

УДК 316.77:088 ББК 76.006.5

DOI: 10.17748/2075-9908-2016-8-4/2-76-82

НЕМЕЦ Георгий Николаевич
Кубанский государственный университет
Краснодар, Россия
nemets-reklama@mail.ru

Georgii N. NEMETS
Kuban State University
Krasnodar, Russia
nemets-reklama@mail.ru

**ФЕНОМЕНОЛОГИЯ ЭССЕИЗАЦИИ
СОЦИАЛЬНОГО МЕДИАДИСКУРСА:
СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ (НА ПРИМЕРЕ РАБОТ
М. МАКЛЮЭНА, Н. ЛУМАНА И Ю. ХАБЕРМАСА)**

**PHENOMENOLOGY OF SOCIAL MEDIA-
DISCOURSE ESSAYING: STRATEGIES AND
TACTICS (ACCORDING THE WORKS OF M.
MCLUHAN, N. LUMAN AND J. HABERMAS)**

Феномен социального медиадискурса представляет собой совокупность коммуникативных ситуаций, описывающих основные тенденции и проблемы влияния средств массовых коммуникаций на современное общество. Проблемное поле медиапедагогики складывается вокруг понятий «медиаграмотность» и «медиакомпетентность». В статье ставится вопрос о необходимости ее понимания с позиций феноменологии и герменевтики. Герменевтический круг медиапедагогики эксплицирует такие концепты, как «медиапонимание» и «медиаинтерпретация». В работах социологов масс-медиа, представляющих собой эссеизированные научные тексты, подробно описан данный круг проблем. Дидактический потенциал работ М. Маклюэна, Н. Лумана и Ю. Хабермаса определяется их аналитичностью, ассоциативной образностью и ценностным содержанием, репрезентирующим идеалы добра и справедливости в современном демократическом обществе. Феноменология эссеизации социального медиадискурса заключается в разграничении таких явлений, как «социальная/массовая идентичность», «медиафакт/медиамиф», «консервация/либерализация социальных отношений», «качество/социальные риски медиапотребления». Конструирование медиасознания происходит посредством медиатекстов, формирующих современную медиакультуру. Результаты данного исследования могут быть использованы при чтении курсов «Основы теории коммуникации», «Социология массовой коммуникации», «Психология массовых коммуникаций» для студентов-бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью».

Phenomenon of social media-discourse consists a lot of communicative situations, describing basic tendencies and problems of influence of mass communications on society. In this case, we can define the mass-media system as an implicit-educational environ. The problem field of media pedagogy develops around the concepts "media literacy" and "media competence". It is described in article the question of need of her understanding from positions of phenomenology and a hermeneutics. The hermeneutical circle of media pedagogy reveals such concepts as "media understanding" and "media interpretation". In the works of mass media sociologists, which are essayed science texts, are described in detail this range of problems. Didactic potential of the works of M. McLuhan, N. Luhmann, and J. Habermas is defined by their analyticity, associative imagery and axiological content, representing the ideals of goodness and justice in a contemporary democratic society. The phenomenology of an essaying of a social media discourse consists in differentiation of such phenomena as "social/mass identity", "media fact/media myth", "preservation/liberalization of the social relations", "quality / social risks of media consumption". Designing of media consciousness happens by means of the media texts forming modern media culture. The results of this researching can be used when reading courses «Basic theories of communications», «Sociology of mass communications», «Psychology of mass communications» for the students-bachelors of educational direction «Advertising and public relations».

Ключевые слова: феноменология, дидактический потенциал, социальный медиадискурс, медиапедагогика, эссеизация социального медиапедагогического дискурса, медиапонимание, медиаинтерпретация, субъект медиапедагогики

Keywords: phenomenology, didactic potential, social media-discourse, media-pedagogic, essaying of social media-pedagogical discourse, media-understanding, media-exegetics, media-pedagogical subject

Современные медиаисследования стремятся к анализу эффективности медиасистем, выявляя, как правило, либо экономические, либо политические аспекты. Вместе с тем остаются несколько «за бортом» ракурсы взаимодействия медиасреды и общества в целом, медиасреды и отдельных индивидов и групп. В этом отношении на вопрос о характере социализации личности посредством mass-media и пытается ответить медиапедагогика как наука и практика.

