

Исследования современных общественно-политических процессов

УДК 32:070

DOI: 10.28995/2073-6339-2018-4-9-23

Феномен медиа в современном обществе:
к вопросу о становлении политического

Сергей В. Клягин

*Российский государственный гуманитарный университет;
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Россия, sklyagin@gmail.com*

Аннотация. В статье предлагается уточненная трактовка феномена медиа как основы социальных и политических процессов в современном обществе. Подчеркивается предпосылочный характер медиа относительно коммуникации, преимущественно конститутивная («полагающая»), а не только трансмитационная («передающая») роль медиа в жизни общества. Медиа само по себе есть сообщение, ибо меняет реальность, за счет чего создается возможность для ее переструктурирования и возникновения нового. Медиа обнаруживает порождающую транспарентность среды, открывает и сохраняет проводящее качество реальности. Онтологический локус медиа отличается внутренней динамикой, смешением (mess) реальности как со-общением (mess-age).

Уточнение природы феномена медиа позволяет лучше понять медиальную составляющую политического. Медиа – это «место» вовлеченности и согласования разных частей реальности проявленности, «высвечивания», некоего нового общего. Так же и политика есть «место переработки» социальной неопределенности. Акцент на медиальной природе политического позволяет выявить подвижную основу социальных артефактов порождения политического, которое совершается в «колебаниях» качеств (не)политических акторов. Медиа политического – это полагание возможности политики в неопределенности социального, а также непрерывное обновление содержания политики на границе политического. По аналогии с медиа полагание политического самодостаточно в своем полагающем присутствии в социальной реальности. Примеры такой аналогии показаны в статье с учетом моделей нестабильных и объектно-ориентированных онтологий.

Ключевые слова: медиа, коммуникация, сообщение, политическое, политика, онтология

Для цитирования: Клягин С.В. Феномен медиа в современном обществе: к вопросу о становлении политического // Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». 2018. № 4 (14). С. 9–23. DOI: 10.28995/2073-6339-2018-4-9-23

On the constitutive transit in media phenomena: investigations for political studies

Sergey V. Klyagin

*Russian State University for the Humanities; Financial University under the Government
of the Russian Federation Moscow, Russia, sklyagin@gmail.com*

Abstract. The author specifies the interpretation of the media phenomenon. Medium phenomenon and communication are described as the background and the supportive framework for social and political processes. Medium precedes communication. For understanding media phenomena constitutive role of the medium is more meaningful than its transmission functioning in social life. The constitutive potential of the medium determines the very essential sense of the famous thesis “The Medium is the Message”. It is even more clear following the cross-cultural interpretations of this thesis in English and Russian languages.

Constitutive understanding of the medium phenomena influences the treatments of the political processes. The medium messes, mixes the certain place of reality and as if it lights up social spaces. According to this metaphor, the phenomenon of policy also forms the ontological locus where through the processing of informational uncertainty one can establish commonly shared values and norms for social consolidation and activities. The author characterizes the policy medium patterns proceeding from the unstable (E. Laclau, C. Mouffe) and object-oriented (G. Harman) ontology.

Keywords: medium, media, communication, message, policy, ontology

For citation: Klyagin SV. On the constitutive transit in media phenomena: Investigations for political studies. *RSUH/RGGU Bulletin. Series “Political Science. History. International Relations”*. 2018;4:9-23 DOI: 10.28995/2073-6339-2018-4-9-23

Введение

По мере распространения информационно-коммуникативных технологий в современном социуме все большее внимание исследователей привлекает феномен медиа в качестве сложной основы социальных процессов. Становится очевидно, что феномен медиа есть нечто гораздо большее, чем средство, канал коммуникации или даже массовидные практики коммуницирования. Расширительное, приближенное к новейшей реальности понимание феномена медиа влечет за собой изменение представлений о том, как складываются социальные сообщества и структуры. Так, при в рассмотрении социальной интеграции акцент делается не столько на связующей роли

привычных коммуникативных практик, сколько на объединяющих потенциалах их социально-культурных опосредований, сопутствий. Именно они образуют «силовое поле» социального притяжения, информационно-смысловое и функциональное многообразие которого пока еще только проступает в языке метафор и первичных концептуальных обобщений: медиа социального, сообщительность, медиальность, коммуникативные пространства и среды, социальные практики совместности слова.

