturnye-factory-transformatsii-obydenного-soznaniya-opyt-rossiyskogo-i-kitayskogo-obschestv#ixzz4CO837f00>, accessed 24.06.2016.
3. Malykovskaya I. A. *Znak kommunikatsii: Diskursivnye matritsy.* Moscow, Izdatelystvo LKI, 2016. 240 p.
4. Yachin S. E. *Sostoyanie metakultury.* Vladivostok: Dalnauka, 2010. 286 p.
5. Smirnova N. M. *Sotsialnay fenomenologiya v izuchenii sovremennogo obschestva.* Moscow, “Kanon+” ROOI “Reabilitatsiya”, 2009. 400 p.
6. Ivanov D. V. *Vremya Che: alter–kapitalizm v XXI veke.* SPb: Peterburgskoe Vostokovedenie, 2012. 352 p.
7. Dolgin A. B. *Ekonomika simvolicheskogo obmena. 2-e izd., dop.* Moscow, Pragmatika Kultury, 2007. 640 p.
8. Gorin, D. G. *Proizvodstvo smysla i kody sotcialnogo opyta v Rossii.* Moscow, LIBRIKOM, 2011. 352 p.
9. Antonovskiy A. Yu. *Sotcioepistemologiya: O prostranstvenno–vremennyh i lichnostno–kollektivnyh izmereniyah obschestva.* Moscow, “Kanon+” ROOI “Reabilitatsiya”, 2011. 400 p.
10. Nazaretyan A. P. *Nasilie v SMI. Voprosy psichologii*, 2009, no. 5, pp.114–126.
11. Nazaretyan A. P. *Nelineynoe budushee. Megaistoricheskoe , sinergeticheskoe i kulturno–psichologicheskije predposylki globalnogo prognozirovaniya.* Moscow, Institut vostokovedeniya RAN, 2013, 437 p.
12. Savchuk V. V. *Neizbezhnost mediaphilosophii.* Available at: [http://mediaphilosophy.ru/biblioteka/articles/savchuk\\_inevitability/](http://mediaphilosophy.ru/biblioteka/articles/savchuk_inevitability/), accessed 04.05.2016.
13. Savchuk V. V. *Topologicheskaya refleksiya.* Moscow, “Kanon+” ROOI “Reabilitatsiya”, 2012. 416 p.
14. Inishev I. N. *Phenomenologicheskaya germeneytika v media–theoreticheskoy perspektive.* *Voprosy filosofii*, 2014, no. 3, pp. 153–162.
15. Grigoryeva L. Yu. *Aksiologicheskije aspekty teorii massmedia v transformatsii obschestvennyh idealov.* *Simvol nauki*, 2016, no. 5 (17), pp. 96–103.
16. Grigoryeva L. Yu. *Yazykovye igry: diskursivnye praktiki imenovaniy emotcionalno–kognitivnyh tehnologiy вовлечeniya v dialog. Istoricheskije, filosofskie, politicheskije i yuridicheskije nauki. Kulturologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*, 2015, no. 3 (53): v 3-h p. P. II, pp. 56–61.
17. Grigoryeva L. Yu. *Praktiki igrofikatsii v massmedia: sopryzhennosty personalnogo i impersonalnogo. Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoy Sibiri i na Dalnem Vostoke*, 2013, no. 4 (24), pp. 92– 102.

*Работа поступила  
в редакцию 19.08.2016 г.*

*Принята к публикации  
22.08.2016 г.*