

УДК 008:130.2:316.28 (Цивилизация. Культура. Прогресс / Философия культуры. Системы культуры.  
Культурологические учения / Теория коммуникации)

## ЦИФРОВЫЕ МЕДИА В ГУМАНИТАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

© 2023 Ляо Я.

Ляо Яньни, аспирант факультета искусств

E-mail: [sevenflower@vip.qq.com](mailto:sevenflower@vip.qq.com)

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова  
Москва, Россия

Статья посвящена научной дискуссии, развернувшейся в современной гуманитаристике вокруг понятия «цифровые медиа». Автор анализирует исследования феномена «медиа» в трудах представителей разных научных направлений, уточняет само понятие, выявляет теоретические основы цифровых медиа, соотносит феномены «цифровые медиа» и «новые медиа», прослеживает формирование новых гуманитарных наук – Digital Humanities и медиафилософии. Автор приходит к выводу, что под цифровыми медиа следует понимать совокупность культурных объектов и технологических инструментов, первые из которых сгенерированы, растиражированы или созданы при помощи вторых, основанных на использовании цифрового формата. На сегодняшний день самым прогрессивным (инновационным) техническим способом создания (генерирования, копирования, тиражирования) является цифровой метод, а это означает, что главным квалификационным признаком в понятии «цифровые медиа» становятся цифровые технологии. Следовательно, «новые медиа» в настоящий момент аналогичны «цифровым медиа». Предполагается, что дальнейшая техническая эволюция в какой-то момент «сотрет» между ними знак равенства. Таким образом, понятия «медиа», «новые медиа» и «цифровые медиа» на данный момент являются «хронически открытыми» понятиями с академически неустоявшимися критериями и градацией. Их понимание в системе гуманитарных знаний носит конвенциональный характер. Дополнение и уточнение в данном случае зависит не только и не столько от количества и качества исследований, сколько от выбранного исследовательского «поля» с конкретизацией его цели.

*Ключевые слова:* медиа, цифровые медиа, новые медиа, коммуникация, культура, медиафилософия  
DOI: 10.37313/2413-9645-2023-25-88-87-93

*Введение.* Понимая информационное пространство как континуум вариантов человеческой деятельности в семантическом контексте, отметим, что оно имманентно присуще общественному развитию. Другое дело, что информационное пространство эволюционировало достаточно длительный период и было отчасти локализованным, что не придавало ему глобального значения и носило отпечаток региональной сингулярности.

При этом, по мнению Ю.М. Лотмана, «культура, являясь сложной семиотической системой, целостна и уникальна, никогда не являлась замкнутой, поскольку, обращаясь к прошлому опыту и опыту других культур, выполняя свою основную функцию (память), способна адаптировать элементы иной культуры, поскольку среди ее основных черт – накопление. <...> Однако культура – не склад информации. Это чрезвычайно сложно организованный механизм, который хранит информацию, постоянно вырабатывая для этого наиболее выгодные и компактные

способы, получает, зашифровывает и дешифровывает сообщения, переводит их из одной системы знаков в другую» [14, с. 228].

Техническая революция XX в. привела к развитию коммуникационных технологий, естественных изменений в большинстве сфер социального бытия, с соответствующей трансформацией информационного пространства и его глобализацией.

В этом едином информационно-коммуникационном пространстве посредством ИТ-технологий осуществляется оперативное внедрение социокультурных моделей, ценностных приоритетов метаморфозы креативной практики в соответствующий продукт с общим доступом. По сути дела, инновационные средства коммуникации сформировали новую среду обитания человека, в том числе с выходом за рамки виртуального пространства, став составляющей масштабных социокультурных изменений.

Изменение и расширение форм коммуникативных каналов, основанное на развитии информационных технологий, проникая во все сферы жизни общества, оказывает свое воздействие и на

культуру, создавая пространство глобальной культуры.

Глобализирующаяся до всемирных масштабов культура не только подвергается внешнему воздействию при синтезе с другими культурами, но и под влиянием новых цифровых технологий обогащается новыми средствами выразительности, все более подчиняясь элементам мультимедийности.