Многообразие проявления и особого рода действенности в социуме феноменов коммуникации и медиа подчеркивается в ряде авторитетных научных трудов. Э. Гидденс, учитывая масштабность влияния информационных технологий на общество, предложил концепт «коммуникативная революция» [1 с. 87]. З. Бауман обращает внимание на социальные последствия распространения коммуникативных практик [2]. Трансцендентальность коммуникации как некоего метауровня социального подчеркивается в трудах К.-О. Апеля [3 с. 193–237]. Г. Йоас подробно анализирует конструктивную роль коммуникативных интеракций и знаковых репрезентаций социального действия [4 с. 147,153]. Роль социальной коммуникации в современном обществе выразительно подчеркнул Ю. Хабермас, говоря о ее противодействии «холистским замыканиям» и «системному своенравию» производственных отношений [5 с. 92].

В новейших исследованиях факторов полагания и учреждения социального принимается во внимание не только наличный горизонт коммуникативных практик, но подчеркивается относительно самостоятельная роль феномена медиа. Эта идея систематическим образом обоснована в трудах Н. Лумана [6] и Р. Дебре [7], в ряде обобщающих публикаций [8], а также представлена рядом статей [9].

Для характеристики сути тезиса о расширительном понимании феномена медиа важно замечание Р. Дебре о том, что медиа и коммуникация взаимодополнительны: «Коммуникация и передача являются регистрами, которые надо не сопоставлять, но координировать» [7 с. 32]. Заметим от себя, что, образно говоря, это похоже на игру оркестра, где очень разные инструменты, например контрабас и скрипка, по-своему участвуют в согласованном исполнении – сообщении – музыкального произведения.

В изучении медиа и коммуникации сохраняются плюрализм подходов и вариативность результатов. Исследования в этой области знания преимущественно описательны и собирательны. Поэтому в теории коммуникации предлагаются обобщающие средства

отображения исследовательского содержания, которые ориентированы на его динамику, эволюционный характер, открытость и незавершенность: «коммуникативный универсум», «коммуникация как пространственно-временной опыт». При ином варианте осмысления коммуникации, как отмечает И. Клюканов, «картина становится фрагментарной, а сама научная мысль предстает мятущейся и нервной» [10 с. 28].

Учитывая эту методологическую особенность, отметим, что ключевым вопросом изучения коммуникативных явлений остается вопрос о том, что же все-таки представляет собой феномен медиа. Подчеркивается настоятельная необходимость «онтологизации коммуникации» [10 с. 41–44]. Трудно не согласиться с утверждением: «Необходимо попытаться выявить тот мир, который составляет истинный фундамент научного осмысления коммуникации. Какова эта земля, эта почва на/из которой может разворачиваться территория коммуникативных исследований?» [11 с. 15–16, 19]. Принятие этой актуальной потребности позволяет отграничить проблемное поле статьи, а именно: необходимо уточнить содержание феномена медиа, показать, в чем состоит возможная тенденция в перспективных трактовках медиа и его социальных опосредований. Если решение показанной проблемы есть цель предлагаемого рассуждения об объектном поле изучения медиа, то исследовательские задачи обнаруживаются в том, чтобы в предметном рассмотрении исходных тезисов о феномене медиа показать важные смысловые нюансы в осмыслении его содержания и, далее, в контексте рассмотрения новейших моделей социальных онтологий указать на некоторые практические политические следствия из этих уточнений. Иными словами, появляется возможность еще раз обратить внимание на устроение медиа, систематизировать положения и идеи по этой теме с учетом новейших тенденции в теории медиа, а также в современной социальной и политической философии.

В исследовании для изучения материалов предметной области использованы методы качественного исследования (отбор материала для изучения, аналитические и интерпретативные подходы, описание результатов, обоснование теоретических выводов (grounded theory)) [12 с. 10–12], а также общенаучные методы (анализ, сравнение, синтез, абстрагирование, обобщение). Основное внимание уделено теоретическому и лингвистическому кросскультурному анализу ряда ключевых тезисов о феномене медиа и природе политического.

Что (нам) сообщает медиа?

Интерпретации понятия «медиа» не только обычного пользователя информации, но и специалиста-исследователя нередко искушают простотой и кажущейся понятностью привычного словоупотребления одноименного слова. Помимо поисковых словарных запросов, когда многое зависит от добросовестности и информационной осведомленности того или иного автора, необходимо признать, что исходным тезисом для ответа о природе медиа остается знаменитый тезис М. Маклюена “The Medium is the Message” [13 с. 16]. Отметим, что и сам тезис, и его перевод, в значительной степени обусловленный социальными практиками коммуникации («средство коммуникации есть сообщение»), требуют уточнения, ибо в их привычных формулировках, смысловая точность в некоторой степени ставится в зависимость от ситуативной лингвистической нормативности.

