

УДК 18

DOI: 10.34670/AR.2020.18.91.037

Феноменология медиа: контекст и рефлексия**Тимощук Елена Андреевна**

Доцент кафедры социально-гуманитарных наук
Владимирский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации
600017, Российская Федерация, Владимир, ул. Горького, 59а;
e-mail: timoshchuk-ea@ranepa.ru

Аннотация

Феноменология, занимавшаяся столетие наблюдением смысловых горизонтов, испытывает трудности в оперативной оценке смыслов социотехнического антропологического поворота. Обращение к области феноменологии искусства за аналогизирующими моделями познания (Р. Ингарден) актуализируется автором как условие понимания современной медиареальности. От понятийного мышления мы приходим к стратегии визуально-проективного мировоззрения, где значение конституируется в сознании медиасубъекта в процессе преобразования визуального опыта в концептуальный опыт. Медиатизация не только увеличивает количество информации, но и число привратников, символических взаимодействий, социальных ситуаций, погружая нас в результате в наслоения смыслов и конституирование нарративов. Мышление потребителя медиакультуры опирается на схемы социальных интерпретаций и типизаций. Социокультурная феноменология – это усилие по фокусировке размытых горизонтов медиатизированной реальности современного информационного субъекта.

Статья развивает тему сущности медиареальности, которая раскрывается феноменологически в терминах intersubjectivity, интенциональность, эпохэ, жизненный мир, присутствие, Другой. Автор разбирает значение дискурсивного анализа для феноменологического описания социокультурных объектов. Поднимается вопрос медиатизации социальной реальности, порождающей множество высказываний, истинность которых обычный человек не может проверить. Эти утверждения становятся конструктивными точками культурного кода. Современное качественное исследование выходит за рамки полевых заметок и протоколов информантов, оно должно учитывать анализ всевозможных дискурсов. Образы, нарративы, личные истории, репрезентации, дискурсы составляют культуру информационного потребления. Миллионы людей заняты в производстве значений в области политики, образования, науки, искусства, формируя множество различных индивидуальных и коллективных идентичностей, – расовых, этнических, историко-культурных, гендерных, религиозных, субкультурных и профессиональных. Люди, предметы, значения вовлекаются в негоциацию коммуникативной реальности, делая общественное мнение неуловимой сущностью в океане дискурсов. Повествовательность, усиленная глобальными сетями, связывает разрозненные хронотопы и модальности, акторов и значения, конфигурации и диспозиции. Нарративное медиатизированное общество – это ещё одна дополненная реальность к цивилизации образа.

Для цитирования в научных исследованиях

Тимощук Е.А. Феноменология медиа: контекст и рефлексия // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2020. Том 9. № 5А. С. 82-90. DOI: 10.34670/AR.2020.18.91.037

Ключевые слова

Гуссерль, Ингарден, социотехническая реальность, визуальная культура, медиакультура, интермедиальность, феноменология культуры, социокультурные медиа объекты.

Введение

Нарративизация, медиатизация и дискурсивные практики находятся в сфере самого пристального внимания современных исследователей, т.к. выступают мощными генераторами интересубъективной социальной реальности именно сегодня, когда они опосредованы и вооружены техникой и технологиями. Особенности формирования информационной завесы постиндустриального мира заключаются в том, что мы редуцируем классическую истину до артикуляции и неготиации массива дискурсов. Факт становится дискурсемой, т.е. знаком речи, бытийно пустой категорией. Выход на коммуникативистику и дискурсивный анализ составляет постфеноменологическую парадигму, исследования прагматики дискурса, локусы устойчивости в сетке перформативных высказываний ценностно-смысловых групп. Мир Другого благодаря коммуникативной рациональности отныне не воспринимается как чужой или опосредованный. Иммерсивный характер феноменологии снимает классическое противостояние субъекта и объекта. Умвельт – это всегда разрыв внутренне согласованного мира объектов на динамическое когнитивное состояние присутствия.