А.А. Кондрашкина, раскрывая сущность педагогического потенциала медиаобразования, говорит о его многоаспектности: 1) гносеологический (познание закономерностей массовой коммуникации); 2) культурологический (анализ медиакоммуникации в системе массовой культуры); 3) коммуникативный (развитие коммуникативных компетенций массовой аудитории); 4) критический аспект (развитие критического мышления у массовой аудитории). Отсюда следует, что медиаобразование стремится к формированию у массовой аудитории аксиологических концептов, выступающих в качестве нормативных и культурно-ценностных критериев «отбора и усвоения информации, циркулирующей в медийном пространстве» [1, с. 4, 11].

Интересна мысль Д.И. Орлова о средствах массовой коммуникации как о ресурсе «педагогического взаимодействия с личностью». Он говорит об их эффективности в плане педагогического потенциала, представленного его следующими видами: 1) ценностно-ориентационный (овладения личностью социально полезными знаниями); 2) информационно-деятельностный (включение личности в социально направленную деятельность); 3) эмоционально-

коммуникативный (приобретение личностью опыта положительных переживаний в результате социально направленной деятельности); 4) интегративный (формирование общности взглядов на природу оценок тех или иных событий, мнений, оценок, субъектов) [2, с. 12-13].

Раскрывая коммуникативно-компетентностный аспект медиапедагогики, некоторые ученые приходят к выводу о необходимости развития способности у подрастающего поколения «интерпретировать, трактовать и критически оценивать медиатексты», развивая систему как обязательного, так и дополнительного образования, направленного на развитие медиаграмотности и повышение медиакомпетентности [3, с. 10], показателями развития которой, по мнению Т.И. Мясниковой, выступают знания о медиа (1), медиапотребление (2), медиакритика (3) и медиаконструирование (4). Это дает возможность говорить о некоем герменевтическом круге медиапедагогической коммуникации: первые две отвечают за **медиапонимание**, а вторые две – за **медиаинтерпретацию** [4, с. 9].

Исследователи традиционно воспринимают медиакommunikацию как «процесс создания, трансляции, обмена информацией между медиа в индивидуальном, групповом, массовом формате по различным каналам с помощью различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных, аудиальных, визуальных)» [5, с. 295]. При этом система массовых коммуникаций (и в узком смысле – СМИ) способна влиять на формирование картин мира различных уровней, что формирует во многом деонтологическое поле современной журналистики и иных социальных коммуникаций (реклама, пропаганда, связи с общественностью) [6, с. 32]. Сам факт изучения человека в медиапространстве наиболее системно интерпретирован в теории и практике медиаобразования, куда, безусловно, входят «освоение языка средств массовой информации, овладение способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств и современных информационных технологий» [7, с. 255].

Выработка необходимых медиакомпетенций сопровождается формированием дискурса как совокупности стереотипных социальных ситуаций, выраженных, как правило, системой естественного языка или подчеркивающих характер определенной предметной области. По мнению Г.Н. Манаенко, дискурс представляет собой совокупность денотативных ситуаций, находящих свое отражение в системе естественного языка. При этом любой дискурс стремится «к порождению текста как материального объекта, участвующего в формировании той или иной информационной среды или деятельности» [8, с. 149]. Одним из видов творческого тексто-/дискурсо-порождения выступает эссеизация как тип креативного мышления.

