УДК 101.1:316

DOI 10.17516/2311-3499-022

СЕМЬЯ КАК МИШЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ**Е.Г. Прилукова**

На рубеже XX–XXI веков необычайно актуальна проблема взаимодействия Человека и общества. Человек становится конструируемым и ведомым. Одним из эффективных инструментов «создания» человека-объекта выступает язык образов средств массовой информации и коммуникации. Образы экрана есть метаязык настоящего времени и оружие информационно-психологической войны. Они предлагают видение реальности на расстоянии. Однако это репрезентация реальности. Так образы конструируют иную реальность, в которой мысль замирает, благодаря чему происходит подмена одних ценностных ориентиров на другие. Особую роль играют субъекты, создающие и тиражирующие образы. Следовательно, внимание нужно уделять содержанию образов, потому что любое сообщение должно строиться с учетом культурно-исторических условий и традиций развития общества. В противном случае возникнет угроза существования самому обществу. Одной из основополагающих ценностей общества, по которой наносится удар, является семья, оказавшаяся мишенью информационно-психологической войны. Новый язык времени убедительно сообщает о ее ненужности. Яркий пример такого «убеждения» – главный герой телевизионного сериала. Возникает потребность в осмыслении содержательного компонента телевизионного сериала и особенностей его восприятия через призму социокультурных ценностей конкретного общества. В противном случае нас может ожидать утрата понимания своей культуры, да и самих себя.

Ключевые слова и фразы: *мишень информационно-психологической войны; семья; телевизионный сериал; коммуникативные технологии; образ масс медиа; реальность; симулякр; язык.*

FAMILY AS TARGET OF INFORMATION-PSYCHOLOGICAL WAR**E.G. Prilukova**

The problem of interaction between man and society is extremely urgent at the turn of XX–XXI centuries. Man is becoming designed and driven. The language of images of the media and communication is one of effective tools for creating a human-object. The images of the screen are a metalanguage of present and a weapon of information and psychological war. They offer a vision of reality from a distance. However, this is a representation of reality. So, the images design a different reality where the thought freezes and thereby some value orientations are substituted with others. A special role is played by the actors creating and replicating images. Therefore, attention should be paid to the content of images, as any communication should be built up taking into account the cultural and historical conditions and traditions of the development of society. Otherwise, there will be a threat to the existence of society itself. One of fundamental values of society, the family, takes a hit; it is a target for information and psychological war. The new language of time convincingly reports uselessness of the family. A vivid example of such a "persuasion" is the protagonist of a television series. There is a need to understand the content of television series and the peculiarities of its perception from the perspective of social and cultural values of a particular society. Otherwise, we may expect a loss of understanding of our culture and even ourselves.

Keywords and phrases: *the target of information-psychological warfare; a family; TV serial; communicative technologies; the image of the media; reality; simulacrum; language.*

Рубеж XX–XXI веков необычайно остро предъявил миру проблему взаимодействия Человека с обществом как проблему его пребывания в нем в качестве субъекта. Стремившийся постоянно к обретению свободы, что служит необходимым и достаточным условием его становления как субъекта общественных отношений, человек все более и более наделяется качествами их объекта, подчиняясь логике цифрового кода и практикам манипуляции сознанием. Человек становится конструируемым со стороны общества и, следовательно, предсказуемым и ведомым, что в конечном итоге не способствует развитию общества. Одним из наиболее эффективных инструментов «создания» человека-объекта выступает язык средств массовой информации и коммуникации. Исследовательский интерес философии к нему направлен, прежде всего, на осмысление природы языка как системы знаков, связанной с деятельностью человека, его мышлением и сознанием [Кузнецов 2013]. Иными словами, философский анализ языка ориентирован на описание мира через призму отношений конкретного способа мышления с языком. Поэтому язык представляется как некое связующее звено между *природой человека и поисками им смысла своего предназначения в познаваемом мире*, когда язык «обеспечивает преемственность смысла и только потом реализует себя в речевых практиках, оживляющих языковые семантические коды» [Кребель 2002: 121]. Исходя из такого понимания языка, и возникает потребность в осмыслении формирующегося сегодня «дизайна» языка масс-медиа в России, который даже при первом приближении к его рассмотрению, наводит на мысль о необходимости защиты русского языка как основополагающего компонента многовековой культуры народа.