Трудности толкования тезиса в смысловом ареале русского языка относятся к обоим составляющим высказывания (*medium*, *message*) и к тезису в целом.

Отметим, что более корректный перевод тезиса, если следовать контексту оригинального текста источника выглядит следующим образом: «Средство коммуникации (а точнее, *медиа* — С. К.) само по себе есть сообщение». Заметим, именно со-общение, смешение, соединение и следовательно, изменение самой структуры реальности в ситуации «коммуникация» или «медиа». Как подчеркивает М. Маклюен, в этой ситуации «последовательность уступает место одновременности, человек оказывается в мире структуры и конфигурации» [13 с. 16].

Важным пунктом остается определение приоритетов в понимании природы медиа. Феномен медиа – это в содержательном аспекте нечто более обширное и в онтологическом плане более «раннее» относительно предметно явленного горизонта средств, каналов и технологий коммуникации, а также «передающей», трансмиссионной, роли медиа в целом [7].

Полагание «медиа» предшествует его возможной средственности и тем более функциональности. Зафиксировать изначальную суть рассматриваемого феномена не просто. Даже перевод слова «медиа» на русский весьма затруднен. Исходя из проступающих смыслов в контексте таких слов, как «медиа», «медиатор», «медиация», «медиана», «медианта», можно предположить, что медиа – это область реальности, в которой обнаруживается некая соединяющая «серединность» по отношению к целостности «места» медиа и его границам.

По-видимому, М. Маклюен, будучи не только глубоким ученым, но и ярким литератором, научным публицистом, сознавал сложность передачи в языке адекватного смысла понятия «медиа». Поэтому он использовал различные образы, игру слов для разъяснения своего тезиса. Маклюен сравнивал феномен медиа с осветительной лампой (light bulb), которая создает особую среду просто фактом своего присутствия (“a light bulb creates an environment by its mere presence”) [14 с. 8]. Этот же смысл усиливается и в другой работе Маклюена “The Medium is the Massage”: «Медиа – это массаж. Любое понимание социального и культурного изменения невозможно без знания о том, как медиа работает именно в качестве части среды» [15].

Указанные исходные, «располагающие», свойства медиа нельзя не учитывать. В генетическом аспекте соответствующие им трактовки медиа ориентированы на процессуальность проявления, «проступания», феномена, а в плане исходного неразличения качеств его отдельных компонентов и на его хаотичность как основу обнаружения в дальнейшем структур общительности и коммуникации. Отметим в этой связи, что и в обобщающих научных статьях подчеркивается важность задачи исследовать феномен медиа именно интегрально – как средство, посредника, среду, промежуток, различающий процесс и т. д. [16 с. 97].

Каким образом присутствие «места» медиа становится сообщением, может быть более понятно, если обратить внимание на этимологию слова «message». В английском языке в происхождении и прагматиках этого слова опять-таки обнаруживаются «до-общительные», предпосылочные содержания относительно сообщения как уже явленного различия, тем более представленного в той или иной «порционной» знаковой форме. Как следует из толкового словаря Дугласа [17] слово message заимствовано из старо-французского, а то, в свою очередь, восходит к латинскому “missus” – «брошенный», «посланный». Похожие смыслы отмечает также И. Клюканов. Ссылаясь на словарь У. Морриса [18], исследователь обращает внимание на оригинальное значение слова “message”, которое заключается в его корне “smeit” – «бросать», «отпускать». Но импульс движения, сдвига здесь оказывается весьма специфичным, ибо «коммуникация» происходит также от латинского “communicare” («делать общим»), что предполагает некий риск, связанный не только с выходом в некую общность, но также со смешением и даже загрязнением (греческий корень “κοινοο”) [11 с. 22]. Показанные смыслы можно дополнить и с помощью морфологической аналогии, например: “message” и “usage”. Получается, что слово “message” образовано довольно многозначным глаголом “mess” (в том числе,

«загрязнять», «вносить беспорядок») и суффиксом ‘-age’, который обозначает некий процесс, длящееся действие и его результат. Другими словами, “message” и “usage” через суффикс выражают некие образования, в которых заложены процессные действия: в рамках использованной аналогии «посылание», «пользование».