Основное содержание

Философский путь феноменологии имеет нелинейную траекторию. Это учение ведёт философский дискурс по краям идеализма и материализма, призывая к эмпирической отчётливости, фактурности знания и, вместе с тем, онтологизируя структуры социального взаимодействия. Её кантовский и конструктивистский подход позволят прояснить когнитивный феномен медиа. Феноменологи обращают внимание на онтологическую достоверность субъективных процессов, на интересубъективную реальность на границах диалога и интенциональную напряжённость коммуникации [Тимощук, 2012].

Культура как символический мир нагружена множеством слоёв интересубъективных реальностей. Социокультурная феноменология, реализуя посыл Гуссерля «Zu den Sachen selbst!», пробирается сквозь толщу значений, смыслов и интерпретаций медиадискурса.

Принято считать, что создатель феноменологического учения оставался в фрейме классической метафизики субъективности, где Другой – это продукт ноэза-ноэматического процесса. Мышление Эдмунда Гуссерля остается картезианским, идеалистическим и солипсистским. К этому восприятию следует добавить и культурологическую интерпретацию, рассматривающую рукописи Гуссерля сквозь призму работ его последователей – Ингардена, Шюца, Бергера. Зрелая феноменология, применённая к анализу социума и культуры мигрирует с трансцендентально-философских анализов субъективности к теме конституирования

интерсубъективных жизненных миров, модусам интемедиальности, феноменам коллективного опыта, эффектам рефлексивности и когеренции.

Социокультурная феноменология предлагает такую модель социальных интеракций, где агенты коммуникации создают мир культуры через повествования о своей судьбе [Тимошук, 2010]. Нарративизация переживаемых экзистенциальных состояний – это тема таких сообществ как РАИЖИ (Российская ассоциация исследователей женской истории), лаборатория «Прожито» (личные истории в дневниках). Эти проекты осуществляют медиатизацию текстов, созданных в условиях войны, разрухи, трудового фронта, повседневности.

Р. Ингарден, А.-Т. Тименецки, А. Шюц, Т. Лукман, П. Бергер, Б. Вальденфельс и другие представители социокультурной феноменологии представляют мир культуры как конституированный объект интенциональностями множества трансцендентальных субъектов. Их тексты находятся на передовой феноменологической социологии и коммуникативистики, эстетики и культурологии. Эта связь выражается в основном во вкладе социофеноменологического источника в исследования взаимодействия агентов культуры, межличностного общения на область смыслов, её можно экстраполировать на возможности распространения этих теоретических работ на область медиареальности [Rizo, 2009].

Включение феноменологического дискурса в обсуждение сферы медиа-процессов расширяет возможности теории коммуникаций. Миссия философии Гуссерля как раз и заключалась в том, чтобы преодолеть ограничения материализма и позитивизма, вернуться к дорефлексивному контакту с миром который определяет естественное сознание интерессубъективного мира. Исследуя процессы формирования смыслов и ценностей, границы подвижных значений, определяемых интенционально участниками медиа процессов, социокультурная феноменология сближается с герменевтикой, интерпретативной социологией, символическим интеракционизмом, социологией повседневности и социологией ситуации. Социокультурная феноменология делает ударение на истолковании смыслов жизненного мира в процессе взаимодействия социальных субъектов. Субъекты получают сигналы из внешнего мира, но для них они существуют как феномены их ценностно-смысловой среды. Интерпретация мира происходит на основе выработанного коллективного опыта значений. Проживая повседневность в дорефлексивной естественной установке жизненного мира, мы трансцендируем через контакт с Другим, выходящим за пределы нашего *Lebenswelt*. Интенсификация контактов информационной эпохи способствует усилению взаимодействия между жизненными мирами, разным концептуализациям диалога и интемедиальности в терминах «глобализация», «геополитика», «ноосфера» «мы-сознание», «коллективный субъект» и пр. Феноменология приближается к тому, чтобы в повседневности не проводить различия реальных и воображаемых явлений, если они равно опосредуют интерессубъективные взаимодействия. Поскольку субъекты, погружённые в естественную установку и действующие исходя из здравого смысла, представляют последствия даже воображаемых ситуаций во внешнем мире как переживаемые. Стремление сенсуализма бороться с иллюзиями сталкивается с настоящей потребностью индивида в завесе своего жизненного мира, мифологизации и нарративизации реальности. Медиа сегодня предоставляет прекрасные возможности переживания воображаемого опыта Другого, конструирования гештальтов. Социокультурная феноменология повышает рефлексивность процессов, целостность восприятия реальности, ибо процесс обучения устроен феноменологически: субъект переживает интерессубъективный мир и накапливает коллективный опыт. Индивидуальная биография – это позиция наблюдающего со своей точки сборки социокультурного опыта. Непосредственный опыт создаёт уникальный

