

ОНТОЛОГІЧНИЙ ВЕКТОР ОСМИСЛЕННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ

К. О. Стецюра

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут», Київ, Україна
kateryna.stetsura@gmail.com*

Останні десятиліття у гуманітарному дискурсі актуалізувались дослідження медіа, які набули особливого значення у контексті інформаційно-комунікаційної революції ХХ століття. Сформувався особливий тип культури – медіакультура, в якій сьогодні проявляється людський спосіб буття в його антропологічній єдності та онтологічних відмінностях.

У статті визначено два основні вектори дослідження медіакультури – інструментальний та онтологічний, де медіа розуміється як самостійний посередник, як середовище комунікаційних процесів, як світ буття людини. Окреслений ще у 60х роках ХХ ст., він не набув серйозного філософського осмислення у контексті загально філософської проблематики буття.

З метою поглиблення онтологічного осмислення медіакультури автором запропоновано ретроспективу філософських поглядів на категорію «світ» як центральну в онтології у контексті визначення місця медіакультури у світі буття людини. На основі концепцій Р. Декарта, Г. Гегеля, Е. Гуссерля та К. Маркса медіакультура визначено у кількох буттєвих вимірах – як світ речей, як світ культурних смислів, як світ спілкування та як світ практичного самоздійснення. Автор приходить до висновку, що необхіднопершочергово дивитись на медіакультуру з точки зору можливості застосування людиною поширюваних нею (медіакультурою) ідей, способів поведінки, цінностей, смислів у аспекті ствердження свого буття у світі. Більше того, визначено, що онтологічний підхід ще суттєво розширює осмислення медіакультури та приводить до дослідження проблемного поля співвідношення буття медіакультури та буття як такого. У контексті концепції буття, запропонованої М. Гайдеггером, автор звертається до основних категорій, які можуть описувати онтологічний статус медіакультури: буття, регіон буття, наявно суще, суще, тут-буття (присутність), екзистенція. Таким чином, медіакультура постає перед нами як регіон буття, «просвічуючий» через людину.

Ключові слова: медіакультура, онтологія, буття, світ.

ONTOLOGICAL APPROACH TO THE APPREHENSION OF MEDIACULTURE

K. Stetsiura

*National Technical University of Ukraine
«Kyiv Polytechnic Institute», Kyiv, Ukraine
kateryna.stetsura@gmail.com*

For the last decades media studies which have acquired special significance in the context of the information and communications revolution of the twentieth century have been actualised in the humanitarian discourse. A special type of culture, i.e. media culture which today manifests the human way of being in its ontological unity and anthropological differences has formed.

In the article two main vectors of mediaculture research are defined: tool and ontological ones where media is perceived as an independent mediator, as an environment of communication processes, as the world of human being. Outlined back in the 60s of the twentieth century, it has not received serious philosophical reflection in the context of general philosophical issues of being.

For the purpose of deepening the ontological apprehension of mediaculture, the author has proposed a retrospective of philosophical views upon the category of «world» as a central one in ontology in the context of determining the place of mediaculture in the world of human being. Based on the concepts of R. Descartes, G. Hegel, E. Husserl and K. Marx media culture is defined in several existential dimensions – as a world of things, as a world of cultural meanings, as a world of communication and as a world of practical self-realisation. The author concludes that it is a priority to research mediaculture in terms of the possibility of using ideas, behaviours, values, meanings which are distributed by it (mediaculture) in the context of affirmation of his being in the world. Moreover, it is determined that the ontological approach significantly broadens understanding of mediaculture and results in research into the problem field of relation between mediaculture being and being as such. In

the context of the being concept proposed by Heidegger, the author refers to the main categories which can describe the ontological status of mediaculture: being, the region of being, available entity, entity, being-there (presence), existence. Thus, mediaculture appears to us as a region of being which «shines» through a human.