В итоге становится понятно, почему «медиа» как некое расположение, соединяющее «срединность» места, само по себе является сообщением. Это происходит за счет изменения реальности, такого ее рискованного перемешивания, ожидающего трепета, в котором возможна встреча нового, что мы и различаем в качестве основы медиасреды и, далее, коммуникации. Суть медиа проявляется в возобновляемом обнаружении и сохранении границы (не)определенности между различающейся (в-себе) и проявляемой (для-себя) областями реальности. Поэтому проживание и высказывание этого колыбельного непокоя становится для человека как бы «дыханием» живого ожидающего присутствия, где и откуда феномен медиа наполняется и расчерчивается порциями опредмеченных функциями и знаками сообщений.

Медиа обнаруживает порождающую транспарентность среды, открывает и сохраняет проводящее качество реальности. Идею того, что медиа само по себе является сообщением, продолжает тезис Ф. Киттлера: «медиа – это медиа и еще раз медиа» (“A medium is a medium is a medium”). М. Фуллер использует указанный тезис Ф. Киттлера, который также сложно однозначно перевести на русский язык, для характеристики состояния реальности, где проявляются предпосылки со-общения и коммуникации прежде всего как распространения и редупликации существований, «местоимений» и «глаголов» медиа самого по себе. При этом Фуллер подчеркивает, что наполнение и объектное структурирование обнаруживаемых в медиа областей реальности непрерывно меняется [19 с. 3–12].

Ф. Киттлер в работе “Discourse Networks 1800/1900” [20] предложил свой выразительный и лаконичный тезис, чтобы подчеркнуть неконвертируемость медиа, самодостаточность этого феномена («медиа – это медиа»). Переход от одного медиа к другому – это тоже медиа: переход произволен, случаен и со-общителен прежде всего сам по себе. Кроме того, Киттлер обращает внимание на медиум языка как такового. Язык – это идеальный, своего рода сверхпроводящий медиум, который своим присутствием, различая и размечая реальность, действует как нечто гораздо большее, чем трансляция содержательных языковых выражений.

Исследователи отмечают, что Ф. Киттлер, обращая внимание на специфику феномена медиа, в своем тезисе использовал эвристический потенциал высказывания Гертруды Штайн

“A rose is a rose is a rose is a rose” (“Poetry and Grammar”, *Lectures in America*) [21].

В своей интерпретации этого тезиса Г. Штайн дополнительно показывает «текучесть», внутреннюю динамику феномена медиа. На примере языка это обнаруживается в проблематизации, расшатывании грамматической структуры, что происходит на третьем повторе (не ясно, это конец предыдущего предложения или начало нового) и завершается на четвертом повторе очевидным переходом к языковой игре. Кроме того, динамика медиа языка проявляется в мерцании именования/указания для существительного «роза», в вариатизации способа презентации предмета (полагание качества ‘red rose’ через его явленное прочтение ‘read’) и, наконец, в фонетических переходах от залога полагания и существования (‘a rose’) к глагольному залогу (‘arose’). Тезис Г. Штайн на примере языка выявляет особую материальность феномена медиа, его нетривиальную «внутреннюю» жизнь, несводимость к средству и инструментам передачи тех или иных текстовых содержаний.

Завершая характеристику феномена, отметим, что медиа своей по сути передает таким образом, что нечто «еще-не-передает». И медиа совсем не обязательно передает «нам» – какой-то конкретной аудитории или адресату. Медиа просто передает, и потому проявляется как медиа и тем самым (нам) сообщает. Подчеркнем, что в феномене медиа важен не только аспект «передачи», но и аспект присутствия, полагания иной, порождающей, реальности. Конститутирующий потенциал медиа важен для демаркации и объектного наполнения области политического.

Медиа (не)политического

Уточнение природы феномена медиа позволяет лучше понять медиальную феномена политики. Медиа – это «место» вовлеченности и согласования разных частей реальности проявленности, «высвечивания», некоего нового общего. Так же и политика есть «место переработки» социальной неопределенности. Области социальной реальности как таковые не принадлежат сфере политического. Они ситуативно включаются в область процессуально нормируемого и консолидируемого общественного действия, в котором объединяется частное (интересы, позиции) ради общего (ценности, идеалы, проекты). Политика – это возобновляемое построение согласованной формы социальной активности, которая принимается и в качестве привлекательной и мобилизующей для себя теми или иными общественными группами.