фрейм значений для текущего и отложенного использования. Феноменологически, человек, – это индивидуализированный хронотоп, чей жизненный мир определяется биографией. В этом *Lebenswelt* предметы, процессы, личности занимают уникальное положение, выстроенные согласно intersubjectivному ценностно-смысловому порядку. Взаимодействие между социокультурными мирами осуществляется на основании типизированных представлений. Помимо конструкций понимания Другого большая роль intersubjectivного взаимодействия принадлежит здравому смыслу или адекватному восприятию «здесь и сейчас».

Опыт «мы» становится основой для ценностного самоопределения, передачи эстафет коллективной памяти и нарративизации реальности. Идентификация «я» – это всегда актуализация социального контекста, внутренний диалог с референтами опыта. Ситуация встречи с иными субъективностями означает поиск консенсуса в построении символического универсума значений для продолжения повседневности.

Благодаря рефлексивному процессу мы можем быстрее инкорпорировать опыт других социокультурных групп и масс-медиа – это важный активный источник обмена инокультурным опытом в глобальном мире. Ответственность журналиста, как того, кто проникает в иные жизненные миры и делает публичным их содержание, заключается в том, чтобы содействовать социальным процессам интеграции, эмпатии, медиации, уважения и не вызывать обратное: дискриминацию, ненависть, вражду, рознь. Реальность коллективного насилия стала возможной, когда идею геноцида стали разделять многие и он стал повседневностью Бухенвальд, Аушвиц, Собибор, Трешлинка, Майданек, Хелмно, Белжец. Континуум типизации постепенно распространился от идеологов до рядовых антисемитов, выбравшие анонимные чудовищные формы взаимодействия с Другим. Общему для участников геноцида образу истребления Другого могло быть только противопоставлено международное осуждение и сопротивление

В своих литературоведческих произведениях ученик Гуссерля, польский философ XX в. Роман Ингарден предвосхитил исследования медиакультуры, описав многослойность мира культуры и особый статус интенциональных объектов. Радикальный конструктивизм Ингардена позволяет сочетать герменевтику, системный и эмпирический (контекстный) подход к литературе и культуре. Применяя постулаты Ингардена к изучению медиакультуры мы участвуем в трансформации литературных исследований в сторону изучения медиакультуры в контексте общего развития общества. Изучение литературы способствует развитию средств массовой информации как мета контекста существования современного общества [Тимошук, 2010; Siegfried, 2010].

Дискурсема – это медийный факт, элемент социокультурной реальности, поддерживающий общий контекст ценностно-смысловой среды. Её первый признак – это артикулированность, выраженность в медийных структурах. Пропозиции артикулируются не обязательно для того, чтобы придать смысл социокультурным явлениям. Жизненный мир любой социальной группы нуждается в горизонте опорных высказываний, поддерживающих её смысложизненные ориентиры.

Это подводит нас ко второму признаку дискурсема: она неизбежно intersubjectivна. Взаимообмен знака и значения, ноэзо-ноэматических структур инермедиальности происходят в конкретных ситуациях, когда сталкиваются понимания и коммуникативные акты, где идёт борьба гегемонии смысла и насилия конкретизации. И, наконец, её третий признак, это дискретность и непрерывность коммуникативных сред, которые через континуальность символизируют удержание процесса сборки конституирующихся систем, а через прерывистость

указывают на индивидуальность коммуникативных локусов.