М. Эпштейн полагает, что процесс эссеистического мышления движется от сформулированных вопросов по определенной проблеме, продолжается развернутыми предложениями, которые формируют целостный текст-размышление. При этом сам процесс не имеет «заранее установленного метода». Вместе с тем задачей этого типа мышления является, с одной стороны, создание новых концепций, а с другой – выработка новых «дискурсов знания», способных определять методологические контуры все новых и новых предметных областей, требующих системного понимания и интерпретации. В этом случае «полнота феноменологического описания» совмещается с использованием «деконструктивного анализа», что позволяет системно определить то, что не было определено ранее. Наивно при этом полагать, что происходит банальная смена центра и периферии в понимании устоявшихся понятий и концептов: само ассоциативно-образное мышление субъекта способно воспроизводить готовые когнитивные структуры, выступающие в качестве когнитивных заготовок, пре-конструктов нового социального знания [9, с. 717, 726, 730].

Специфика эссеизации, по мнению Л.Г. Кайда, заключается не только в субъективации повествования, но и в его ассоциативной образности. При этом позиция «Я» становится не только речевой рамкой, но и «позицией», «ответственным мнением» пишущего субъекта [10, с. 142]. Традиционно процессу эссеизации подвергаются литература, литературная критика и публицистика. В результате мы получаем множество эссеизированных текстов, представляющих определенного рода стилистические гибриды (эссеизированный очерк, роман-эссе, эссеизированная литературная рецензия), в которых аналитическое целое является результатом эссеистического переживания.

Вместе с тем эссеистические переживания свойственны во многом не только художественному и публицистическому дискурсу, но и научному. Нередко сами ученые-исследователи стремятся донести свои взгляды в виде глубоких эссеистических размышлений, представленных в относительно свободной жанрово-композиционной форме. Это могут быть дневники, частная переписка, путевые очерки, разнообразные культурологические и социологические эссе, в которых представлен необычный взгляд на вполне, казалось бы, обычную и разрешимую проблему. Вместе с тем, ввиду доступности некоторых из них для широкого читателя, они способны выполнять еще одну функцию – популяризаторскую, как науки в целом, так и определенной ее предметной области. При этом коммуникативная специфика эссеизированного дискурса

заключается в том, что интерпретатор явлений действительности стремится их увидеть с ценностно-этической позиции. В связи с этим минимальными единицами эссеизированного дискурса выступают его структура и событие. Они не только обеспечивают соотносимость дискурса с действительностью и релевантным корпусом текстов, но и позволяют расширить границы познания в освоении определенных предметных областей [11, с. 202]

Иллюстративным материалом в данном исследовании послужили работы таких медиапедагогов, как Маршалл Маклюэн, Юрген Хабермас и Никлас Луман. Специфичность подборки текстов заключается в том, что, несмотря на их академичность и признание в мировой социологической науке, они написаны в жанре научно-критического эссе на медиапедагогическую тематику. Представленные дискурсы отражают определенные авторские ракурсы проблем социализации индивидов и общества в целом посредством масс-медиа.

Перейдем непосредственно к примерам.

Ракурс 1: Маршалл Маклюэн

Медиапедагогическая концепция Маршалла Маклюэна характеризуется ярко выраженной междисциплинарной направленностью и мультипарадигмальностью. Отчасти это связано с научными взглядами самого Маклюэна, стремящегося обозначить проблемы культурного масштаба: *media sapiens*, возникновение печатной культуры, мифология массовых коммуникаций, а также соотношение искусственного и естественного интеллекта.

Анализируя сознание современных *media sapiens*, Маклюэн актуализирует культурный миф о Нарциссе. Античный Нарцисс утратил собственную идентичность, взглянув на собственное отражение, что породило в дальнейшем бинарное восприятие мира, предопределив сословное понимание знака и значения. Нарцисс Маклюэна в процессе самопознания теряет собственную идентичность: «герой движется к обретению собственного «Я», его личность начинает раздваиваться». Иными словами, индивид способен обрести социальную идентичность, осознав свое собственное «Я», растворенное в массовом сознании. Следовательно, можно предположить, что процесс обретения той или иной идентичности является фактически ее потерей [12, с. 94].