Русский язык средств коммуникации и информации наполняется элементами других языков (от естественных до искусственных), доминирующими среди которых выступают англицизмы не только в форме интернет-символов с их изначально англоязычной семантикой, но и в содержании медиа-образов. Англицизмы в их американской интерпретации присутствуют повсюду на экране – в публичных представлениях государственных и общественно-политических деятелей, представителей «индустрии грез», названиях повседневных событий и вещей.

Ни для кого не секрет, что язык тесно связан с его обладателем и носителем – человеком, как способ его *явления* миру, поскольку «существо языка как жилище человеческого существа» [Хайдеггер 1993: 203]. Однако язык, заключенный в образы, становится неким «слабым звеном», его содержание заменяется зрелищностью формы, и, как результат, формируется особая языковая мода со своими законодателями в виде «героев нашего времени» на экране, неотягощенными языковой культурой и тиражирующими потоки семиотических ошибок. Обусловлено это не только и не столько процессами глобализации, ведущими к «становлению глобального коммуникационного пространства, которое оказывает существенное влияние на все стороны жизни общества, отдельного человека, на культуру и на язык как одну из важнейших форм культуры» [Миронов 2006: 27], сколько отношением самого общества к языку, который одновременно, отражая уровень его общей культуры, мыслительную и духовную деятельности, задает в общественном и индивидуальном сознании смыслы и влияет на характер взаимоотношений общества и человека. Ведь только человек говорящий, мыслящий и творящий способен, осмысливая и придавая значение миру, сознательно осуществлять выбор языковых средств для его описания и принимать решения о своих поступках. Все сказанное вполне применимо к анализу основного языка современности – языка образов масс-медиа.

Трансформации современного языка обсуждаются не только представителями научного сообщества различных отраслей (В.Г. Кузнецов, Е.С. Кубрякова, А.Н. Портнов, В. Руднев, А.П. Сковородников, В.И. Шаховский и др.), но и государственными, политическими, религиозными и общественными деятелями (В.В. Жириновский, патриарх Кирилл, С.В. Лавров, С.М. Миронов, В.В. Путин, В.Р. Соловьев, и др.).

Цель статьи: показать статус языка образов экрана как метаязыка настоящего времени и одного из наиболее эффективных инструментов информационно-психологической войны. В соответствии с поставленной целью можно сформулировать и задачи данной статьи: показать

природу образа экрана, позволяющую ему обрести статус метаязыка; провести анализ типичных образов идоказать, что образ экрана – инструмент современной информационно-психологической войны.

Методы исследования, дополненные национальной программой культуры понимания [Франк 1990: 324], определяются основными стратегиями герменевтики [Бахтин 1979; Гадамер 1988; Кузнецов 2010; Мотрошилова 2003]. Методологический герменевтический стандарт основан на понимании смысла текста как отношения сознания к реальности вообще. Однако воспринимающий текст человек выявляет интересующие его характеристики и порождает смыслы через интерпретацию. Смыслы обусловлены социокультурным контекстом времени и спецификой как воспринимающего, так и воспринимаемого. Под текстом в данной статье понимается все, что «обладает... возможностью (про)чтения. ...то, что может кем-либо когда-либо быть прочитанным» [Анкин 2003: 18].

Материалом для исследования выступают сообщения «героев нашего времени», зафиксированные образами телевизионных сериалов канала «Россия 1».

