

DOI: 10.17805/trudy.2018.3.9

## **БЕССОЗНАТЕЛЬНОЕ МЕДИИРОВАННОЙ РЕАЛЬНОСТИ**

*А. А. Калмыков*

*Российский государственный гуманитарный университет*

**Аннотация:** *В статье исследуется проблема картины мира, которую конструируют медиа и которая формируется на основе бессознательного.*

*Текст доклада авторов на Всероссийской научной конференции «Культура между Логосом и Мифом: к проблеме бессознательного (к 80-летию А. Э. Воскобойникова)», которая прошла в Московском гуманитарном университете 26–27 октября 2017 года.*

**Ключевые слова:** *виртуальная реальность; виртуальность; сознание; творческая активность*

## **THE UNCONSCIOUS OF THE MEDIA-DOMINATED REALITY**

*A. A. Kalmykov*

*Russian State University for the Humanities*

**Аннотация:** *The paper studies the issue of the world view that is constructed by the media and formed on the basis of the unconscious.*

*The text of the author's speech at the All-Russian Scientific Conference "Culture between Logos and Myth: on the Issue of the Unconscious (dedicated to the 80th anniversary of A. E. Voskoboynikov)", which was held at Moscow University for the Humanities on 26-27 October 2017.*

**Ключевые слова:** *virtual reality; virtuality; consciousness; creative activity*

Почти общим местом становится сегодня утверждение, что мы погружаемся в пространство, закрытое плотно пригнанными друг к другу экранами, проецирующими калейдоскоп как будто реально происходящих событий. Современный человек вынужден со-бытийствовать не с самим бытием, а с его медийными проекциями, закрывающими собой то, что он сам должен был бы увидеть и понять в окружающем мире. Иными словами, мы живем в медиированной реальности, постепенно освобождаясь от необходимости интерпретационных усилий и личного опыта.

Каков же онтологический статус этой реальности? Действия операторов «как бы» и «на самом деле» амбивалентны почти в той же степени, как и жизнь-смерть кота Шредингера. Но мало кто отважится открыть контейнер с котом, потому что наблюдатель может стать его убийцей. Менее ответственно оставить все как есть в живом и мертвом состоянии одновременно. Так что вопрос о реальности «медиированной реальности» пока остается.

Неограниченный плюрализм цивилизации постмодерна и ризоморфная топология культуры постмодерна позволяют совершенно произвольно выбрать подходящий ракурс для взгляда на происходящее, при котором личностная и групповая философия будут конгруэнтны чувству глубокого удовлетворения или, напротив, неудовлетворения, согласно исходным индивидуальным установкам. Каждый без особого труда может создать свою индивидуальную вселенную из многообразного медийного материала и вселится в нее. Например, такое модное быстро развивающееся направление в подаче новостей, как трансмедиа (Аль-Ханаки, 2017), именно это и манифестирует, связывая одной историей множество коммуникативных каналов и площадок.

Необходимо также отметить постоянное повышение температуры медиа, приводящее по М. Маклюэну к ампутации органов чувств. Прогрев медиа осуществляется за счет усиления их технологической коммуникативной вооруженности. Горячие медиа расширяют чувства до очень высокого разрешения, полностью заполняя информацией содержание. Что довольно хорошо иллюстрирует развитие индустрии клипов, да и возникновение феномена клипового мышления. Если согласится с моделью Маклюэна, предполагающей рассмотрение медиа в качестве расширения органов чувств, то будет понятен механизм ампутации. Маклюэн утверждает, что расширение с помощью медиа — это автоампутация. При постоянном раздражении какого-либо органа или чувства, организм оказывается не в силах устранить источник раздражения, и отключает орган. Нервная система защищает себя посредством изоляции, ампутации «ненормального» органа, чувства или функции. Будучи отделена от тела, функция замыкается и достигает в себе высокой интенсивности, что приводит к блокировке восприятия. Так самоампутация исключает самоузнавание, т. е. рефлексия как функцию сознания.