Оба упомянутых фактора влияния на культуру нашли свое отражение в расширении цифровых технологий и на данный момент уже не просто имеют свою историю, а прошли стадию от изучения «киберпространства» до создания новых гуманитарных наук Digital Humanities и медиафилософии [18].

Однако, как это отмечают некоторые исследователи [21], скорость изменений в современной реальности такова, что не позволяет ученым накопить достаточный опыт для установления точных, академически принятых терминов и определений гуманитарных предметов.

Тем не менее, для проведения нашего исследования требуется уточнение и систематическое обоснование некоторых взаимосвязанных феноменов и терминов, с необходимостью обращения к иным гуманитарным наукам.

Поскольку главным образом инновационные технологии способствуют созданию единого медиапространства с соответствующим требованием к формату культурных объектов, возникает необходимость детального анализа термина «цифровые медиа» в контексте культурной парадигмы, а также сопоставлении его с сопутствующим термином «новые медиа» [19].

Логика исследования указывает на необходимость определения термина «медиа» с этимологической точки зрения. Данное слово имеет латинские корни с отсылкой к слову «medium» (middle, medium, mean), которые означают «середина, среднее, посредник, медиум» [2, с. 514]. При этом такое толкование дают словари философских терминов с отсылкой к употреблению в значении «посредник» в работах Фомы Аквинского и Блаженного Августина, где слова «mean» и «medium» они употребляют при трактовании роли Иисуса как проводника божественных истин [12].

Наделяя анализируемый термин главной определяющей чертой – посредничество – его связывают с герменевтикой, в смыслах искусства

толкования и течения в философии. Эту мысль находим в работе Августина: «Меркурий означает самую речь, как показывают толкования его имени, ибо Меркурий как бы бегающий посредник, назван так оттого, что речь между людьми перебегает от одного к другому» [5, с. 360-361].

Англо-русский словарь терминов коммуникативистики определяет «медиа» как средства связи и передачи информации (трактуя понятие как «средство, способ») и, определяя эти средства во множестве видов «от древних узелковых писем до современных глобальных информационных контентов, выделяет в особую категорию «масс-медиа» [8, с. 200].

Изучение феномена «медиа» привело к возникновению новой отрасли философии – медиафилософии, которая стала развиваться с конца 90-х гг. XX в. и направлена на абстрактное и фундаментальное понимание данного феномена, а также феноменов «медиапространство» и «медиареальность».

*История вопроса.* В парадигме медиафилософии феномен «медиа» воспринимается как среда, возникают термины «медиасреда» и – близкое по значению – «медиапространство». Р.С. Исмагилов считает, что в целом для медиафилософии характерно расширение значения «медиа» от аппаратного (технологического) понимания до формулы «все есть медиа» на основе того, что средства коммуникации вне человека, а медиа – внутри [9].

Культурологическая теория, основываясь на конвенциональности социального знания индивида и сообщества, трактуют термин «медиа», с точки зрения Н.А. Кабацкова, как:

- технологическую основу отдельных индустрий и экономики в целом;
- компонент осознания человека в качестве участника социальной коммуникации («Я» - «Мы» - «Они»);
- ресурс воспроизведения отдельного индивида в качестве социального субъекта [10, с. 53].

*Методы исследования.* В данной работе, кроме обзора научной литературы, мы прибегли к методу сравнительного анализа, структурированного наблюдения и индуктивного обобщения.

Таким образом, понятие «медиа» в самом общем виде определяется в разных гуманитарных науках как посредник в передаче сообщения от коммуникатора к реципиенту. Из установок дан-

ного понятия вытекает, что медиа может являться любой элемент человеческого мира, как социальный институт (например, СМИ), так и древний артефакт (например, наскальные рисунки). Медиа «доносят» информацию как до конкретного индивида, так и до множества людей, и, в конечном счете, влияют на человеческое общество и всю его социальную историю.