Результаты исследования

Образ экрана достаточно специфичен и неоднозначен по своей природе, воплощая в себе эффект *видения* реальности на расстоянии. Однако эта реальность актуальной не является в полном смысле, поскольку факт ее фиксации камерой есть некий опыт тех или иных людей, которые его осуществили. Образ масс-медиа порожден творческим интеллектом человека с использованием возможностей современных электронной техники и технологий массовой коммуникации, созданных им же (человеком) [Прилукова 2011: 148–149]. Иными словами, он – *результат деятельности человека*, связанный с ее специализацией и расширением в недрах актуальной реальности, которой стремится соответствовать в качестве некоего ее семиотического аналога, ибо знаковость охватывает по существу весь мир, приспособленный человеком для жизнедеятельности [Лотман 1999]. Заключение в вербальной и визуальной формах реальность в экранном образе представляет собой не что иное, как специфический знак и символ ее репрезентации. Образ «считывается» глазом и быстро проникает в сознание человека, поскольку привлекателен своей яркостью и динамичностью. Он предлагает увидеть картину того или иного события в полном объеме, как с высоты птичьего полета, обращая при этом внимание на конкретные моменты события при помощи перемещающегося «глаза» камеры, специальных эффектов и голоса или молчания в кадре и за кадром. Таким образом, происходит «продвижение» перцептивных данных в сознание – от видения глазом к когнитивной репрезентации информации о мире. Представления воспринимающего о воспринимаемом развиваются, и обыденные репрезентации мира приобретают статус здравого смысла. Постепенно граница между миром реальным и миром на экране «размывается» – эффект видения реальности замещается ее симулякр с обликом достоверности. В результате на месте актуальной реальности оказывается потенциальная или виртуальная, когда порожденные объекты взаимодействуют с порождающими их на равных правах в онтологическом плане. Более того, виртуальные объекты постепенно начинают обретать статус эйдосов (греч. *eidos* – вид, образ, образец) Платона как форм, существующих отдельно от единичных вещей в качестве их определяющего и порождающего начала [Платон 2007].

Создавая симулякр реальности, современное телевидение, заключив в себя последние технические достижения и «проникая» к каждому в его дом, фактически не позволяет зрителю принимать участие в осмыслении реальности, оно само ее творит, ибо «включая телевизор, зрители. ...оказываются в поле телевидения, вмешаться в которое, очевидно, не в их силах...» [Вирильо 2004: 117]. В силу своей массовости оно максимально упрощает содержание реальности – понятно должно быть всем смотрящим на экран. Картина мира *формируется* в соответствии с правилами создания знаков и символов экрана и *форматируется* зрителем не столько по своему усмотрению, сколько *в соответствии* с общепринятой логикой экрана «как все». Теперь «быть» становится синонимом показаться на экране [Бурдьё 2002: 25]. Потребности и ценности общества

интерпретируются и переинтерпретируются в безграничном многообразии телевизионных текстов, принося все новые смыслы в понимание мира и предлагая стандарты не только внешнего вида, но и мышления. Постепенно язык телевизионных образов становится метаязыком повседневности, и предлагаемая им металингвистическая модель мира редуцируется к его экранной репрезентации. Человек погружается в среду образов экрана как в свою собственную среду обитания – он «проживает» в них.

Образы экрана как язык современной эпохи «всевидающего» ока реагируют на изменения, происходящие в обществе, являясь при этом его частью, следовательно, изменяются вместе с обществом. Они оказывают существенное влияние на общество, и именно это влияние имеет отдаленные последствия в силу их эмоциональной окрашенности и привлекательности. Внешний вид, слова из уст героев и решающие проблему поступки запоминаются быстрее и дольше сохраняются, оседая в пластах бессознательного, поскольку не всегда вызывают понимание, которое требует времени на осмысление. Формируется новое – неустойчивое и динамичное – семантическое пространство языка экрана, зачастую не совпадающее с концептосферой языка народа, что сказывается на когнитивной деятельности личности. Сочетание видеоряда и текста в демонстрируемом массмедийном поведении приводит к формированию «другой языковой личности» [Сиротинина 2009] с другим мировосприятием и мировоззрением; ее языковой ландшафт характеризуется, с одной стороны, огромным разнообразием знаков и символов различных языков преимущественно в визуальной форме, с другой – «смертью» слова в его привычном понимании. Все это создает благодатную почву для развертывания информационно-психологических войн.