Получается, что картина мира, конструируемая медиа, формируется преимущественно с отключением сознания. Следовательно, именно бессознательное, со всеми присущими ему свойствами, оказывается ответственным за актуализацию медиированной реальности. Впрочем, следует оговориться, что отключение сознания далеко не всегда означает суггестию, а чаще всего добровольное, но безоценочное, присвоение готовых образцов установок, проинтерпретированных смыслов, эмоционально подкрепленных шаблонами переживания.

По представлениям Ю. Хабермаса, стремясь к пониманию реальности, индивид прилагает интерпретационные усилия для выявления смыслов сообщений. Их совокупность составляет «жизненный мир» участников коммуникации. Социальные процессы (интеграции, социализации, институционализации) протекают в проинтерпретированной культурно-коммуникативной сфере. Ю. Хабермас так определяет понятия культуры, общества и личности: «Культурой я называю запас знания, из которого участники интеракции, стремясь достичь понимания относительно чего-либо в мире, черпают интерпретации. Обществом я называю легитимные порядки, через которые участники коммуникации устанавливают свою принадлежность к социальным группам. Под личностью я понимаю компетенции, делающие субъекта способным к владению речью и к действию, т. е. позволяющие ему принимать участие в достижении понимания и тем самым позволяющие ему утверждать свою идентичность» (Habermas, 1985: 209). При этом под «коммуникативным действием» понимается механизм сохранения или обновления консенсуса как основного фактора солидарности и стабильности общества. Интерпретационная модель Хабермаса сводит культуру к некому банку интерпретаций, процесс упорядоченности которого подчиняется общему вектору — достижению всеобщего консенсуса. Индивид получает готовые образцы интерпретаций и способов интерпретаций, и по мере их потребления становится человеком культуры — личностью. Уже здесь обращает на себя внимание то, что правила интерпретации оказываются вне личности, от которой требуется лишь волевое усилие к обретению консенсуса, то есть единообразного понимания реальности.

Отметим, что подобное понимание вполне соответствует эпохе модерна, но в постмодерне наблюдается прямо противоположный процесс — атомизация и фрагментация интерпретационных усилий, которая, впрочем, не умаляет диктата усиливающегося «коммуникативного действия».

Мир XXI века действительно всё в большей степени презентуется в коммуникативной медиаформе. В итоге эпистема обыденности сегодня — набор не связанных друг с другом знаниевых фреймов-клипов, в точности иллюстрирующих бодрийеровское понятие «симулякр», в котором проявляется отличительная черта постмодернового мировосприятия. С этой точки зрения медиированная реальность — это пространство, густо усеянное симулякрами.

Новейшие информационно-коммуникативные технологии рассказывают нам о реальности, не оставляя возможности осваивать её самостоятельно и непосредственно. Речь идёт о том, что Мишель Фуко называл тотализирующим дискурсом. Реальность конструируется, проектируется, сценируется. Американский медиолог Д. Рашкофф предупреждает даже о

теоретической возможности контроля инфосреды над человечеством и о перспективе возникновения патогенных медиавирусов, искажающих социальную реальность. То есть допускается возможность конструирования реальности людей уже не людьми, а машиной.

Представители Франкфуртской школы (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе, Э. Фромм) утверждали, что организованность современного общества реализуется на основании экономико-технического координирования, осуществляемого за счёт манипуляции потребностями и, как следствие, индустриализации культуры. Индустрия культуры предполагает, что культурные объекты становятся товаром, разработанным для получения прибыли, а сама культура, как следствие, с целью максимизации прибыли подвергается стандартизации, массовизации, стереотипизации. Всё это приводит к потере адекватных представлений о реальности. Опыт, опосредованный медиа, нарушает процессы социализации в обществе, а значит, является угрозой его существованию и воспроизводству. Индустрия культуры приводит к атомизации общества, ослаблению межличностных коммуникаций, взаимному отчуждению индивидов.