На рубеже XIX-XX вв. рост аналоговых аудио- и визуальных технологий (фотография, кино, телефон, граммофон и т.д.) вызвали рост дискуссий в философии. Относя вышеуказанные новинки к новым коммуникативным каналам, философы Франкфуртской школы первыми обратили на них особое внимание. В работах Т. Адорно, В. Бенямина, М. Хоркхаймера, Ю. Хабермаса, Г. Маркузе аналоговые медиа рассматривались как разрушающие уникальность произведений искусства и ведущие к кризису культуры, переходу к «индустрии культуры», поскольку являются в первую очередь носителем признака «массовости».

В трактовках Т. Адорно технические медиа создают отчуждение публики от культуры, являются источником искажения мировоззренческих установок, делая человека «социальной марионеткой» [1]. Такого же мнения придерживался Г. Маркузе, подразумевая, что данные медиа являются развлекательным феноменом и тиражируют «суррогаты искусства» [17]. На культурные перемены в своих работах обращал внимание Бенямин, отмечая, что культурные ценности лишаются ценностной составляющей, «ауры уникальности» [4].

Для указанных исследователей (за исключением В. Бенямина, который изучал влияние на культуру) роль данных медиа была важна только с точки зрения инструментария для властвования, поскольку велика возможность влиять через массовые каналы на формирование мышления и мировоззрения людей. Данная политизированность восприятия медиа концептуально сужала понимание медиа в современном обществе.

В последующих концепциях коммуникации феномен «медиа» в основном воспринимался как канал и коммуникация. Это отражено в социальной антропологии У. Перри и Э. Хэвлока, в математических и кибернетических теориях К. Шеннона, Г. Лассуэлла, Н. Винера, в социально-психологических теориях П. Лазарсфельда и Р. Мертона.

Можно назвать «прорывным» исследованием теорию М. Маклюэна, отраженную в работах «По-

нимание Медиа» и «Галактика Гуттенберга: Сотворение человека печатной культуры». Возникло новое понимание термина «медиа», которое до этого ассоциировалось только с массовой культурой, что позволило исследователям посмотреть сквозь призму новой доктрины истории и теории культуры.

Теория М. Маклюэна основана на том, что человеческая история меняется вместе с медиа, поскольку ее качественные сдвиги связаны с появлением новых средств коммуникации. Так, благодаря письменности, стало возможным преодолеть изолированность человеческих сообществ, связав разрозненное в единый организм. Книгопечатанье стало следующей ступенью, затем от книги человечество перешло к экрану. Телевидение дало массовость и наднациональность сообщений, что, по мнению Маклюэна, стало новой эрой человеческой истории. Таким образом, медиа определены как ключевой элемент трансформации социальной субстанции – общества: «... средство коммуникации определяет и контролирует масштабы и форму человеческой ассоциации и человеческого действия» [16, с. 11].

Авторству М. Маклюэна принадлежит понятие «глобальная деревня» («global village»), ставшее устойчивым выражением в качественном отображении современного мира с его информационным обществом, где медиа – сообщения, и его основополагающей фразой «medium is the message» («средство информации является сообщением»). Исследователь его творчества, Ч.А. Болдуин, считал, что вся теория медиа М. Маклюэна заключена в этой фразе [22]. Другой исследователь, М. Федерман, отмечал, что фраза имеет и иной смысл: «Новое средство коммуникации несет новый тип информации» [23]. Это утверждение вытекает из утверждения М. Маклюэна: «...содержание средства коммуникации – это всегда другое средство коммуникации» [16, с.8].

Обратим внимание на тот факт, что в своей работе М. Маклюэн провел классификацию медиа: к первичным отнес речь, мимику, жесты, то есть те, которые не требуют дополнительных приспособлений для отправителя и получателя; ко вторичным – письменность, книгопечатанье, флажковый семафор, т.е. то, что требует от передающей стороны дополнительных технических средств; к третьим отнесены те, что не могут функционировать без технических средств (телефон, телеграф, граммофон и т.д.).

Теорию М. Маклюэна критиковали за афористичность и «поэтизацию» языка, превышающие

философскую составляющую. Основатель и теоретик медиологии Р. Дебре довольно эмоционально оценил его труды: «... хотя верно, что Маклюэн мыслитель проницательный и интуитивный, но совсем не строгий, употребляет термин "медиум" вкривь и вкось, но упрощенную мысль все-таки нельзя назвать идиотической» [6, с. 66]. Несмотря на это, Маклюэн признан одним из ученых, вставших у истоков синкретичности научных исследований, а также одним из основателей медиологии и медиафилософии.