Keywords: mediaculture, ontology, being, world.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

З середини 50х ХХ ст. бурхливий розвиток засобів масової комунікації обумовив встановлення домінування особливого типу культури – медіакультури. Сьогодні неможливо сприймати її односторонньо як інструментарій передачі інформації, сукупність технологічних пристрів, вона стала світом буття сучасної людини, онтологічним середовищем формування людських смислів та цінностей. Медіа ввійшли в наш світ на всіх рівнях. У найбільш широкому сенсі їх необхідно трактувати як засіб духовного виробництва, який виконує пізнавальні та комунікативні функції у процесі людського спілкування та взаємодії в цілому. Так, «вони інтерпретуються сьогодні не просто як засоби масової інформації, а як ціле середовище, в якому виробляються, естетизуються і транслюються культурні коди. Тож відбувається концептуалізація та «збільшення змістовного об'єму поняття ЗМІ і його поступова трансформація у макроконцепт «медіа»» [4, 11].

Сьогодні виділяють два основні вектори дослідження сутності феномену медіакультури – як сукупності інструментів та технологічних посередників (медіа інституціоналізм, інструменталізм, технократизм – представники Франкфуртської школи, П. Вірільо) та як середовища комунікативних процесів, як світ буття людини (Д. Вульф, В. Савчук, М. Маклюен, Н. Луман, В. Флюсер, Л. Манович). Відповідно до першого підходу медіа розуміються як технічно опосередковані масові комунікації, а останнім часом і глобальна мережа Інтернет. Становлення даного підходу пов'язане із виникненням телебачення і його популяризацією серед більшості американського та європейського населення, так що телевізор став невід'ємною частиною побуту тогочасної людини. Тож під медіа почали розуміти «медіаансамбль, де домінантою є телебачення, а окремі частини цього ансамблю не так відрізняються один від одного своїми рисами, скільки взаємно переплетені і приносять один одному вигоду» [6, 173].

Згідно з другим підходом медіа визначають розвиток суспільства, або принаймні його детермінують, принципово змінюють культурну сферу та повсякденне життя людини. Більше того, як зазначає В. Савчук, «якщо спочатку за сучасними медіа закріплюється інструментальний статус, – роль незацікавленого посередника, завдання якого повідомляти, не привносячи нічого від себе, – ні власної стратегії, ні своїх інтересів, ні волі змінити стан справ, то надалі ситуація рішуче міняється: медіа не тільки стають самостійними, але і єдиною, або, посиливши тезу, онтологічною умовою існування людини. Вони вже не є технічними посередниками, що транслюють щось, що в них самих відсутнє, що тільки через них передається, проходить, але самі постають всепоглинаючим та всеохоплюючим середовищем, тобто реальністю досвіду і свідомості» [9, 10].

РЕЗУЛЬТАТИ ТЕОРЕТИЧНОГО АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМИ

Як тільки ми відходимо від інструментального підходу до медіа і починаємо розглядати комунікативні можливості, одразу постає новий теоретичний вектор дослідження медіакультури, де вона визначається як спосіб буття людини в інформаційному суспільстві, необхідна онтологічна умова. В. Франкл зазначав, що «Відмітною ознакою людського буття є співіснування в ньому антропологічної єдності та онтологічних відмінностей, єдиного людського способу буття і різних форм буття, в яких він проявляється» [10, 48]. Так, медіакультура є однією із форм буття, в якій проявляється людський спосіб буття в його антропологічній єдності та онтологічних відмінностях. Медіакультура формує медіаобраз дійсності, який часто ще називають медіареальністю, яка опосередковує комунікацію та соціалізацію людини, визначаючи горизонт її повсякденного досвіду та поведінку у дійсному світі.

Під онтологією у даному дослідженні розуміється вчення про буття, яке включає змістовий аналіз концептуальних основ людського буття, який сприяє розкриттю феномену людини у всіх його проявах, а реальність медіакультури (медіареальність або медіаобраз світу) трактується як форма прояву в конкретному суцільному, званому медіареальністю, самого буття, прийнятого за загальну об'єктивність.

У рамках онтологічного підходу ми трактуємо медіакультуру як світ людського буття, тому нам необхідно окреслити основні підходи до трактування самого світу та надалі визначити співвідношення медіакультури та буття. У філософії історично склалось декілька основних онтологічних інтерпретацій світу як центральної категорії у проблемному полі дослідження буття.