Многогранность и сложность понятия информационно-психологической войны и отсутствие его универсального определения в словарях и справочниках, несмотря на интерес многих авторов к данному феномену, требуют некоторого его уточнения. В данном исследовании под ней будет пониматься *система действий сторон (не всегда открыто противостоящих друг другу), направленных на намеренное разрушение социокультурных оснований путем трансформации в сознании индивида и общества их когнитивной картины мира, смены их эмоционально-оценочного отношения к фундаментальным понятиям и традиционным представлениям, составляющим духовные основы народа*. Безусловно, данное определение не претендует на признание его бесспорности и предполагает дальнейшее развитие, поскольку информационно-психологические войны стали характерной чертой повседневности во многом благодаря не только развитию техники и технологий информационного общества, но и становлению общества глобального рынка и тотального потребления.

В информационно-психологических войнах используются различные средства доставки информации, одним из них с уверенностью можно назвать такой вид продукции телевидения, как современный сериал. Он практически всегда отказывает зрителю в возможности поразмышлять, все уже продумано за него и конструируется по четким правилам жанра эпохи дня сегодняшнего, обращаясь в подавляющем большинстве к чувствам. Несмотря на зафиксированную тенденцию отказа от времяпрепровождения у экрана телевизора, в среднем жители Российской Федерации проводят около него 223 минуты в сутки [Телекомпания «Мир»], каждая третья просматриваемая программа – телевизионный сериал.

Обычно на производство одного телевизионного сериала в стандартные 16 серий, что продиктовано *потребностями рынка*, тратится месяц-полтора. Затем начинается его «самостоятельная жизнь», как правило, с продолжением. Слово в телесериале «подавляется» картинкой визуального ряда: оно практически не нужно, поскольку все разговоры в основном одних и тех же и об одном и том же – о работе и любви – картинки меняются значительно чаще (новая встреча, новая машина, новая квартира, новый маникюр, новый муж и т. п.). В речах героев отмечается обеднение лексикона и фразеологических ресурсов, отсутствие владения многозначностью, немотивированная замена русских слов иностранными, употребление

жаргонизмов, криминальных метафор и т. п. Герои не отягощены красноречием – они действуют, книг не читают – они постоянно *«действуют»*.

Из богатого арсенала телевизионных сериалов зрители отдают предпочтение детективам и криминальным драмам, действие которых разворачивается в настоящее время (83%) [Ачкасова, Суанова 2017]. Хотя сегодня довольно трудно отличать один жанр телесериала от другого, потому что в них обычно происходит их смешение, например, одно из последних произведений канала «Россия 1» «Склифосовский» (2012, реж. А. Селиванов) не попадает под четкое описание какого-либо одного жанра, как и многие другие. В нем можно встретить элементы мелодрамы, комедии, трагедии и криминальной драмы. Вместе с перемешиванием жанров можно наблюдать и перемешивание смыслов, когда за 40–45 минут демонстрации серии, неоднократно «разрезаемой» рекламными вставками со своими сюжетами, зрители вместе с героями «проживают» встречи, любовь, радости и потери самых близких людей, приглашаются за покупками и в путешествия, «лечатся в миг снимающими боль» препаратами и т. д.

В образах сериала можно найти смыслы прямо противоположные, но не открыто демонстрируемые; так семья заменяется случайными связями на работе, главные действующие лица, отстаивая справедливость или защищая человека, оказываются в серьезном конфликте с законом и успешно разрешают его, опять-таки конфликтуя с законом. Все это довольно четко вписывается в характеристики эффективных инструментов «мягкой» силы, применяемых в стратегии и тактике ведения информационно-психологических войн.

Причем удары в этих войнах все чаще наносятся не по противнику, а по самим себе, по своим основополагающим ценностям – жизнь, любовь, семья, справедливость, достоинство человека, уважение другого и т. п. Следовательно, само общество в лице своих масс медиа становится своим собственным врагом, разрушает само себя. Именно ценности, занимая важное место в структуре личности, во многом определяют направленность поведения человека, содержание его социальной активности и общее отношение к миру, себе и другим. Поэтому изменение ценностей и ценностных ориентаций влечет за собой изменение себя в обществе и отношение к нему [Мотрошилова 2010].