Дискурсивные разрывы вызваны как самосборкой автопоэтических единиц говорящих и действующих, так и новеллами субъект-объектных и интерсубъективных структур. Нерв дискурса – в его симультанной повторяемости и индивидуальности, значимости присутствия и повседневности значений, маршрутизации консенсуса и тупиковости обособленности. Дискурсема как элементарный речевой акт становится возможной после коммуникативного поворота и становления нового типа коммуникативной рациональности

Апогей дискурсивной технологии – это автоматизация высказываний, создание замкнутого конгломерата пропозиций, которые может монотонно воспроизводить бот-автоответчик. Дискурсивная техносфера противостоит смысловым процессам и интенциональным процессам. Технический постав редуцирует мыслящего и говорящего субъекта до распределённой нейросети, взаимодействующей с лингвистическими устройствами. Феноменологический проект Гуссерля продолжился в герменевтике различия человеческого и технического у Хайдеггера, представившего инжиниринг социальной реальности как упразднение метафизики. Однако различные модальности логики и риторики возвращают нашу речь в феноменологическое поле. Метафора, аналогия, перспектива, пресуппозиция, импликация, темпоральность связаны с выражением социальных значений, волевыми и смысловыми процессами. Цепочки фраз в лингвистических устройствах не могут быть интенциональным проектом Гуссерля, но феноменологические процессы речи, – да.

Построение концепции дискурсивной технологии и ее связь с феноменологическим предложением значения представлены в форме высказывания. Процессы, в которые вмешиваются эти дискурсивные технологии, рассматриваются как смысловые процессы, связанные, в свою очередь, с интенциональными процессами, то есть выражение социального значения, которое не только управляется волевыми процессами, но и дискурс используется в качестве автомобиля этого. Эта работа представляет развитие концепции дискурсивной технологии, особенно связанной с феноменологическим проектом Гуссерля. Это показывает, что в той мере, в какой произносящий или говорящий производит цепочки слов и фраз, они, в свою очередь, уже связаны и направляются в лингвистических устройствах для создания значений. Были обнаружены шесть дискурсивных технологий высказывания в дискурсе студенческого лидера университета: Это означает, что повседневное значение, которое мы придаем этим шести дискурсивным процессам, выходит за пределы области феноменологических процессов для выражения интенциональности, на этот раз от высказывания.

Большая роль в создании теории дискурса принадлежит немецкому социологу Райнер Келлер (1962), который известен также за исследования по рефлексивной модернизации. Келлер преподавал курс по социологии дискурса в университетах Саарбрюккена, Ренна, Бамберга, Мюнхена, Аугсбурга, основал исследовательскую сеть DiskursNetz, провел множество семинаров по качественным социальным исследованиям, а также выступил редактором серии книг «Теория и практика исследования дискурса».

Интерпретативная парадигма Келлера нацелена на создание обновлённой социологической теории, позволяющей диагностировать общество. Феноменологическая структура дискурса у него представлена структурирующими утверждениями, акторами, проблемами, медиа контекстами, нарративами, конфигурациями, модальностями и концептуальными порядками восприятия мира [Keller, 2011].

Дискурсивный анализ обнаруживает много общего с феноменологическим в следующих

аспектах: 1) артикулированность (дискурс должен быть озвучен, чтобы быть); 2) серийность (дискурс – это многократные речевые и социальные практики); 3) типизация высказываний; 4) селективность (групповое мышление осуществляет ценностную выборку из множества утверждений для профилирования своих интересов; дискурсы могут существовать, потому что редуцирую сложность [Шубрт, 2011, с. 20]); 5) репрезентативность (иерархия дискурсов, доминирующие и миноритарные дискурсы); 6) интерсубъективность (договорная концепция истины); 7) модальность (дискурс способен нести дополнительную информацию); 8) автопоэтичность, фрактальность (дискурс – это система, которая воспроизводит сама себя).

Можно выделить также некоторые феноменологические акциденции дискурса: 1) анонимность (при наличии ключевых текстов, масса людей, повторяющих эти мантры, действует неосознанно, как коллективное бессознательное); 2) медийность (сегодня не достаточно только выразить мнение, важно ещё его воспроизводить через технические средства); 3) подвижность, динамичность (например, интернет форумы); 4) креативность (например, философия превращается в бесконечные потоки-импровизации великих гуру, выторговывающие новые оттенки смысла, маркирующие пространство, – марка «Деррида» уподобляется в маркетинговой стратегии бренду «Форд») [Дахин, 2011, 11].