По-перше, категорія «світ» із розвитком філософії у Новий час починає використовуватись для позначення природного буття речей, які можна зустріти у світі. Декарт у даному контексті розробляє категорію протяжності, яка продовжує думку про тілесність як основну субстанційну характеристику світу. Таким чином він фіксує ідею про універсальний характер такого онтологічного припущення у гуманітарних науках та суспільній свідомості Нового часу в цілому. Так, світ як сукупність речей відділений від суб'єктивного світу цінностей, смислів і врешті-решт ототожнюється із природою. На наш погляд, дане розуміння світу не дозволяє його експлікувати на розуміння медіакультури як цілісного явища, а призводить до редукування її тлумачення як набору матеріальних носіїв, а медіа як артефактів культури, речей матеріального світу, які виконують функцію передачі інформації, що повертає нас до медіа інструменталізму як історично першого підходу до трактування медіакультури. Тож межі розуміння світу як предметного, виключно речового, відкидають ціннісно-смыслову багатоманітність світовідношення, у той же час стаючи безмежним полем дослідження у контексті корисності та функціональності.

По-друге, у протилежність означеному підходу «світ» як категорія філософії також визначається як світ смислів, із використанням яких людина категорізує суб'єктивну та об'єктивну реальності. Світ визначається як сукупність окремих світів, таких як «світ математики», «світ природи», «світ мистецтва», «життєвий світ» тощо. У такому трактування основна ідея у розумінні світу зосереджена навколо трактування у контексті визначення сили людської свідомості та виділення окремих «світів» на основі історично складеної системи культурних значень.

Уже у гуссерелівській феноменології універсальною передумовою освоєння дійсності виступає культурна історія як смисловий світ. Так, осягнення виключно речових характеристик виступає на задній план поряд із встановленням значимості виявлення історично важливих для людини явищ та предметів. Як зазначає Є. Бистрицький, «...«світ грецького мистецтва» можливий і без дійсного владарювання над силами природи» [3, 112]. Тож таке розуміння простягається всюди, де мова йде про людський смисл та визначення місця у гуманітарній системі цінностей. Отже, речі, які відігравали визначальну роль у декартівському підході, вже виявляються лише засобами, носіями людських смислів, смислових відносин, а матеріальний світ – об'єктом теоретизування та смислового (мисленого) маніпулювання. Звичайно, такий ракурс дозволяє розширити тлумачення медіакультури і відійти від дослідження її виключно у контексті предметних характеристик технологічних інновацій. Медіакультура, дійсно, у кожному епоху виступає як певний набір, система історично-складених людських смислів, але цього теж виявляється недостатньо. Для нас це лише відкриття однієї із граней медіакультури, але аж ніяк не визначення її онтологічної сутності.

По-третє, світ трактується як «світ людей», як історично складений світ людського спілкування, як духовно-практичне співіснування (співжиття) людей. Звичайно, мова йде про розуміння Г. Гегелем світу як общини (спільноти), а ставлення людини до світу виключно у вимірі міжособистісного спілкування. І спілкування визначається не у вузькому смислі інформаційного обміну, комунікації щодо знання про явища, предмети, речі, а у набагато ширшому трактуванні, яке визначається у зв'язку спілкування з діяльністю, з вчинком відносно інших людей: спілкування як можливість переконати іншого у власних судженнях, спілкування як спосіб маніпулювання, як можливість управління масами аж до перетворення їх у матеріальні сили. Отже, світ для Гегеля – це вже не зовнішній світ природи, не окремі світи культурних смислів, а людський світ, побудований на основі етичних норм, розуміння про належне, – це «світ як громада» [1, 411-412]. Тобто онтологія медіакультури у даному контексті має вже вибудовуватись навколо ідеї світогляду, тобто розуміння медіакультури не лише у аспекті вчення про світ, але і у аспекті діяльності людини у світі. Та, згадуючи К. Маркса, стверджуємо, що ідеалізм «не знає дійсної, чуттєвої діяльності як такої» [7, 1]. У той же час діяльнісний підхід, запропонований Г. Гегелем, у контексті досліджень медіакультури набуває особливого значення, адже медіакультура – це, в першу чергу, світ ідей, спілкування, світ, де формується світогляд сучасної людини. І вже на даному етапі постає питання про дійсність цього світу, якщо це виключно світ ідей; про онтологічний статус медіакультури як реальності або як дійсності. Та ми не можемо заглибитись у дане питання, не окресливши більш пізні підходи до розуміння світу.