Медиа политического связано с динамикой различных состояний общества, в которых происходит самоопределение и социализация политических субъектов. Акцент на медиальной природе политического позволяет выявить подвижную основу социальных артефактов порождения политического, которое совершается в «колебаниях» качеств (не)политических акторов. Медиа (не)политического – это непрерывное обнаружение границы области политического, где в живой конструктивной форме происходит выявление и становления приемлемого для всего общества «горизонта» социальной нормы.

Возвращаясь к образу медиа, предложенного М. Маклюеном (bulb of light), можно по аналогии охарактеризовать медиа (не)политического как «лампу», указывающий луч прожектора, в смысловом свете которого строятся, опробуются и изменяются правила общественной жизни. В этой связи можно по-новому, не только в конкретном политико-идеологическом контексте, понять поэтическую пронизательность известного призыва В.В. Маяковского: «Хочу сиять заставить заново величественное слово – Партия!».

Медиальная динамика политического – медиа (не)политического – на материале актуальных политико-философских концепций может быть рассмотрена в плане становления и формирования субъектной определенности этой области.

Привычные ответы на вопросы о «кто» и «что» в обыденной социальной реальности, как отмечает Э. Левинас, на самом деле не так просты, как может показаться. Они относятся к исходным различиям бытия и сущего, к «вибрациям» инаковости в наличном присутствии. Ответ на вопрос «что и кто есть?» находится в самом начале явления бытия, между Тожественным и Иным, где «от Иного, властвующего над Тожественным, завязывается ядро субъективности» [22 с. 185].

Большое внимание порождающим «смещениям» в становлении политической субъектности и в проявлении политического уделяет Ж. Рансьер. Он, в частности, призывает к тому, чтобы «помыслить осуществление политического синхронным с ритмами мира, с шумом вещей, с круговоротом энергий, информации и желаний» [23 с. 22]. Начало политического Рансьером относится к искусству, которое «умиротворяет улаживанием страстей множественного» [23 с. 12]. При этом рассматриваются многочисленные «прожилки» и «просветы» в свечении политического: парадоксальное в социальных сообществах идеи и практик осуществление равенства [23 с. 142], миграции инаковости и близости, активности и неделания, установленного и проявляющегося. Интегративный, коммуникативный потенциал политического обнаруживается в том, чтобы

«собрать Единое, сохранить соединительную черту, удерживающую общество на краю бездны» [23 с. 26].

Итак, медиа (не)политического в различных аспектах проявляется как самодостаточность границы, обнаружения и обновления политического. Возможные примеры такой аналогии с самодостаточностью полагания феномена медиа дел могут быть показаны в рамках моделей нестабильных социальных онтологий.

Эти модели предназначены для отображения особых, но вместе с тем весьма распространенных в современном социуме ситуаций – ситуаций «разрыва», «ускользания» – и, соответственно, проблематизации использования инструментов социальной регуляции и политической власти в современном социуме, в большей степени ориентированных на фиксацию и контроль [24]. Нестабильные онтологии описывают динамично изменяющуюся реальность. Особенность ее состоит в том, что не только в формате процесса, но и в формате полагания отсутствуют постоянные, фундирующие эту реальность основания.

Обращение к нестабильным онтологиям важно и потому, что их принципы указывают на роль субъективного фактора, который в силу свойственной людям сложности и непредсказуемости, способствует «размыванию» застывших форм псевдополитического. Нестабильные онтологии помогают компенсировать уникальную способность нынешнего социума имитировать политическое и даже формы его критики. Так, например, С. Жижек считает, что жест самоустранения, о котором сигнализирует форма как бы скользящего социального позиционирования «я предпочел бы не», относится к такому многообразию форм сопротивления, которые помогают общественной системе воспроизводить себя, обеспечивая наше участие в ней [25 с. 461–462].

Идеи нестабильных онтологий учитывают в становлении и «оживлении» политического возможную незавершенность (прекарность) субъектности политических акторов, роль воображения в политике, динамику нехваток, избытков и динамически проявляющихся различий в использовании в социуме социальных и символических ресурсов. Эти идеи представлены влиятельной современной интеллектуальной традицией (Дж. Агамбен, Э. Лаклау, Ш. Муфф, Ж. Рансьер, М. Бланшо, Ж.Л. Нанси, Ж. Деррида) [24 с. 8]. К этой же традиции обращается Дж. Урри, отмечая, что в этом подходе предусматривается «выпадение» социального как предмета осмысления из рамок строгого определенного дискурса. Соответственно, нестабильные онтологии могут быть применимы «к сложным последствиям разных типов мобильности, переплетающихся чувственных отношений людей с различными объектами...