Сам факт существования массовых коммуникаций во многом расширил сознание человека. Подобные расширения («extensions») представили новый тип сознания – *media sapiens*, который определяет и отождествляет в контексте современных медиа. Человек, по мнению Маклюэна, это «робот не только в личных рефлексках, но и в культурном поведении, и во всех реакциях на продолжение тела, которые мы называем технологиями» [13, с. 23]. В связи с этим процесс взаимодействия человека и массовых коммуникаций приводит не только к изменению границ социальной реальности субъекта, но и к постоянному воспроизводству тех образов повседневности, которые приводят информационного человека к бюрократизации его интеллектуального труда.

Информация, по Маклюэну, приобретает свойство мифологичности. Это проявляется и в том, что сама информация приобретает свойства материи, и в том, что само средство коммуникации выступает в качестве сообщения. Процесс воспроизводства этих сообщений представляет собой сферу неконтролируемых действий, поскольку реакции индивида во многом смешиваются с реакциями самого источника информации на общественную среду. При этом, по его мнению, довольно сложно «локализовать источник раздражения или как-то его избежать» [14, с. 50-51].

Коммуникативное воздействие на информационное общество можно представить в виде схемы: **Культура => Медиакультура => Media Sapiens => Медiateксты.**

Ракурс 2: Юрген Хабермас

В центре медиапедагогической концепции Юргена Хабермаса лежат две общефилософские проблемы – метафизических спекуляций и человеческой свободы. Данная проблематика широко представлена в таких его работах, как «Расколотый Запад» и «Будущее человеческой природы». Так, само спекулятивное освещение в СМИ значимых в мировом масштабе тем свидетельствует о невозможности правительства того или иного государства в полном объеме показать масштабы социального риска в разрешении данных проблем. По его мнению, более транспарентными в этом отношении являются масс-медиа Израиля, где «известно, что может случиться, если поехать на автобусе, пойти в магазин, на дискотеку, в учреждение». В то же время масс-медиа Европы и США не способны давать реалистические оценки кризисным ситуациям и ситуациям угрозы, более того, отсутствуют разграничения «по возможным зонам (регионам) рисков».

Первая заявленная проблема вполне логично порождает вторую – отсутствие социальной свободы *media sapiens*. В качестве возможного «противоядия» Хабермас предлагает ра-

зумную либерализацию отношений, отсутствие напряженности тематики СМИ, что в будущем будет способствовать в рамках повседневных коммуникативных практик созданию условий для «формирования капитала доверия». Более того, данный процесс ученый относит к «предпосылкам собственной политической культуры (населения)» [15, с. 11, 21].

Рассуждая о будущем человеческой природы в своей одноименной работе, Юрген Хабермас говорит о необходимости осознания человеком своей собственной индивидуальности. Свое рассуждение он подкрепляет аргументами в пользу того, что лишь в социальном измерении личность «способна отвечать за собственное поведение и устанавливать связи с другими личностями». В условиях же конфликта, как рекомендует Хабермас, необходимо постепенно переходить с позиций одной из конфликтующих сторон на позицию Наблюдателя, что создаст во многом условия для социального доминирования в обществе [16].

Коммуникативное воздействие на информационное общество можно представить в виде схемы: **Культура => Медиакультура => Общество => Media Sapiens => Медiateксты.**

Ракурс 3: Никлас Луман

Медиапедагогическая концепция Никласа Лумана традиционно в социологии считается более академичной, нежели концепции М. Маклюэна и Ю. Хабермаса, поскольку опирается на данные теоретической социологии. В своих работах «Общество как социальная система» и «Реальность масс-медиа» он рассматривает онтологические и гносеологические проблемы media sapiens. Им справедливо разграничены такие понятия, как «индивид» и «общество», как в историческом, так и в социально-культурном планах. Проблемное заострение методологического ракурса происходит за счет того, что «все индивидуальные особенности человека принадлежат обществу». В качестве аргумента приводится утверждение, что «со смертью отдельно взятого индивида общество не исчезает» [17, с. 18, 20, 23].