І вже у марксизмі звучить твердження, яке переосмислює діяльнісний підхід Г. Гегеля: «не лише мисленням, а всіма почуттями людина стверджує себе у предметному світі» [8, 121]. Світ постає перед нами не як світ духовно-практичного спілкування, а як світ духовно-практичної діяльності. А проблема світогляду визначається не з точки зору теоретичного пояснення світу як дійсної його основи, а з точки зору практичного перетворення цього світу. Звичайно, категорія знання як базова для світогляду не відкидається, а переосмислюється у ключі його розуміння як такого, яке на практиці доводить свою значимість для життя людини, а не знання як результат будь-якого теоретичного мислення.

Розуміння світу як чуттєво-предметної діяльності приводить нас до переосмислення медіакультури не лише у гносеологічному вимірі, але у вимірі онтологічного змісту знання, трансльованого медіа, взагалі у системі людської життєдіяльності. У такому випадку ми повинні подивитись на медіакультуру з точки зору можливості застосування людиною поширених нею (медіакультурою) ідей, способів поведінки, цінностей, смислів у аспекті ствердження свого буття у світі. У марксистському ключі питання медіакультури повинно постати як питання її істинності, питання її можливостей для соціалізації людини, розкриття її сутності та перешкод на цьому шляху.

Таким чином, після першого наближення до дослідження медіакультури у рамках онтологічного підходу ми приходимо до визначення кількох основних векторів вирішення питання про онтологічний статус медіакультури: буття медіакультури як світу речей, буття медіакультури як світу культурних смислів, буття медіакультури як світу спілкування, буття медіакультури як світу практичного знання. Але, на наш погляд, і цього недостатньо, ми переконані, що буття медіакультури може бути розглянуте і у більш широкому контексті як проблема співвідношення буття медіакультури із буттям як таким: чи є медіакультура «недовидом буття», чи є вона рівнем не-буття в бутті, чи підміною одного виду буття іншим тощо.

Одні із найбільш суттєвих досягнень філософії щодо дослідження буття як такого були зроблені у рамках феноменологічної школи, зокрема М. Гайдеггером. Визначальною серед його ідей є ідея розрізнення буття та сущого. У цих координатах ми і будемо шукати місце медіакультури в онтологічному вимірі. Для цього звернемося до основних категорій, які можуть описувати онтологічний статус медіакультури: буття, регіон буття, наявно суще, суще, тут-буття (присутність), екзистенція.

Категорія «регіон буття» була запропонована ще Е. Гуссерлем, який зазначає, що «...будь-яка конкретна емпірична предметність разом з усіма своїми матеріальними сутностями підпорядковується відповідному найвищого матеріального роду, «регіону» емпіричних предметів» [2, 37]. У своїх лекціях з феноменології Р. Інгарден дає своє трактування гуссерелівського підходу [5]. Він визначає регіон буття як деякі даності, які ми можемо безпосередньо вбачати. Вчений не дає вичерпного їх списку, але описує основні: світ речових даностей (предметності зовнішнього світу), психічний регіон (осягається внутрішнім сприйняттям та не вичерпується переживаннями або їх усвідомленням; до нього входить також чуже психічне (розуміння інших людей та їх переживань, поведінки тощо) та математичні об'єкти), твори мистецтва та соціальні установи. За Е. Гуссерлем, ми можемо говорити про появу нового регіону буття, коли маємо певні першопочаткові споглядання щодо нього, при тому, що, як доповнює Р. Інгарден, ми маємо справу з іншим розумінням досвіду, аніж у емпіриків.

М. Гайдеггер теж відштовхується від такої регіональної онтології і звертається до неї при вирішенні питання про співвідношення буття та сущого. Як особливий регіон буття науковець виділяє сукупність речей, які перебувають у просторово-часовій залежності, у відносинах більше-менше, глибше-мілкіше, пізніше-раніше тощо. Він визначається як наявно суще. Всі інші регіони теж можна назвати сущим, які, звичайно, відрізняється він обсягу першого (речового) регіону. Всі разом ці регіони утворюють певну сукупність, яка і називається М. Гайдеггером буттям. Тобто коли ми говоримо про сукупність речей, маємо на увазі наявно суще, а коли ми говоримо про сукупність всіх регіонів буття, то маємо справу із способом буття, буттям як таким.