Символический мир культуры самоконституируется с помощью опредмечивания и распределмечивания в гегельянстве и марксизме. Конструктивизм социальных нарративов, как принцип функционирования мифологического, религиозного, научного сознания, обусловлен взаимодействием разных планов бытия, среди которых существенным знаком выступает экзистенция и трансценденция. Существенно, что процесс опредмечивания, который носит коллективный характер, обычно не откладывается в социальной памяти: «человек не помнит и не осознает, что социальный мир, каким бы он ни был, был создан людьми и может быть ими переделан» [Дандерон, 2009, 28].

Субъекты конституируют в режиме индивидуальных культурных лабораторий, языковых игр, нуминозной реальности, что даёт им культурную свободу производства и обмена. Феноменология открывает темницу социальности особого типа картезианским сомнением, феноменологическим описанием и герменевтической интерпретацией [Касавин, 1998, с. 118].

Феноменология обращается к смысложизненным структурам, формирующих коллективное сознание социальных групп. Когда мы говорим о конечном продукте, то называем его интенциональностью, направленностью сознания, в содержании которого находятся ценности, смыслы, конструкты *Lebenswelt*. Если мы описываем процесс синергии, создания новых структур, то называем его интерсубъективностью, коммуникативной рациональностью, на границах которой и поддерживаются конституированные объекты жизненных миров: цели, ценности, смыслы, концепции, нарративы, традиции, добытые в результате переживания совместного опыта. Одним из элементов смысложизненного мира выступает дискурсема, категория, замещающая понятие «факт». Дискурсема – это ключевой концепт интерсубъективной реальности; то, что принимается как само собой разумеющееся в некоторой ценностно-смысловой группе. Большинство дискурсем мы не можем ни проверить, ни опровергнуть, они принимаются как часть жизненного мира. В силу разделения идей своих лидеров мнений медиа потребители могут верить или верить тем или иным дискурсемам, формируя общероссийскую коллективную проекцию будущего. Борьба за внимание потребителей медиа продукции и составляет суть политической конкуренции, где классическое понятие истины выступает лишь коммеморативным знаком присутствия.

Медиафакты (дискурсемы) актуализируются в процессе разработки новостных поводов,

существова до этого в виде пустот (неопределённостей) или точек потенциального развёртывания смыслов. Устойчивость журналистских версий поддерживается атрибуированием с медиаресурсами, статусом говорящего, апелляцией к авторитетам, опосредованием привратниками СМИ. Совокупность дискурсом медиареальности образует огромное количество ситуаций для конкретизации. Медиапродукт представляет собой не только совокупность утверждений, но и набор минус стратегий, тотальность сказанного и несказанного, монтаж художественных нарративов. Читая Ингардена, можно заменять «эстетический» на «медийный», чтобы осознать, насколько что нарративизация и дискурсивный характер реальности – это тренд современности. Через медиареальность мир всё больше становится искусством, где фактуальное подменяется эстетическим [Тимошук, 2020].

Заключение

На основе дискурсивных методик я предлагаю студентам феноменологический анализ – список вопросов, поставленный к дискурсу, медийному продукту, художественному произведению, позволяющий прояснить содержание мышления социокультурных групп (на основе линейной модели коммуникации Г. Лассуэлла): 1) кто говорит и какова его позиция в тексте? 2) для какой целевой аудитории? 3) каково послание? с каким ключевым текстом (нарративом, мифом) соотносён говорящий? 4) какая лексика используется и какие гештальты вызывает? в каком экстралингвистическом контексте существует дискурс? 5) какие средства передачи дискурса используются? как осуществляется диссеминация? 6) какая социальная группа объективирует содержание своего сознания через дискурс?

Благодаря опроснику дискурсема может быть зафиксирована, измерена через специальные процедуры, т.к. она артикулирована, дискретна и интерсубъективна. Медиатизация фактов оказывает влияние на их условия истинности, убедительности, возможности верификации и фальсификации [Тимошук, 2011].