В работе «Реальность масс-медиа» Никлас Луман подробно описывает картину мира, создаваемую масс-медиа. Отмечая диалогическую природу коммуникации, он говорит о заведомо конвенциональном характере массовой коммуникации, поскольку «трудно определить актуально задействованный круг адресатов». Решая проблему «своей аудитории», СМИ регулируют проблему тематического наполнения и функциональными особенностями передаваемых сообщений. Современный media sapiens в этом случае должен различать темы и функции в структуре коммуникации. Получая данную способность, индивид может не только квалифицировать передаваемую информацию по критериям истинности / ложности, но и в отношении возможных социальных рисков в потреблении сообщений определенного типа.

Анализируя масштабы передаваемых сообщений в СМИ, Никлас Луман говорит об их локальности передачи и локализованности распространения. Он приводит пример факта, который имеет районный масштаб («собака укусила почтальона»). Для того чтобы этот факт приобрел дальнейшее социальное звучание и получил общественный резонанс, должны быть расширены границы реальности масс-медиа: «почтальона растерзала стая псов». Кроме того, для достижения максимального социального эффекта новости ее «удаление должно компенсироваться значимостью информации или ее странностью, эзотеричностью». Вместе с тем сенсационность подаваемой темы может идти в разрез с существующими принципами социальной этики. По мнению Никласа Лумана, современные массовые коммуникации «способны устанавливать этические принципы или хотя бы повышать моральный уровень общества».

Говоря о социальных рисках потребления медиапродуктов, Луман указывает на спекулятивность тона отдельных СМИ, которая выражается в некоем морализаторстве на показательных отрицательных примерах из социальной жизни. Это может, с одной стороны, усилить поляризацию этических оценок, а с другой – способствовать «размыванию моральных основ общества», поскольку герои публикаций в СМИ – всего лишь показательный пример, который не всегда является трендом или социальной тенденцией. В этом случае Никлас Луман говорит о «самораздражении общества», его «излишней моральной чувствительности» [18, с. 10, 24, 49, 54].

Коммуникативное воздействие на информационное общество можно представить в виде схемы: **Культура => Медиакультура => Общество => Социальные риски => Media Sapiens => Медiateксты.**

Вышеперечисленные концепции характеризуются разноаспектностью. Их дидактический потенциал заключается в том, чтобы показать принципы взаимодействия аудитории с институтом массовой коммуникации как имплицитной образовательной средой, способной как социализировать, так и рассоциализировать индивида. Функция медиапедагога в этом случае не ограничивается прогнозом развития медиасистемы в целом (**медиацентризм**): показана образовательная траектория развития media sapiens, характеризующаяся как с точки зрения общества (**социоцентризм**), так и с точки зрения индивида (**антропоцентризм**).

Медиапедагогику в этом отношении сложно назвать сухой теорией, поскольку взгляды ученых носят прогностический, проективный характер. Вместе с тем следует отличать угрозы, которые таит в себе информационное общество в целом, от угроз, которые транслирует непосредственно медиасистема. Следовательно, задачей медиапедагога служит возможность нахождения эффективных решений. Нередко в этом отношении становится более продуктивным знакомство не собственно с научными текстами, а с культурологическими и социологическими эссе, написанными на медийную тематику. Системное представление о вышеперечисленных концепциях можно представить в виде таблицы 1:

Таблица 1.

Table 1.