выходящих за пределы социетальных границ, сложных и непредсказуемых взаимоналожений многих регионов, сетей и потоков [26 с. 29–30].

Для содержания медиа (не)политического важно также понимание нового качества объектности как таковой, когда изменяются представления об объектах социальной реальности, а рассмотрение объектов все более отличается от простого полагания и нерефлексивного принятия «поверхностных» и потому упрощенных описаний социальной реальности. Новый подход к объектности медиа возможен на основе объектно-ориентированной онтологии. Обоснование и подробный обзор этой концепции предлагает Грэм Харман. Он показывает различия между идеями акторно-сетевой теории (Б. Латур), где объекты и их свойства определяются действиями, связями и отношениями, традиционным материализмом (объекты из чего-то состоят) и своей концепцией. С точки зрения Хармана, объекты просто есть: «...все объекты в равной степени являются объектами, но не все одинаково реальны: надо различать автономию *реальных* объектов и зависимость *чувственных* объектов от любой встречающей их сущности» [27 с. 11].

Медиа (не)политического сообщает (нам) напряженным присутствием социального. Эта идея вполне соответствует положениям объектно-ориентированной онтологии. «Вещи действуют, – пишет Г. Харман, – потому что существуют, а не существуют, потому что действуют. Объекты – это спящие гиганты, берегущие свои силы и не проявляющие их все сразу» [27 с. 14].

Заключение

Результатом исследования является уточнение содержания базовых понятий медианауки и теории коммуникации – «медиа» (*mediun*) и «сообщение» (*message*). Показано соотношение феноменов медиа и коммуникации, где медиа являются полагающим и поддерживающим явлением. Медиа и коммуникация не только передают нечто (порции информации, сигналы, тексты). Медиа сообщает своим наличием (а при такой трактовке и коммуникация тоже). Соответственно, сообщение медиа есть изменение реальности, где в соединении ее различных областей просвечивает и проявляется новое, т. е. значим не только трансмитационный, но и конститутивный аспект трактовки феномена медиа.

Глубинная связь политики и медиа проявляется в их онтологическом подобии. Медиа политического связано со смешением и смещением – сообщением – различных состояний общества. В этих

сдвигах происходит становление политических акторов и субъектов. Так же, как и медиа в целом, медиа политического изменяет реальность, меняет ее пространственно-временные характеристики и объектную наполненность, что находит выражение в моделях динамических нестабильных социальных онтологий.

Проведенное исследование относится к широкому кругу работ и продолжающимся дискуссиям о природе феномена медиа, о соотношения медиа и коммуникации, а также о влиянии медиа на социально-политические явления и процессы.

В этой группе работ, с одной стороны, могут быть учтены обобщающие публикации, в которых предлагаются и сравниваются различные варианты онтологической интерпретации феноменов медиа [8,11,28].

С другой стороны, тема активно обсуждается в контексте взаимодействия классического, линейно ориентированного и инструментально выраженного, механистического подхода к коммуникации и коммуникативным технологиям [29 с. 12–13; 10 с. 56–59] и подхода, в котором обосновывается экстрасоциальная, конститутивная природа феноменов медиа и коммуникации [30 с. 4–9]. К тому же предусматривается определенная перспектива этого методологического диалога. «Конститутивный подход нацелен как раз на то, чтобы преодолеть механистический взгляд на коммуникацию и показать, что коммуникация не столько вещь, сколько (пред)вестие и что ее сущность постоянно ускользает...» [10 с. 58].

Обоснование значимости конститутивной роли медиа в становлении и обновлении феномена политического связано с дискуссиями о природе политического и политического проектирования [31 с. 18–27]. Внимание исследователей привлекают публикации о новейших трактовках моделей социальных онтологий, где подчеркивается их динамическая, гетерогенная природа. Таким образом, создается перспектива для изучения феноменов медиа и политического с учетом значимости конститутивного подхода к этим явлениям.

Литература

1. Гидденс Э. Ускользающий мир: Как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004. 120 с.
2. Бауман З. Глобализация: Последствия для человека и общества. М.: Весь мир, 2004. 188 с.
3. Апель К.-О. Коммуникативное сообщество как трансцендентальная предпосылка социальных наук // Апель К.-О. Трансформация философии. М.: Логос, 2004. С. 193–236.