Як особливе буття М. Гайдеггер виділяє буття людини. У ній концентрується вся сукупність регіонів буття: людина є і тілесною, тобто наявно сущою, і одночасно через неї проявляються всі інші регіони буття. Так, людина, будучи у часопрострі, зосереджує у собі всі способи буття і є «просвітом буття» у товщі наявно сущого. Людина є присутністю (як перекладає «*dasein*» В.В. Бібіхін), тут-буттям, ось-буттям, яка є приближенням до сутності буття. Людина є єдиним сущим, яке занепокоєне своїм буттям. «Стояння у просвіті буття я називаю ек-зистенцією людини ... те, що є людина, тобто традиційною мовою метафізики «сутність» людини спочиває в його ек-зистенції ... Тільки людині властивий цей рід буття. Так зрозуміла ек-зистенція – не просто підстава можливості розуму, *ratio*; ек-зистенція є те, в чому суть людини зберігає джерело свого визначення» [11, 7].

Отже, ми маємо справу із категорією буття як найбільш широкою та позачасовою, непідвладною людині, із категорією екзистенції, яка перебуває у відношенні з ось-буттям та прагне через нього здійснитися, категорією ось-буття як розуміючого наявно сущого, як прояву сукупності всіх регіонів буття («просвітом буття»), з категорією сущого як того, із чим людина має справу, у тому числі наявно сущого як сукупності речей (предметностей). При цьому варто відмітити, що лише присутність як буття людини може бути онтологічним, а не лише онтичним. За такого підходу чи буде медіакультура буттям, ось-буттям чи регіоном буття?

Звичайно, медіакультура як історичне явище, викликане до життя людиною та її діяльністю, не може вичерпувати поняття буття як такого. Але чи може бути медіакультура ось-буттям як проявом всіх регіонів буття, чи буде окремим регіоном буття, чи, можливо, потребує взагалі інших координат для визначення? Медіакультура має ознаки всіх регіонів буття – вона має і тілесні прояви у вигляді медіа-інструментів (телефон, комп'ютер, радіо тощо), і інституційні, і виступає у вигляді свого і чужого психічного, може бути витвором мистецтва. Але чи має найсуттєвішу ознаку ось-буття – здатність усвідомлювати себе? Звичайно, ні. Сама медіакультура себе не мислить, вона мислить себе тільки через людину, тому людина і буде «просвітом буття», а медіакультура відповідно тоді постає перед нами як регіон буття, «просвічуючий» через людину. Тому постає питання про характер такого регіону буття. Чи буде він наявно суцим, і як впливатиме на можливості ось-буття бути як власним чи невласним ось-буттям?

Медіакультура як регіон буття має бути пояснена, впершу чергу, через медіатизацію мислення та почуття як вирішення питання про медіакультурність медіакультури, про спосіб буття медіакультури у контексті прояснення першопочаткових споглядань медіакультури. Тобто ми можемо говорити про наявність певних медіатизованих першопочаткових споглядань, які дозволяють людині бути у медіакультурі, пізнавати її, творити її. У той же час медіатизація мислення та почуття одразу виявляє нове коло питань про власний та невласний вимір ось-буття.