Медийная технологизированная реальность вторгается в личное внутреннее пространство человека, формируя, прежде всего, область бессознательного. Причем влияние этих процессов трудно переоценить. Можно даже утверждать, что не только ценности, установки, мотивы, убеждения, автоматизированные логические правила вывода могут быть подвержены коррекции, но и сформированные филогенезом архетипы. Справедливо отмечает профессор А. Э. Воскобойников, что «хотя исторические процессы среднего и высшего уровня ускользают от непосредственного наблюдения и осознания, те из них, которые представляют большую значимость для человеческого существования и жизнедеятельности, запечатлеваются в глубинном бессознательном. Но это не “модельная” форма запечатления, воспроизводящая реальность саму по себе, а скорее программа выживания и развития в многократно повторяющейся физической, биологической или социально-исторической ситуации. Безусловно, ярким примером подобных программ выживания и развития являются архетипы» (Воскобойников, 2012: 122). Проще говоря, архетипы проявляются в форме автоматизированных реакций на те ситуации, которые представляют опасность для самосохранения, сохранения рода и вида, и могут привести к различного рода стагнациям. Однако, например, современная западная «гендерная революция» спровоцированная медиа-вирусом толерантности, как раз и есть та самая опасная ситуация для самосохранения, сохранения рода и вида человека христианской западной культуры, да и западной цивилизации в целом. Похоже, технологии медиа, например, так называемые окна Овертона, добрались до глубинного бессознательного.

В социопсихологическом плане подобное конструкционистское отношение к реальности приобрело название социального конструкционизма. Автором термина считается К. Джерджен. Он представляет из себя мультидисциплинарное интеллектуальное движение, объединяющее психологов, социологов, антропологов, социолингвистов, этнографов, историков культуры и т.п., фиксирующих историческую подвижность и культурную гетерогенность социальных категорий и понятий. Суть этого направления можно обозначить, как постулирование коммуникативной природы знания, что означает рассмотрение знания как побочного продукта не индивидуальных сознаний, а коммунальных отношений все значащие пропозиции, касающиеся реального и правильного, имеют своим истоком отношения (Джерджен, 2000). Знание при таком подходе лишается и эмпирических и внеэмпирических содержаний, а становится предметом конструирования в границах информационно-коммуникативных практик и, прежде всего, СМИ, которые начинают претендовать на место, ранее занимаемое социальными институтами науки и образования. Релятивистская природа медиа активно противостоит нормативной природе образования и науки, что приводит к шизофреническому расщеплению не только знания, но и социальных отношений. Представление о реальности, формируемое в рамках этого подхода, с необходимостью предполагает включение фактора конструируемости, без которого реальность просто не может быть осмыслена.

Да и сама современность является медийно-маркетинговой конструкцией. Жизненные циклы производства, потребления и утилизации вещей выступают в роли метронома, задающего доминирующий ритм современности, жизненные циклы производителей и потребителей. Есть вещи современные, и есть вещи устаревшие, только приобретение первых и избавление от вторых (утилизация) означает современность. Старое тоже может быть осовременено с помощью процедуры винтажности. Иное поведение — обозначает отсталость, что равносильно исключению из приличного общества. Быть современным, пребывать в современности — значит осовременивать обновление товаров на рынке. Причём уже здесь выделяется дорогая и дешёвая современности, снабжённые атрибутами элитарности и общедоступности соответственно, заменяющие собой качества сакральности и профанности. Есть и бесплатная современность для нищих, выступающая в качестве средства управления. Во всех случаях для поддержания свойств современности широко используются информационно-коммуникативные технологии, задачу которых можно свести к брэндированию современностей разного ранга и связыванию материальной продукции со свойствами хронобрэндов.