Гуманитарная парадигма концентрирует внимание не на каналах связи, а на контактах, где медиа отвечает за понимание, смыслы. Тот же Р. Дебре, критикуя и анализируя теорию М. Маклюэна, все же развивает ее более широко. Он выводит понятие «медиафера», которая, по его мнению, «дает приют» автономным культурным экосистемам. Возникновение «нового носителя», по мнению Дебре, не приводит к немедленному уничтожению предыдущего, так и медиафера реконструирует на собственных условиях, а не «изменяет» предыдущую. Переход от одной медиаферы в другую происходит посредством «революции в машинах», при этом затронуты не только технические, но и социальные аспекты. Одним из условий технической революции Дебре называет «благоприятную культурную среду» [6, с. 82-83].

Выделение понятий «медиафера» и «медиасреда» особенным образом исследуется в ноосферной парадигме (В.И. Вернадский, Э. Леруа) в которой медиафера рассматривается как часть ноосферы, где информационные сущности ожидают субъект, который будет интерпретировать и декодировать, то есть ожидают деятельности человека по отношению к ней.

В основе лингвистической традиции лежат разработки Ф. де Соссюра, который определяет язык (не тождественен речи) как особую знаковую систему, код. Такое изучение языковых структур позволяет выявлять смысловые алгоритмы, общие для индивидов в определенном обществе.

Исследуя знаки и знаковые системы, Р. Барт создал теорию о возникновении мифа как вторичной знаковой системы, порождающей новые смыслы [3]. Сближаясь в этой части с представителями Франкфуртской школы, он трактует функции мифа (заменяя им понятие медиа) как способ

воздействия через медиа на современное общество. Исследователи его творчества отмечают «родство» понятия «миф» и «медиаоболочки» [11, с. 13].

Развитие лингвистической теории Ч. Пирсом и Ю.М. Лотманом с точки зрения семиотики культуры изменило понимание коммуникации как прямолинейной («отправитель-получатель»). Поскольку «отправитель» кодирует сообщение в рамках своего опыта, традиций, суждений и задач, а «получатель» производит декодировку также основываясь на собственном культурном коде, то рассогласования не происходит или оно укладывается в рамки погрешности только в случае единства культур, иначе коммуникативный процесс нарушается и приводит к неправильной интерпретации сообщения. Данный культуроориентированный взгляд на коммуникативный процесс стал основой исследования С. Холла, который предложил учитывать в медиакоммуникации этап кодирования и этап декодирования информации, что более подходит для динамично развивающегося общества [20].

В своем исследовании Ю.М. Лотман отмечал: «Акт коммуникации следует рассматривать не как простое перемещение некоторого сообщения, остающегося адекватным самому себе, из сознания адресанта в сознание адресата, а как перевод некоторого текста с языка моего «я» на язык твоего «ты» [15, с. 653]. Это приводит к определенным выводам о том, что культура непосредственно связана с функционированием медиа, иначе происходит нарушение процесса воспроизводства смыслообразующих понятий.

*Результаты исследования.* Подводя некоторые итоги, следует определить, что понятие «медиа» объединило в себе специфические научно-философские, социальные и технологические явления, направленные на обеспечение эффективности коммуникации в обществе и самореализации человека.

Исследователи определяют следующую классификацию медиа (признавая, что трудно «зафиксировать четкие границы» явлений, и в этой связи не стоит переоценивать значение ранжирования): «...прамедиа, рукописные медиа, печатные медиа, электронные медиа, цифровые медиа, интегрированные медиа» [7, с. 173]. Обратим внимание на то, что каждый новый вид в исторической перспективе отличается от предыдущего

инновационностью, характерной для времени своего возникновения.

В такой парадигме (берущей начало в теории М. Маклюэна, считавшего медиа квинтэссенцией технологического ядра культуры) самым элементарным объяснением «цифровых медиа» следует признать наличие в них технологической составляющей.