Медиапедагог	Методологическое основание	Проблема / ракурс	Вариант решения	Дидактический (медиаобразовательный) потенциал	Тип медиапедагогического воздействия
М. Маклюэн	Социология, культурология	Media sapiens в системе коммуникаций	«Самоампутация», ограничение потребления массовой информации	Принцип системности + принцип личностной ориентации	Гуманистический
Ю. Хабермас	Социология, этика	Media sapiens в системе этических отношений	Либерализация общественных отношений, корректировка тематики СМИ	Принцип вариативности + принцип личностной ориентации	Компромиссный
Н. Луман	Социология, этика, политология	Media sapiens в системе социальных рисков	Стремление квалифицировать сообщения масс-медиа с позиции возможных социальных рисков	Принцип системности + принцип научности	Прагматический

Как видно из таблицы, выбранные параметры оценки рассматриваемых эссеизированных медиапедагогических дискурсов способны отличаться как методологическим основанием рассмотрения той или иной проблемы, так и ролью медиасубъекта в пространстве общественных отношений. Различные типы медиапедагогического воздействия обусловлены соответствующей дифференциацией в сфере дидактики (доминирование тех или иных принципов), так и в сфере идеологии (либеральная, консервативная).

Таким образом, с опорой на вышесказанные положения мы пришли к следующим выводам:

1. Медиапедагогика как наука и практика по своей составной природе отвечает не только за процессы обучения и воспитания, осуществляемые посредством современных медиасистем. В когнитивном плане она отвечает за формирование знаний нового типа, создание новых дискурсов и онтологий, описывающих и понимающих уже существующие картины мира или их отдельные фрагменты. Медиапедагогика, в отличие от классической социологии, не стремится к анализу социальных явлений как таковых: эти явления и факты становятся частью идеологии определенной системы СМК. Медиапедагогика как одна из частных педагогик формирует в условиях информационного общества свою коммуникацию, элементами которой являются media sapiens (1), СМК как имплицитная образовательная среда (2), системы государственного управления (властного подчинения) (3) и общество в целом (4).

2. Конструирование медиапедагогического дискурса как научного дискурса эссеизированного типа происходит на основании выдвижений логики определенного набора гипотез, позволяющих определить специфику отношений media sapiens, СМК, власти и современного общества в целом. Медиапедагог как субъект создаваемого дискурса стремится не только к диагностике существующих и сосуществующих медийных картин мира, но и в проективном плане показывает основные тенденции развития современных медиасистем, влияющих на характер формирования ценностно-этических векторов развития современного человека.

3. По данным иллюстративного материала, эссеизированные медиапедагогические дискурсы могут быть интерпретированы по следующим критериям: 1) методологическое основание; 2) проблема / ракурс; 3) вариант решения проблемы; 3) дидактический потенциал; 4) тип медиапедагогического воздействия. Проанализированные дискурсы представляют собой кон-

цептuallyно-семиотические образования персонологического типа, позволяющие одновременно говорить об индивидуальности и о парадигмальности научно-критического мышления в медиа-педагогике последнего времени.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Кондрашкина А.А. Педагогический потенциал медиаобразования как фактора становления гражданского общества. Автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. – Н. Новгород: Нижегородский архитектурно-строительный университет, 2012. – 32с.
2. Орлов Д.И. Формирование у учащейся молодежи ценностного отношения к социальной деятельности средствами массовой коммуникации. Дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. – Кострома: Костромской государственный университет им. Н.А. Некрасова, 2014. – 211 с.
3. Кумелашвили Н.У. Социально-культурные ракурсы медиакультуры: коммуникативно-компетентностный аспект. Автореф. дис... канд. культурологии: 24.00.01. – М.: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2012. – 25 с.
4. Мясникова Т.И. Развитие медиакомпетентности студентов университета. Автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2011. – 24 с.
5. Шилина М.Г. Масс-медиа в XXI веке: новые теоретические и образовательные концепции как условие развития индустрии и безопасности информационного пространства // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22 (313). Филология. Искусствоведение. Вып. 81. – С. 293-296.
6. Минибаева С.В. Трансформация картины мира субъекта под влиянием СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22 (313). Филология. Искусствоведение. Вып. 81. – С. 30-33.
7. Челышева И.В. Человек в современном медиaprостранстве: социокультурные феномены медиаобразования // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. – № 22 (313). Филология. Искусствоведение. Вып. 81. – С. 254-260.
8. Манаенко Г.Н. Стереотипность «мира текста» и креативность «мира дискурса» // Стереотипность и творчество в языке. Межвузовский сборник научных трудов. – Пермь: Пермский государственный университет, 2010. – С. 149-155.
9. Эпштейн М. Знак пробела: О будущем гуманитарных наук. – М.: Новое литературное обозрение, 2004. – 864 с.
10. Кайда Л.Г. Композиционная поэтика текста: монография. – М.: Флинта; Наука, 2011. – 408 с.
11. Немец Г.Н. Эссеизация дискурса как коммуникативный процесс // Известия Сочинского государственного университета. – 2013. – № 4-2 (28). – С. 200-203.
12. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. – М.: Академический проект, 2015. – 443 с.
13. Маклюэн М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне. – М.: АСТ; Астрель, 2012. – 219 с.
14. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. – М.: Кучково поле, 2014. – 464 с.
15. Хабермас Ю. Расколотый Запад. – М.: Весь Мир, 2008. – 192 с.
16. Хабермас Ю. Будущее человеческой природы [Электронный ресурс] - URL: <http://gendocs.ru/v12455/?download2=file> [12.12. 2015].
17. Луман Н. Общество как социальная система / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Логос. 2004. – 232 с.
18. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А.Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.