Почти то же самое происходит и с пространством. Современные люди — *urban nomads*, «городские кочевники». За их внимание борются множе-

ственные визуальные каналы коммуникации — от экрана смартфона до многоэтажного здания. Что происходит с пространством, оказывающимся в распоряжении корпораций, и что такое глобальный массовый орнамент? Мы имеем дело не просто с суммой известных практик — архитектурных/семиотических, — но с новым явлением, в рамках которого используются социальные медиа и даже сами по себе социальные процессы (Gutzmer, 2013).

Возвращаясь к роли бессознательного в этих процессах, вспомним трактовку этого термина русским философом Н. О. Лосским. Он выводил факт существования бессознательного, в отличие от Фрейда и его школы, без привлечения фактологии проявлений бессознательного в деятельности и поведении, а на основании свойств самого сознания, из сознания. Это на наш взгляд чрезвычайно важный момент, опровергающий тезис о доминировании бессознательного в человеческой психике.

«Если для сознания необходимы два фактора — психическое состояние и рефлексия на него, то можно допустить, что бывают случаи, когда психическое состояние возникло, а рефлексия на него не последовала; иными словами можно допустить существование бессознательных психических процессов» (Лосский, 1995: 49).

Откуда, между прочим, следует необязательность связывания бессознательного с телесным, чувственным, инстинктивным, и сексуальным. Область бессознательного также оказывается открытой рациональному и трансрациональному, как и область сознания.

В то время как картина мира, социализированного индивида строится без контроля сознания в области бессознательного (подсознания и сверхсознания) новейшие эпистемы, порождаемые расширяющейся системой массовых коммуникаций (медиа), ядром которой становится сеть сетей — Интернет, остаются продуктами сознания. Причем столь же актуальным остается вопрос — содержатся ли в них только то, что уже есть в сумме индивидуальных сознаний, или в них есть нечто иное, объективное, но не осознаваемое. А поскольку сопутствующее и выводимое из сознательного бессознательное также может быть найдено и объективизировано во внешних по отношению к человеку коммуникативных средах, то возникает вопрос об их определенной автономности и даже самостоятельности. То есть оказывается возможным наделение информационно-коммуникативных образований свойствами и качествами присущими психическим организмам: поведением, деятельностью, мышлением и т. п.

Так мысль русского философа Лосского выводит на иное понимание современных коммуникативных процессов, заставляет предположить, что коммуникативистика — это наука об условиях рождения и жизнедеятельности особых информационно-коммуникативных организмов, вступающих

в определенное взаимодействие с нашими сознаниями, поражающими или, напротив, порождающими их. Причем в этом взаимодействии, как и в межличностном общении, важную роль играют иррациональное, рациональное, трансрациональное.

Отсюда следует достаточно неожиданный вывод, о субъектности медиированной реальности, и как следствие, возможности и необходимости диалога с ней. Понимание этого, в какой-то степени снижает остроту проблемы тоталитарного дискурса медиа.

Здесь вскрывается фундаментальное противоречие. С одной стороны синонимический ряд: медиированная реальность, медиа в целом, система массовых коммуникаций и т. п. являются результатом совокупной сознательной человеческой деятельности, однако возвратное влияние всего этого на человека затрагивает преимущественно бессознательный уровень и ставит человека в положение объекта по отношению к субъекту медиа. «Человек же в таких условиях превращается в обезличенный механически функционирующий агрегат, а его творческое начало и “высокий полет души” остаются невостребованными. Духовной же пищей такого “регламентированного” человека призвана стать (по мнению тех, кто в таком человеке заинтересован) масскультура» (Воскобойников, 2012: 121–122), или то же самое медиа.