ВИСНОВКИ

Отже, онтологічний підхід до розуміння медіакультури приводить нас до вирішення її онтологічного статусу як регіону буття у феноменологічному розумінні даного терміну і надалі ставить питання про характеристики такого регіону, що найбільш важливо про співвідношення даного регіону із потенціалом до просвіту буття як власного ось-буття, і що є питанням про реальність та дійсність медіакультури, про істинність медіа у площинах розуміння медіакультури як світу речей, світу культурних смислів, світу спілкування та світу практичного самоздійснення. Сприйняття людиною межі між реальністю дійсною і штучно створеною нівелюється настільки, що часто людина перестає розуміти, де вона перебуває: у світі дійсному або медійному. Свідомість людини занурюється у медіареальність та вона починає сприймати її як дійсну. На наш погляд, це і є поле подальших досліджень медіакультури у онтологічному ключі, більше того, такий підхід дозволяє осмислювати медіакультуру не тільки теоретично, але і філософськи обґрунтувати необхідність та можливості подолання викликів, які вона кидає людині.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа / Г. В. Ф. Гегель. – М. : Соцэкгиз, 1959. – 440 с.
2. Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии / Э. Гуссерль. – Т. 1. – М. : Академический Проект, 2009. – 489 с.
3. Быстрицкий Е. К. Мировоззрение личности в свете философской традиции : проблема единства сознания, знания и самосознания / Е. К. Быстрицкий // Мировоззренческая культура личности. – К. : Наук. думка, 1986. – С. 89–175.
4. Ежова Е. Н. Медиа-рекламная картина мира : структура, семиотика, каналы трансляции : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук : специальность 10.01.10 «Журналистика» / Е.Н. Ежова; [Ставроп. гос. ун-т]. – Воронеж : 2010. – 45 с.
5. Ингарден Р. Введение в феноменологию Эдмунда Гуссерля. Лекция третья [Электронный ресурс] / Р. Ингарден. – Режим доступа : <https://sites.google.com/site/lubitelkultury/Home-5-33-2>
6. Кузнецова Е. И. Медиа и медиальное : социально-философский анализ / Е. И. Кузнецова, А. М. Дорожкин // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Социальные науки. – 2008. – № 3. – С. 171–186.
7. Маркс К. Тезисы о Фейербахе / К. Маркс // Сочинения. – Т. 3. – М. : Гос.изд-во полит.лит-ры, 1955. – С. 1–4.
8. Маркс К. Экономическо-философские рукописи 1844 года / К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – Т. 42. – М. : Гос.изд-во полит.лит-ры, 1955. – С. 41–174.
9. Савчук В. Медиафилософия : формирование дисциплины / В. Савчук // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. – СПб : СПб филос. общество, 2008. – С. 7–39.
10. Франкл В. Человек в поисках смысла : Сборник / В. Франкл. – М. : Прогресс, 1990. – 368 с.
11. Хайдеггер М. О сущности истины / М. Хайдеггер // Разговор на проселочной дороге. Избранные статьи позднего периода творчества. – М. : Высшая школа, 1991. – С. 8–27.

REFERENCES

1. Gegel', G. V. F. (1959) Fenomenologija duha. Moskva : Socjkgiz.
2. Gusserl', Je. (2009) Idei k chistoj fenomenologii i fenomenologicheskoy filosofii, T. 1. Moskva : Akademicheskij Proekt.
3. Bystrickij, E. K. (1986) Mirovozzrenie lichnosti v svete filosofskoj tradicii : problema edinstva soznaniya, znaniya i samosoznaniya. Mirovozzrencheskaja kul'tura lichnosti. Kiev : Naukova dumka, 89–175.
4. Ezhova, E.N. (2010) Media-reklamnaja kartina mira : struktura, semiotika, kanaly transljacji : avtoreferat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni doktora filologicheskikh nauk : special'nost' 10.01.10 «Zhurnalistika»; [Stavropol'skij gosudarstvennyj universitet]. Voronezh.
5. Ingarden, R. Vvedenie v fenomenologiju Jedmunda Gusserlja. Lekcija tret'ja. Access mode : <https://sites.google.com/site/lubitelkultury/Home-5-33-2>
6. Kuznecova, E. I., Dorozhkin, A. M. (2008) Media i medial'noe : social'no-filosofskij analiz. Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Serija Social'nye nauki, 3, 171–186.
7. Marks, K. (1955) Tezisy o Fejlerbahe. Sochinenija, tom 3. Moskva : Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoy literatury, 1–4.
8. Marks, K. (1955) Jekonomicheskio-filosofskie rukopisi 1844 goda. Sochinenija, tom 3. Moskva : Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoy literatury, 41–174.
9. Savchuk, V. (2008) Mediafilosofija : formirovanie discipliny. Mediafilosofija. Osnovnye problemy i ponjatija. Sankt-Peterburg : SPb filosofskoe obshhestvo, 7-39
10. Frankl, V. (1990) Chelovek v poiskah smysla. Moskva : Progress.
11. Hajdegger, M. (1991) O sushhnosti istiny. Razgovor na proselochnoj doroge. Izbrannye stat'i pozdnego perioda tvorchestva. Moskva : Vysshaja shkola, (Biblioteka filosofa), 8–27.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2015 р.