REFERENCES

1. Kondrashkina A.A. Pedagogicheskiy potentsial mediaobrazovaniya kak faktora stanovleniya grazhdanskogo obshchestva. [Pedagogical potential of media-education as a factor of becoming of civil society]. Abstract of the thesis...candidate of pedagogic: 13.00.01. Nizhniy Novgorod: «Nizhniy Novgorod Architecture and Construction University», 2012. 32 p. (inRuss).
2. Orlov D.I. Formirovaniye u uchash'eysya molodezhi tsennostnogo otnosheniya k sotsialnoy deyatel'nosti sredstvami massovoi kommunikatsii. [Forming Young Students axiological attitude to the social activity using mass communications]. Thesis...candidate of pedagogic: 13.00.01. Kostroma: Kostroma State University, 2014. 211 p. (inRuss).
3. Kumelashvili N.U. Sotsial'no-kul'turniye rakursy mediakul'tury: kommunikativno-kompetentnostniy aspect. [Social-cultural foreshortenings of media-culture: communicative-competence dimension]. Abstract of the thesis...candidate of culturalogy: 24.00.01. Moscow: Russian Academy of National Economy and State Service under the President of Russian Federation, 2012. 25 p. (inRuss).
4. Miasnikova T.I. Razvitiye mediakompetentnosti studentov universiteta. [Developing of media-competence of university students]. Abstract of the thesis...candidate of pedagogic: 13.00.01. Orenburg: Orenburg State University, 2011. 24 p. (inRuss).
5. Shilina M.G. Massmedia v XXI veke: noviye teoreticheskiye i obrazovatel'niye kontseptsii kak usloviye razvitiye indusrii i bezopasnosti informatsionnogo prostranstva. [Mass-media in XXI century: new theoretical and educational conceptions as a condition of developing industry and safety of informational environ]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. [Bulletin of the Chelyabinsk State University]. 2013. № 22 (313). Philology. Arts. [Filologiya. Iskuststvovedenie]. No 81. Pp. 293–296. (inRuss).