О каком же диалоге здесь может идти речь, если человек низводится до состояния вещи (объекта), а его творение, доросшее до состояния системы массовых коммуникаций (СМК) субъективируется? Это отнюдь не риторический вопрос. Ясно, что этот диалог, чтобы быть продуктивным, должен носить мейевтический (по Платону) характер, и как минимум давать новое знание о самом человеке. В какой-то степени здесь актуализация древнего противоречия между цивилизацией и культурой, но на новом более интенсивном уровне. Цивилизация с ее стремлением к комфорту и безопасности требует развития технологий, которые постепенно отчуждают человека, как субъекта культуры. Например, быстро развивающаяся технология так называемых «больших данных», позволяет получать правильные ответы на неправильные вопросы, но не позволяет узнать, как и на основании чего, это происходит. Этим человек постепенно отчуждается от процесса принятия решений в самых разных областях.

Для того чтобы постараться ответить на этот вопрос и не позволить машине занять положение Сократа в гипотетическом диалоге познакомимся поближе с потенциальным собеседником, т. е. с системой массовых коммуникаций (СМК).

Наиболее существенны для обсуждаемой темы, следующие системные свойства СМК:

1. *СМК устанавливает новые критерии достоверности, верифицируемости и способы интерпретации события через референцию структуры информации.* Качество информации о событии становится зависимым не от её новизны, полноты, логичности, ясности и других привычных критериев, а от того, в какой степени эта информация способна центрировать собой порождённую ею коммуникативную структуру, что в свою очередь зависит от того, насколько форма её представления соответствует сложившимся на данный момент нормам. Известная оппозиция «содержание — форма» в СМК приведена к конструктам: «формат-контент» и «дизайн-контент», в которых снято исходное категориальное противопоставление.

По М. Маклюэну, «средство есть сообщение». Факт установления коммуникации для передачи контента — уже контент. Отсюда и появляется новый критерий достоверности — более достоверно то, что по своей структуре более соответствует СМК в целом и выработанным внутри неё форматам. Например, так называемый плоский текст, то есть сообщение, не связанное гиперссылками с другими текстами, априори менее достоверно, чем текст, отсылающий к другим текстам. Это значит, что смысл сообщения более содержится в формате или дизайне, чем в контенте.

Значит ли это, что для налаживания коммуникации с системой массовых коммуникаций необходимо изучать изменения структуры информации и особое внимание уделять различению форматов и дизайнов и именно через них пытаться создавать новые смыслы — трудно сказать. Но именно этот момент мы наблюдаем в трендах развития современного искусства.

2. *Способность СМК генерировать фактичность общей событийности*

СМК создало условия, при которых каждый представитель человечества насильственно оказался причастным ко всем событиям, независимо от того, где эти события происходят и имеют ли они к нему отношение, что и является главной пружиной информационной глобализации. Она, с одной стороны, обеспечивает расширение поля сознания и формирование чувства принадлежности к глобальным цивилизационным процессам, но, с другой, разрушает всякую частность. Причём виртуальные реальности общей событийности имеют более низкий онтологический статус, чем частная событийность. В итоге формируется норма сниженного эмоционального реагирования на плохое и хорошее, то есть эмоциональное оупление и нравственный ступор. Так под информационно-коммуникативным ударом оказывается личность человека, его эмоционально-волевая сфера.

Удар, безусловно, нужно держать и от него отклоняться. Однако радикальное избегание путем выбрасывания из окна телевизора и компьютера не будет верным решением. В этом случае выбросить придется и само окно, и вообще все вещи и все орудия, когда-либо произведенные человеком. Все



они функционально включают коммуникативную (медийную) составляющую. Возможно, здесь следует говорить о двух вещах. Во-первых, о возвращении всечеловечности или о космополитизме, в том плане, в котором об этом писал Ф. М. Достоевский, т. е. об осознании ответственности за все происходящее и признание факта личной к этому причастности. Во-вторых, о замещении информационной глобализации информационной глокализацией, предполагающей усиление всего спектра идентичностей: религиозной, государственной, гражданской, этнической, языковой и т. п.