*Выводы.* Итак, на наш взгляд, под цифровыми медиа следует понимать совокупность культурных объектов и технологических инструментов, первые из которых сгенерированы, растрасированы или созданы при помощи вторых, основанных на использовании цифрового формата.

Понятие «цифровые медиа» по вполне понятным причинам необходимо соотнести с понятием «новые медиа», основным квалификационным признаком которого является инновационность технического средства, обеспечивающего коммуникативность. Сегодня самым прогрессивным (инновационным) техническим способом

создания (генерирования, копирования, тиражирования) является цифровой метод, а это означает, что главным квалификационным признаком в понятии «цифровые медиа» становятся цифровые технологии. Следовательно, «новые медиа» в настоящий момент аналогичны «цифровым медиа». Конечно, такая ситуация не вечна, и дальнейшая техническая эволюция в какой-то момент «сотрет» между ними знак равенства.

В заключение хотелось бы отметить, что понятия «медиа», «новые медиа» и «цифровые медиа» на данный момент являются, по выражению И.В. Лизуновой, «хронически открытыми» понятиями с академически неустоявшимися критериями и градацией [см. 13]. Их понимание в системе гуманитарных знаний носит конвенциональный характер. Дополнение и уточнение в данном случае зависит не только и не столько от количества и качества исследований, сколько от выбранного исследовательского «поля» с конкретизацией его цели.

1. Адорно, Т. Исследование авторитарной личности / под общ. ред. д. филос. н. В. П. Култыгина. – М.: Серебряные нити, 2001. – 416с.
2. Антология средневековой мысли. Теология и философия европейского Средневековья. В двух томах. Под ред. С.С. Неретиной; сост. С.С. Неретиной, Л.В. Бурлака. – СПб.: РХГИ, 2001–2002. – В 2-х т. – Т. 2 – 635 с.
3. Барт, Р. Мифология / пер с фр., вступ. ст. и коммент. С.Н. Зенкина. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. – 312 с.
4. Беньямин, В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. – М.: Медиум, Культурный центр имени Гете, 1996. – 240 с.
5. Блаженный Августин Аврелий. О граде Божием. В 4 т. – М.: Спасо-Преображенский Валаамский монастырь, 1994. – Т. 1. – 1456 с.
6. Дебре, Р. Введение в медиологию / Пер. с франц. Б. М. Скуратова. – М.: Праксис, 2010. – 368 с.
7. Жилавская, И. В. Классификация медиа. Проблемы, понятия, критерии // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2016. – № 2 (4). – С.169–175.
8. Землянова, Л. М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.
9. Исмаилов, Р. С. Медиафилософия как подход к исследованию медиапространства // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 17 (346). – Вып. 33. – С. 14–16.
10. Кабацков, А. Н. История и теория медиа. - Пермь: ПГНИУ, 2020. – 89 с.
11. Кириллова, Н. Б. Медиалогия. – М.: Академический проект, 2015. – 424 с.
12. Латино-англо-русский словарь философских терминов [Электронный ресурс]. – URL: [http://navadhi.narod.ru/el\\_texts/lat\\_rus/vocabulary.html](http://navadhi.narod.ru/el_texts/lat_rus/vocabulary.html) (дата обращения: 15.03.2022).
13. Лизунова, И. В. Медиакультура как диалог культур современного общества // Библиосфера. – 2017. – № 4. – С. 30–34.
14. Лотман, Ю. М. Культура как коллективный интеллект и проблема искусственного разума. – М., 1977. – 243 с.
15. Лотман, Ю. М. Об искусстве. – СПб.: Искусство, 1998. – 702 с.
16. Маклюэн, М. Понимание Медиа / пер. с англ. В. Николаева. – М; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц., Кучково поле, 2003. – 464 с.
17. Маркузе, Г. Одномерный человек. Исследование идеологии Развитого Индустриального Общества / пер. с англ. А. Юдина. – М.: REFL-book, 1994. – 368 с.
18. Савчук, В. Неизбежность медиафилософии [Электронный ресурс]. – URL: [http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk\\_inevitability](http://mediaphilosophy.ru/biblioteca/articles/savchuk_inevitability) (дата обращения: 21.03.2022).
19. Стинс, О., Ван Фухт, Д. Новые медиа // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2008. – Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. – № 7. – С. 98–106.
20. Холл, С. Культурные исследования: две парадигмы // Логос. – 2012. – №1 (85). – С. 157–183.