6. Minibaeva S.V. Transformatsia kartiny mira subjekta pod vliyaniem SMI. [Transforming of World Picture of Subject under influence of Media]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Chelyabinsk State University]. 2013. № 22 (313). Philology. Arts. [Filologiya. Iskuststvovedenie]. No 81. Pp. 30-33. (inRuss).
7. Chelysheva I.V. Chelovek v sovremennom mediaprostranstve: sotsiokul'turniye fenomeny mediaobrazovaniya. [The Man in the Modern Media-Space: social-cultural phenomena of media-education]. Bulletin of the Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. [Bulletin of the Chelyabinsk State University]. 2013. № 22 (313). Philology. Arts. [Filologiya. Iskuststvovedenie]. No 81. Pp. 254-260. (inRuss).
8. Manayenko G.N. Stereotipnost' «mira teksta» i kreativnost' «mira diskursa». Stereotipnost' i tvorchestvo v jazyke. Mezhevuzovskiy sbornik nauchnykh trudov. [Stereotype of «World of Text» and creativity of «World of Discourse».. Stereotype and creativity in language. Interuniversity collection of scientific papers]. Perm': «Perm' State University», 2010. Pp. 149-155. (inRuss).
9. Epshtein M. Znak Probela: O budush'em gumanitarnykh nauk. [The Sign of Space: About Future of Humanitarian Sciences]. Moscow: Novoe Literaturnoye Obozreniye, 2004. 864 p. (inRuss).
10. Kaida L.G. Kompozitsionnaya poetika teksta: monografiya. [The compositional poetics of the text: monography]. Moscow: Flinta, 2011. 408 p. (inRuss).
11. Nemets G.N. Esseizatsiya diskursa kak kommunikativniy protsess. [Essaying of discourse as communicative process]. Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta. [Bulletin of Sochi State University]. 2013. №4-2 (28). Pp. 200-203. (inRuss).
12. McLuhan M. Galaktika Gutenberga. Stanovlenie cheloveka pechatayush'ego. [The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man]. Moscow: Akademicheskii Proekt, 2015. 443 p. (inRuss).
13. McLuhan M., Fiore Q. Voina i mir v global'noy derevne. [War and Peace in the Global Village]. Moscow: AST; Astrel', 2012. 219 p. (inRuss).
14. McLuhan M. Ponimanie media: Vneshniye rashirenija cheloveka. [Understanding Media: The Extensions of Man]. Moscow: Kuchkovo pole, 2014. 464 p. (inRuss).
15. Habermas J. Raskolotiy Zapad. [Divided West]. Moscow: Ves' Mir, 2008. 192 p. (inRuss).
16. Habermas J. Budush'eye chelovecheskoy prirody. [The Future of Human Nature]. Available at URL: <http://gendocs.ru/v12455/?download2=file>, accessed 12.12.2015. (inRuss).
17. Luhmann N. Obshestvo kak sotsial'naya sistema. [Society as a social system]. Moscow: Logos. 2004. 232 p. (inRuss).
18. Luhmann N. Real'nost' massmedia. [Mass-media reality]. Moscow: Praxis, 2005. 256 p. (inRuss).

Информация об авторе

Немец Георгий Николаевич, кандидат филологических наук, доцент, кафедра рекламы и связей с общественностью, Кубанский государственный университет, г. Краснодар, Россия
nemets-reklama@mail.ru

Получена: 23.07.2016

Для цитирования статьи: Немец Г.Н. Феноменология эссеизации социального медиадискурса: стратегии и тактики (на примере работ М. Маклюэна, Н. Лумана и Ю. Хабермаса).

Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Том. 8. № 4. Часть 2. с. 76-82.
doi: 10.17748/2075-9908-2016-8-4/2-76-82.

Information about the author

Georgii N. Nemets, Candidate of philology, Associate Professor, Advertising and Public Relations Department, Kuban State University, Krasnodar, Russia
nemets-reklama@mail.ru

Received: 23.07.2016

For article citation: Nemets G.N. Fenomenologiya jesseizatsii social'nogo mediadiskursa: strategii i taktiki (na primere rabot M. Maklujena, N. Lumana i Ju. Habermasa). [Phenomenology of social media-discourse essaying: strategies and tactics (according the works of M. McLuhan, N. Luman and J. Habermas)] Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mys'l = Historical and Social Educational Ideas. 2016. Vol . 8. no. 4. Part. 2. Pp. 76-82.

doi: 10.17748/2075-9908-2016-8-4/2-76-82. (in Russian)