4. *Йоас Х.* Креативность действия. СПб.: Алетейя, 2005. 320 с.
5. *Хабермас Ю.* Демократия. Разум. Нравственность. М.: Наука, 1992. 175 с.
6. *Луман Н.* Медиа коммуникации. М.: Логос, 2005. 280 с.
7. *Дебре Р.* Введение в медиологию. М.: Праксис, 2009. 368 с.
8. *Кириллова Н.Б.* Медиалогия как синтез наук. М.: Академ. проект, 2013. 366 с.
9. *Клягин С.В.* Человек как медиа в динамике политического пространства // Вестн. РГГУ. Сер. «Политология. История. Международные отношения. За- рубежное регионоведение. Востоковедение». 2015. № 6 (149). С. 13–25.
10. *Клюканов И.* Коммуникативный универсум. М.: РОССПЭН, 2010. 256 с.
11. *Клюканов И.* Сообщение и забытие. М.: СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2018. 286 с.
12. *Страус А., Корбир Дж.* Основы качественного исследования. М.: УРСС, 2001. 256 с.
13. *Маклюен М.* Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: КАНОН-пресс-Ц, 2003. 464 с.
14. *McLuhan M.* Understanding Media. N. Y.: McGraw-Hill, 1964. 359 p.
15. *McLuhan M., Fiore Q.* The Medium is the Massage. Harmondsworth: Penguin, Pen- guin Books, 1967. 406 p.
16. *Чубаров И.* Медиа, медианаука и философия медиа // Логос. 2015. Т. 25. № 2 (104). С. 92–105.
17. Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. URL: www.etymonline.com (дата обращения 16.11.2018).
18. The American heritage dictionary of the English language / Ed. by W. Morris. Bos- ton: Houghton Mifflin Harcourt; New college edition, 1986. 1550 p.
19. *Fuller M.* Media Ecologies. Materialist Energies in Art and Technologies. L.: MIT Press, 2007. 265 p.
20. *Kittler F.* Discourse Networks, 1800/1900. Stanford University Press, 1990. 459 p.
21. Sensorium Journal. Vol. 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://liu.se/sensorium/a-medium-is-a-medium-is-a-medium-2/> (дата обращения 16.11.2018).
22. Эмманюэль Левинас: Путь к другому / Ред. Н.В. Голик, И.Н. Зайцев, О.К. Кош- милов и др. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2006. 236 с.
23. *Рансьер Ж.* На краю политического. М.: Праксис, 2006. 240 с.
24. *Жеребкин С.* Нестабильные онтологии в современной философии. СПб.: Але- тейя, 2013. 349 с.
25. *Жижек С.* Устройства разрыва: Параллаксное видение. М.: Европа, 2008. 516 с.
26. *Урри Дж.* Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI сто- летия. М.: Издат. дом Высшей школы экономики, 2012. 336 с.
27. *Харман Г.* Имматериализм: Объекты и социальная теория. М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2018. 153 с.
28. Философия коммуникации: Теоретико-методологические аспекты / Под ред. С.В. Клягина, О.Д. Шипуновой. СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2017. 272 с.
29. *Гавра Д.П.* Основы теории коммуникации: Учеб. для академ. бакалавриата 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2016. С. 262–273.
30. Современные коммуникативные науки: социальные практики как совмести- ность слова / Отв. ред. А.П. Логунов. М.: УРСС, 2014. 197 с.
31. Политическое проектирование в пространстве социальных коммуникаций: Материалы XI Междунар. науч. конф., Москва, РГГУ, 28 окт. 2016 г. / Отв. ред. А.П. Логунов. М.: Мир философии, 2016. 477 с.