21. Шамшури́н, Д. А. Цифровые медиа как фактор культурной глобализации // Международный научно-исследовательский журнал. – 2018. – № 6–2 (72). – С. 70–75.
22. Baldwin, C. A. *Vanishing Aesthetics: Mediality and Literature after Merleau-Ponty, Virilio, and McLuhan* // Dissertation for Ph. D. degree / C.A. Baldwin. – New York: New York University, 1999. – 466 p.
23. Federman, M. (2004, July 23). What is the Meaning of the Medium is the Message? [Электронный ресурс]. – URL: [http://individual.utoronto.ca/markfederman/article\\_mediumisthemessage.htm](http://individual.utoronto.ca/markfederman/article_mediumisthemessage.htm) (дата обращения: 15.03.2022).

## DIGITAL MEDIA IN HUMANITIES RESEARCH

© 2023 Liao Ya.

*Liao Yanni, graduate student of the Faculty of Arts*

*E-mail: sevenflower@vip.qq.com*

Lomonosov Moscow State University

Moscow, Russia

The article is devoted to the scientific discussion that unfolded in modern humanities around the concept of "digital media". The author analyzes the studies of the phenomenon of "media" in the works of representatives of various scientific fields, clarifies the concept itself, identifies the theoretical foundations of digital media, correlates the phenomena of "digital media" and "new media", traces the formation of new humanities – Digital Humanities and media philosophy. The author comes to the conclusion that digital media should be understood as a set of cultural objects and technological tools, the first of which are generated, replicated or created using the second, based on the use of a digital format. To date, the most progressive (innovative) technical method of creation (generation, copying, replication) is the digital method, which means that digital technologies are becoming the main qualification in the concept of "digital media". Therefore, "new media" is currently analogous to "digital media". It is assumed that further technical evolution at some point will "erase" the equal sign between them. Thus, the concepts of "media", "new media" and "digital media" are currently "chronically open" concepts with academically unsettled criteria and gradation. Their understanding in the system of humanitarian knowledge is conventional. Supplementation and clarification in this case depends not only and not so much on the quantity and quality of research, but on the chosen research "field" with the specification of its purpose.

*Keywords:* media, digital media, new media, communication, culture, media philosophy

DOI: 10.37313/2413-9645-2023-25-88-87-93

1. Adorno, T. *Issledovaniye avtoritarnoy lichnosti (Study of the authoritarian personality) / pod obshch. red. d. filos. n. V. P. Kulygina. – M.: Serebryanyye niti, 2001. – 416s.*
2. *Antologiya srednevekovoy mysli. Teologiya i filosofiya yevropeyskogo Srednevekov'ya. V dvukh tomakh (Anthology of medieval thought. Theology and philosophy of the European Middle Ages. In two volumes). Pod red. S.S. Neretino; sost. S.S. Neretino, L.V. Burlaka. – SPb.: RKHGI, 2001–2002. – V 2-kh t. – T. 2 – 635 s.*
3. Bart, R. *Mifologiya (Mythology) / per s fr., vstup. st. i komment. S.N. Zenkina. – M.: Izd-vo im. Sabashnikovoykh, 1996. – 312 s.*
4. Ben'yamin, V. *Proizvedeniye iskusstva v epokhu yego tekhnicheskoy vosproizvodimosti. Izbrannyye esse (A work of art in the era of its technical reproducibility. Selected Essays). – M.: Medium, Kul'turnyy tsentr imeni Gete, 1996. – 240 s.*
5. *Blazhennyy Avgustin Avreliy. O grade Bozhiyem (About the city of God). V 4 t. – M.: Spaso-Preobrazhenskiy Valaamskiy monastyr', 1994. – T. 1. – 1456 s.*
6. Debre, R. *Vvedeniye v mediologiyu (Introduction to Mediology) / Per. s frants. B. M. Skuratova. – M.: Praxis, 2010. – 368 s.*
7. Zhilavskaya, I. V. *Klassifikatsiya media. Problemy, ponyatiya, kriterii (Media classification. Problems, concepts, criteria) // Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva. – 2016. – № 2 (4). – S.169–175.*
8. Zemlyanova, L. M. *Kommunikativistika i sredstva informatsii: Anglo-russkiy tolkovyy slovar' kontseptsiy i terminov (Communication and media: English-Russian explanatory dictionary of concepts and terms). – M.: Izd-vo Mosk. un-ta, 2004. – 416 s.*
9. Ismagilov, R. S. *Mediafilosofiya kak podkhod k issledovaniyu mediaprostranstva (Media philosophy as an approach to the study of media space) // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2014. – № 17 (346). – Vyp. 33. – S. 14–16.*
10. Kabatskov, A. N. *Istoriya i teoriya media (History and theory of media). - Perm': PGNIU, 2020. – 89 s.*
11. Kirillova, N. B. *Medialogiya (Mediology). – M.: Akademicheskii proyekt, 2015. – 424 s.*