*3. Направленность СМК на глобальную структуризацию событийно-сти в слове и языке.* Условием появления системы массовой коммуникации как целостности является наличие метаязыка, связывающего все языки, и не только естественные национальные языки, но и профессиональные сленги, языки программирования, языки символов, языки жестов, языки газетных заголовков и др. Однако составить его словарь и написать правила вряд ли когда-нибудь станет возможным. Впрочем, такие попытки предпринимаются, в частности в проекте третьей версии сети, что предполагает алгоритмизацию процессов производства понятий и стандартизацию правил вывода. Если действительно мегамашину (СМК) научат работать с понятиями и делать выводы, то какое влияние это окажет на культуру? Ведь машина это будет делать явно примитивнее, но зато неизмеримо быстрее.

Интернет уже сегодня, как информационная система, позволяет структурировать знание относительно любого произвольного понятия или термина, то есть знание становится принципиально и во всём релятивистским, поскольку в качестве первоначала конструируемой системы понятий может быть использовано произвольное высказывание. Каждый пользователь приобретает способность словом заново пересоздавать вселенную, правда, только свою и только виртуальную. Бесконечная вариативность и произвольность этих вселенных напоминает новое вавилонское столпотворение. Возникает парадоксальная ситуация, когда развитие коммуникаций приводит к невозможности коммуникации, поскольку каждый индивид замыкается в своём искусственно созданном мире.

Современный русский философ Ф. И. Гиренок обозначил некоторый дословный период развития человеческой культуры, при котором слово ещё не являлось средством коммуникации, а играло роль камертона, настраивающего общество на гармонические вибрации общего смысла. Слово изначально не требовало шифрования и дешифрования, так как не являлось системой условных знаков и, следовательно, не требовало и перевода с одного языка на другой. Язык как самоопределяющаяся лингвистическая система ещё не существовал. Слово было фонетическим образом бытия, понятным без перевода всем тем, кто имел отношение к Бытию. Быть Чело-

веком (слав. Словеком) означало просто Быть, то есть общаться не только с людьми, но и со всеми другими тварями, имеющими дар жизни, но в первую очередь с Творцом. Этим словом «всякая тварь славит Господа».

Изобретение алфавита и письменности способствовало превращению слова в код и, соответственно, разделению единого человечества на языки. Вавилонское столпотворение как раз и свидетельствует о перерождении слова и о следствии перерождения слова — разделении языков. Примечательно, что образ Вавилонского столпа всё чаще появляется на страницах популярных изданий в связи с глобализацией и глобальными коммуникациями, как будто, несмотря на декларируемый всеобщий плюрализм, абсолютную толерантность и политкорректность, человечество ждёт новое разделение, множественность иерархий постсловности посткоммуникативной цивилизации.

Упомянутая выше клиповость может стать основой для возникновения этой новой постсловности, превратив клипы в иероглифы будущего глобального языка. В этой связи можно упомянуть такое лингвистическое явление как хештег, а также победное проникновение в язык повседневности многообразных сетевых жаргонизмов и смайликов. Язык безусловно живой организм, развивающийся по свои правилам. Однако это не означает, что он не требует защиты. Человек, сделавшись безъязычным, не сможет вступить в диалог ни в каком качестве. В целом речь идёт о проблеме экологии информационно-коммуникативных сред, то есть о связи качества коммуникативной среды и качества жизни, для обеспечения которого необходимы изменения структуры сознания и мышления в направлении достижения соответствия усложняющемуся миру.

*4. СМК способно производить собственные события.* Если М. Маклюэн придавал медиа функции глобального медиума, то медиа в формате СМК уже Демиург. Здесь существенное отличие СМК от СМИ. Суть его в том, что структура информации, а не сама информация является условием коммуникации, следовательно, событие — это порождение новых коммуникаций. Происшедшее в предэкранном мире имеет значение только в том случае, если оно порождает или способно породить новые коммуникации. Причём только те из них, которые могут вызвать структурные изменения в самой системе. Так, например, «раскрутка» есть не что иное, как создание новой коммуникативной структуры, центрированной тем, что раскручивается, например, брендом. Тот факт, что подчас, как в примере с брендом, новая коммуникативная структура центрируется симулякром, заставляет переносить уже на неё свойства знака без значения — пустого знака.