References

1. Giddens A. Runaway World. Moscow: Ves' mir Publ.; 2004. 120 p. (In Russ.)
2. Bauman Z. Globalization: The Human Consequences. Moscow: Ves' mir Publ.; 2004. 188 p. (In Russ.)
3. Apel K-O. Communicative community as a transcendental premise of social studies. V: Apel K-O. Transformation of the Philosophy. Moscow: Logos Publ.; 2004. p. 193-236. (In Russ.)
4. Joas H. Creativeness of Action. Sankt-Peterburg: Aleteia Publ.; 2005. 320 S. (In Russ.)
5. Habermas J. Democracy. Mind. Moral. Moscow: Nauka Publ.; 1992. 175 p. (In Russ.)
6. Luhnam N. Medium of the Communication. Moscow: Logos Publ.; 2005. 280 p. (In Russ.)
7. Debray R. Introduction into the medialogy. Moscow: Praxis Publ.; 2009. 368 p. (In Russ.)
8. Kirillova N. Mediology as the Synthesis of Sciences. Moscow: Akademicheskii proekt Publ.; 2013. 366 p. (In Russ.)
9. Klyagin SV. A Man as the medium in the Political Space Dynamics. *RSUH/RGGU Bulletin. Series "Political Science. History. International Relations. International relations. Area Oriental Studies"*. 2015;6:13-25. (In Russ.)
10. Klyukanov I. The Communicative Universe. Moscow: ROSSPEN Publ.; 2010. 256 p. (In Russ.)
11. Klyukanov I. Message and Forgetting. Moscow; Sankt-Peterburg: Tsentr gumanitarnykh initsiativ Publ.; 2018. 286 p. (In Russ.)
12. Strauss A., Corbin J. Basics of Qualitative Research. Moscow: URSS Publ.; 2001. 256 p. (In Russ.)
13. McLuhan M. Understanding media. External Human Extensions. Moscow: KANON-press-Ts Publ.; 2003. 464 p. (In Russ.)
14. McLuhan M. Understanding Media, New York: McGraw-Hill, 1964. 359 p.
15. McLuhan M., Fiore Q. The Medium is the Massage. Harmondsworth: Penguin, Penguin Books, 1967. 406 p.
16. Chubarov I. Media. Media Science and Media Philosophy. *Logos*. 2015;2:92-105. (In Russ.)
17. Online Etymology Dictionary [Internet]. [data obrashcheniya 16 Nov. 2018]. URL: www.etymonline.com
18. Morris W., ed. The American heritage dictionary of the English language. Boston: Houghton Mifflin Harcourt; New college edition, 1986. 1550 p.
19. Fuller M. Media Ecologies. Materialist Energies in Art and Technologies. London. MIT Press, 2007. 265 p.
20. Kittler F. Discourse Networks, 1800/1900. Stanford University Press, 1990. 459 p.
21. Sensorium Journal. Vol. 1 [Internet]. [data obrashcheniya 16 Nov. 2018]. URL: <https://liu.se/sensorium/a-medium-is-a-medium-is-a-medium-2/>
22. Golik NV., Zaitsev IN., Koshmilo OK. eds. Emmanyuel' Levinas: The Way to the Other. Sankt-Peterburg: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta Publ.; 2006. 236 p. (In Russ.)
23. Ranciere J. At the boundary of the politic. Moscow: Praxis Publ.; 2006. 240 p. (In Russ.)
24. Zherebkin S. Unstable Ontologies in the Modern Philosophy. Sankt-Peterburg: Aleteia Publ.; 2013. 349 p. (In Russ.)

25. Zizek S. The instruments for social gaps. The Parallacs Vision. Moscow: Evropa Publ.; 2008. 516 p. (In Russ.)
26. Urry J. Sociology beyond societies. Mobility types for the 21st century Moscow: Izdatel'skii dom Vysshei shkoly ekonomiki Publ.; 2012. 336 p. (In Russ.)
27. Harman G. Immaterialism. Objects and Social Theory. Moscow: Izdatel'stvo Instituta Gaidara Publ.; 2018. 153 p. (In Russ.)
28. Klyagin SV., Shipunova OD, eds. Philosophy of Communication. Theoretical and Methodological Aspects. Sankt-Peterburg: Izdatel'stvo Politekhnicheskogo universiteta Publ.; 2017. 272 p. (In Russ.)
29. Gavra DP. Fundamentals of Communication Theory. A Textbook for Academic Baccalaureate. Moscow: Yurait Publ.; 2016. p. 262-73. (In Russ.)
30. Logunov AP., ed. The modern communication studies. Social practices as word consistency. Moscow: URSS Publ.; 2014. 197 p. (In Russ.)
31. Logunov AP., ed. Political Projecting in the Social Communication Space: Proceedings of the XI International Conference. Moscow, RGGU/RSUH, October 26, 2016. Moscow: Mir filosofii Publ.; 2016. 477 p. (In Russ.)

Информация об авторе

Сергей В. Клягин, доктор философских наук, профессор, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125993, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия; Россия, 125993, Москва, Ленинградский проспект, д. 49; sklyagin@gmail.com

Information about the author

Sergey V. Klyagin, Dr. in Philosophy, professor. Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya sq., Moscow, Russia, 125993; Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, bld.49, Leningradski av., Moscow, Russia, 125993; sklyagin@gmail.com