В рамках современного образования наша обязанность научить студентов работать с гигабайтами информации, которые мы ежедневно пропускаем через себя. Феноменологический анализ медиареальности – это возвращение к скепсису Пиррона и Секста Эмпирика: «сомневайся во всём» и «проверяй дискурсема».

Библиография

1. Дандерон, 2009 – *Дандерон М.Б.* Социальное конструирование религиозного сознания /Автореф. ... дис. докт.филол.н. Улан-Уде, 2009. 42 с.
2. Дахин, 2011 – *Дахин А.В.* Актуальные исследования коллективной социальной памяти // Коллективная социально-историческая память и вызовы современности. Нижний Новгород, 2011. С. 9-16.
3. Касавин, 1998 – *Касавин И.Т.* Миграция. Креативность. Текст. Проблемы неклассической теории познания. СПб.: РХГИ, 1998. 408 с.
4. Тимошук, 2010 – *Тимошук Е.А.* Медиапродукт через призму теории Р. Ингардена // Межкультурная коммуникация и СМИ: материалы международной научно-практической конференции. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010. С.188–190.
5. Тимошук, 2011 – *Тимошук Е.А.* Медиатизация культуры как тема феноменологии // Личность и профессионализм: гуманитарные аспекты высшего образования: материалы межвуз. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Владимир, 14-15 апр. 2011 г.). Владимир: ВЮИ ФСИН России, 2011. С. 169–171.
6. Тимошук, 2012 – *Тимошук Е.А.* Дискурсивный анализ как феноменологическая стратегия социокультурного описания // Вестник Пермского университета. Серия «Философия. Психология. Социология». 2012. № 4. С. 66-73.
7. Тимошук, 2020 – *Тимошук Е.А.* Феноменология медиадискурса // Язык, право и общество в координатах массмедиа: сб. мат. III Междунар. науч. конф. М.: ИЗиСП, 2020. С. 427-431.

8. Шубрт, 2011 – *Шубрт И.* Парадоксы коллективной памяти // Коллективная социально-историческая память и вызовы современности. Нижний Новгород, 2011. С. 17-24.
9. Keller, 2011 – *Keller R.* Diskursforschung: Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen. Springer; 2011. 136 s.
10. Rizo, 2009 – *Rizo G.* Sociología fenomenológica y comunicología: Sociología Fenomenológica // Revista Fronteiras – estudos midiáticos. 2009. 11(1). P. 25-32.
11. *Siegfried, 2010 – Siegfried J. Schmidt* Literary Studies from Hermeneutics to Media Culture Studies // March 2010 CLCWeb: Comparative Literature and Culture. 2010. 12(1). DOI: 10.7771/1481-4374.1569

Phenomenology of media: context and reflection

Elena A. Timoshchuk

Associate Professor,
Department of Social and Humanitarian Sciences
Vladimir Branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy and Public Administration
600017, 59a Gorkogo str., Vladimir, Russian Federation
e-mail: timoshchuk-ea@ranepa.ru

Abstract

Phenomenology, which has been engaged in overseeing of semantic horizons for a century, is experiencing difficulties in the operational assessment of the meanings of the sociotechnical anthropological turn. Turning to the field of phenomenology of art for analogous models of cognition (R. Ingarden, A.-T. Tymieniecka) is actualized by the author as a condition for understanding modern media reality. From conceptual thinking, we come to the strategy of the visual-projective worldview, where meaning is constituted in human consciousness in the process of transforming sensory experience into the conceptual experience. Mediatization not only increases the amount of information but also does the number of gatekeepers, symbolic interactions, social situations. As a result, we are immersed in the layering of meanings and the constitution of narrations. Our thinking is based on schemes of social interpretation and typification. Sociocultural phenomenology is an effort to focus the blurred horizons of the mediatized reality of the modern information subject.

The paper dwells on the topic of mediareality, which is analyzed in terms of intersubjectivity, intentionality, epoché, lifeworld, presence, the Other. The author handles the meaning of discourse analysis for the phenomenological description of sociocultural objects.