12. Latino-anglo-russkiy slovar' filosofskikh terminov (Latin-English-Russian dictionary of philosophical terms) [Elektronnyy resurs]. – URL: [http://navadhi.narod.ru/el\\_texts/lat\\_rus/vocabularium.html](http://navadhi.narod.ru/el_texts/lat_rus/vocabularium.html) (data obrashcheniya: 15.03.2022).
13. Lizunova, I. V. Mediakul'tura kak dialog kul'tur sovremennogo obshchestva (Media culture as a dialogue of cultures of modern society) // *Bibliosfera*. – 2017. – № 4. – S. 30–34.
14. Lotman, Yu. M. Kul'tura kak kollektivnyy intellekt i problema iskusstvennogo razuma (Culture as a collective intelligence and the problem of artificial intelligence). – M., 1977. – 243 s.
15. Lotman, Yu. M. Ob iskusstve (About art). – SPb.: Iskusstvo, 1998. – 702 s.
16. Maklyuyen, M. Ponimaniye Media (Understanding Media) / per. s angl. V.Nikolayeva. – M; Zhukovskiy: KANON-press-TS., Kuchkovo pole, 2003. – 464 s.
17. Markuze, G. Odnomernyy chelovek. Issledovaniye ideologii Razvitogo Industrial'nogo Obshchestva (One-dimensional man. Study of the ideology of the Advanced Industrial Society) / per. s angl. A. Yudina. – M.: REFL-book, 1994. – 368 s.
18. Savchuk, V. Neizbezhnost' mediafilosofii (The inevitability of media philosophy) [Elektronnyy resurs]. – URL: [http://mediaphilosophy.ru/biblioteka/articles/savchuk\\_inevitability](http://mediaphilosophy.ru/biblioteka/articles/savchuk_inevitability) (data obrashcheniya: 21.03.2022).
19. Stins, O., Van Fukht, D. Novyye media (New Media) // *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*. – 2008. – Ser. 8: Literaturovedeniye. Zhurnalistika. – № 7. – S. 98–106.
20. Khol, S. Kul'turnyye issledovaniya: dve paradigmy (Cultural Studies: Two Paradigms) // *Logos*. – 2012. – №1 (85). – S. 157–183.
21. Shamshurin, D. A. Tsifrovyye media kak faktor kul'turnoy globalizatsii (Digital media as a factor of cultural globalization) // *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal*. – 2018. – № 6–2 (72). – S. 70–75.
22. Baldwin, C. A. Vanishing Aesthetics: Mediality and Literature after Merleau-Ponty, Virilio, and McLuhan // *Dissertation for Ph. D. degree / C.A. Baldwin*. – New York: New York University, 1999. – 466 p.
23. Federman, M. (2004, July 23). What is the Meaning of the Medium is the Message? [Электронный ресурс]. – URL: [http://individual.utoronto.ca/markfederman/article\\_mediumisthemessage.htm](http://individual.utoronto.ca/markfederman/article_mediumisthemessage.htm) (дата обращения: 15.03.2022).