Наиболее ощутимым в СМК является возникновение коммуникаций нового типа, то есть симулятивных коммуникаций. Действительность уже

не отражается СМК, а управляется ею. В этом смысл понятий медиированной реальности и конструкционистского подхода к анализу современности. Нас уже не спрашивают, нам рассказывают и показывают.

Не менее значимыми являются проблемы психологических загрязнений и защиты от токсичной информации, распространение которой можно назвать информационным терроризмом. Фактор медиа, включает всё то, что нас сегодня куда-то зовёт, что-то нам обещает и, создаёт, прежде всего, городской мир, городскую среду нашего существования.

Таким образом, под вопросом становится сама категория событийности, а именно различия событийности во вселенных созданных СМК, и поюстороннем от экранов мире. Нужно научиться отличать одно от другого, принимая во внимание тот факт, что и то и другое носит коммуникативный характер. Более того собственные события СМК маскируются под действительные события и формируют в бессознательном необходимые для этого перцептивные инструменты.

Хотелось бы закончить эту статью каким-либо универсальным рецептом, как строить диалог с СМК. Однако вряд ли это возможно в принципе, уже по той причине, что развивая критический взгляд на медиа мы никуда из медиа не выходим, пользуясь не только медийными технологиями, но и медийной концептуалогией и идеологией. Впрочем, три взаимосвязанных момента можно обозначить достаточно уверенно.

Во-первых, необходимость сквозного и непрерывного, начиная с самого начального уровня, медийного образования. Его задача научить различать качество медийных продуктов и привить ответственность за участие в их производстве. Если сказать проще — заново научить говорить, читать и писать.

Во-вторых, актуализация проблемы оправдания человека (антроподекции) в условиях диктата медиированной реальности, которую из медиаразмерной нужно сделать человекоразмерной.

В-третьих, и первое и второе невозможно достичь без расширения опыта рефлексии тесно связанной с личным религиозным опытом.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аль-Ханаки, Дж. А.-Н. (2017) Принципы трансмедийного повествования в новостных историях : автореф. дисс. ... канд. филол. н. М.

Воскобойников, А. Э. (2012) Бессознательное и сознательное в единении и на миру // Знание. Понимание. Умение. № 2. С. 119–125.

Джерджен, К. Дж. (2000) Социальное конструирование и педагогическая практика // Образовательные практики: амплификация маргинальности. Альманах № 4. С. 74.

Лосский, Н. О. (1995) Чувственная, интеллектуальная и мистическая интуиция. М. : Республика.

Gutzmer, A. (2013) Brand-driven city building and the virtualizing of space [Research in planning and urban design]. Routledge.

Habermas, J. (1985) Theorie des Kommunikativen Handelns. 3, durchges. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

*Дата поступления: 30.12.2017 г.*

**Калмыков Александр Альбертович** — доктор филологических наук, кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры связей с общественностью Российского государственного гуманитарного университета, профессор кафедры журналистики Академии медиаиндустрии, член Союза писателей России. Тел.: +7 (910) 460-40-80. Эл. адрес: alex.kalmykov@gmail.com

**Kalmykov Aleksandr Albertovich**, Doctor of Philology, Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Professor, Department of Public Relations, Russian State University for the Humanities, Professor, Department of Journalism, Media Industry Academy; Member, Writers Union of Russia. Tel.: +7 (910) 460-40-80. E-mail: alex.kalmykov@gmail.com

---

**Для цитирования:**

Калмыков А. А. Бессознательное медиированной реальности [Электронный ресурс] // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2018. № 3. URL: <http://journals.mosgu.ru/trudy/article/view/746> (дата обращения: дд.мм.гг.). DOI: 10.17805/trudy.2018.3.9