The question is raised of the mediatization of social reality, which generates a multitude of statements, the truth of which a layperson cannot verify. These statements become constructive points of the cultural code. Modern qualitative research goes beyond the field notes and reports of the informants, it must take into account the analysis of all kinds of discourses. Images, narratives, personal stories, representations, discourses constitute the culture of digital consumer society. Millions of people are engaged in the production of values in the field of politics, education, science, art, forming many different individual and collective identities – racial, ethnic, historical-cultural, gender, religious, subcultural, and professional. People, objects, meanings are involved in the negotiation of communicative reality, making public opinion an elusive entity in the ocean of discourses. The narrativeness, reinforced by global networks, connects disparate chronotopes and

modalities, actors and meanings, configurations, and dispositions. A “story-telling” mediatized society is yet another augmented reality to the civilization of the image.

For citation

Timoshchuk E.A. (2020) Fenomenologiya media: kontekst i refleksiya [Phenomenology of media: context and reflection]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 9 (5A), pp. 82-90. DOI: 10.34670/AR.2020.18.91.037

Keywords

Husserl, Ingarden, socio-technical reality, visual culture, media culture, intermediality, phenomenology of culture, sociocultural media objects.

References

1. Danderon, M.B. Sotsial'noye konstruirovaniye religioznogo soznaniya [Social construction of religious consciousness], Avtoref. ... dis. dokt.filos.n. Ulan-Ude, 2009, 42 pp. (In Russian)
2. Dakhin, A.V. Aktual'nyye issledovaniya kollektivnoy sotsial'noy pamyati [Actual research of collective social memory]. Kollektivnaya sotsial'no-istoricheskaya pamyat' i vyzovy sovremennosti. Nizhniy Novgorod, 2011, pp. 9-16. (In Russian)
3. Kasavin, I.T. Migratya. Kreativnost. Tekst. Problemi neklassicheskoy teorii poznaniya [Migration. Creativity. Text. Issues of Non-Classical Theory of Knowledge]. Saint Petersburg: RHGI, 1999, 408 pp. (In Russian)
4. Timoshchuk, E.A. Mediaproduct cherez prizmu teorii R. Ingardena [Media product through the prism of R. Ingarden's theory]. Mezhdunarodnaya kommunikatsiya i SMI : materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Barnaul : Izd-vo Alt. un-ta, 2010, pp.188–190. (In Russian)
5. Timoshchuk, E.A. Mediatizatsiya kul'tury kak tema fenomenologii [Mediatization of culture as a theme of phenomenology]. Lichnost' i professionalizm: gumanitarnyye aspekty vysshego obrazovaniya : materialy mezhvuz. nauch.-prakt. konf. s mezhdunar. Uchastiyem, Vladimir : VUI FSIN Rossii, 2011, pp. 169–171. (In Russian)
6. Timoshchuk, E.A. Diskursivnyy analiz kak fenomenologicheskaya strategiya sotsiokul'turnogo opisaniya [Discourse analysis as a phenomenological strategy of sociocultural description]. Vestnik Permskogo universiteta. Seriya «Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya». 2012, № 4, pp. 66-73. (In Russian)
7. Timoshchuk, E.A. Fenomenologiya mediadiskursa [Phenomenology of media discourse] YAzyk, pravo i obshchestvo v koordinatakh massmedia: sb. mat. III Mezhdunar. nauch. konf.. M.: IZiSP, 2020, pp. 427-431. (In Russian)
8. Shubrt I. Paradoxy kollektivnoy pamyati [Paradoxes of collective memory]. Kollektivnaya sotsial'no-istoricheskaya pamyat' i vyzovy sovremennosti, Nizhniy Novgorod, 2011, pp. 17-24. (In Russian)
9. Keller, R. Diskursforschung: Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen [Discourse Research: An Introduction for Social Scientists]. Springer; 2011. 136 s. (In German)
10. Rizo, G. Sociología fenomenológica y comunicología: Sociología Fenomenológica [Phenomenological Sociology and Communication: Phenomenological Sociology]. Revista Fronteiras – estudos midiáticos, 2009, 11(1), pp. 25-32. (In Spanish)
11. Siegfried J. Schmidt Literary Studies from Hermeneutics to Media Culture Studies. March 2010 CLCWeb: Comparative Literature and Culture. 2010. 12(1). DOI: 10.7771/1481-4374.1569