Важное место в системе ценностей занимает семья как компонент социального бытия и становления человека. Сегодня она стала мишенью в информационно-психологической войне. Безусловно, в обществе постиндустриальном неизбежны изменения в отношении семьи в результате переоценки ее ценности как на основе переоценки ценностей современного мира, так и на основе развития высоких технологий коммуникации. Ценностный статус семьи значительно стал изменяться по сравнению с предыдущими эпохами – она стала неустойчивой и «прозрачной» для публичной сферы, но при этом не изжила себя. Обращение к образам телевизионных сериалов позволяет высказать мнение, что в их содержании семья стала лишним компонентом для стремящейся к успеху и признанию личности. Кроме того, в телевизионных сериалах наших дней образ женщины наделяется чертами «мужской» линии поведения – стремление к карьерному росту и финансовой самостоятельности, равенство с мужчинами, переходящее порой в превосходство над ними в решении сложнейших проблем («Жена полицейского», 2017, реж. А. Соловьев; «Следствие любви», 2017, реж. А. Мармонтов и др.).

Обратимся непосредственно к содержанию нескольких конкретных образов современного телевизионного экрана на примере наиболее повторяемых детективных сериалов.

Одним из культовых «долгожителей» на российском канале оказались «Тайны следствия» – 1–17 сезоны (2000–2017, реж. А. Бурцев, И. Макаров, М. Вассербаум, А. Богданов, Н. Шабанова, О. Кандидатова, В. Шевельков и Е. Баринов), и уже запланирован 18 сезон. Фильм присутствует на экране канала «Россия 1» практически весь календарный год.

Сюжет телесериала достаточно прост: из одной серии в другую, от сезона к сезону главная героиня – следователь Мария Швецова – стоит на страже закона, успешно раскрывая сложнейшие преступления, забывая о себе и своих близких. На первый взгляд, выглядит все вполне благополучно: у молодого следователя есть семья (муж и сын). Однако семейная жизнь не

складывается и семья распадается. М. Швецовой постоянно приходится делать выбор между *своей* семьей и *своей* работой, и этот выбор чаще всего оказывается не в пользу первой. Даже в ожидании рождения дочери героиня при исполнении.

Общение с детьми и мужем часто сводится к контрольным звонкам по телефону или обсуждению рабочих вопросов и, несомненно, включает рабочую лексику. Приведу типичные примеры этого общения.

Из диалога М. Швецовой с дочерью:

– *Мама, ты придёшь к нам, или опять кого-нибудь грохнут?*

– *Что за выражения?*

– *Ну, замочат.*

– *Будем надеяться, что никого не грохнут и не замочат. А это что?*

– *Шпаргалка. Не могу же я всё знать.*

– *А больше ни на чём нельзя было написать?*

– *Нет. Никаких бумаг, кроме твоих “обвиниловок”, в доме нет* (Форум «Тайны следствия», 2018).

Из приведенного фрагмента достаточно отчетливо просматривается «рабочая» атмосфера в семье, когда социальные роли матери и жены подавляются профессиональной ролью следователя. Дом «живет» ее работой – даже другой бумаги, «кроме “обвиниловок” в нем нет».

Любящий муж, приходя на работу к своей жене и планируя провести время с ней, обращается к ней с использованием преимущественно «производственной» лексики («подозреваемый», «обвиняемый») и вовлекается в производственный процесс (необходимо сделать звонок по просьбе супруги).

– *Подозреваемый Луганский по вашему приказу прибыл!.. Свидание в прокуратуре... интересно... Но ты домой заходи. Я там иногда бываю.*

– *Я бываю дома. Но ты в это время спишь. Или прикидываешься. Ладно. Ты же английский знаешь?*

– *Все познается в сравнении: по сравнению с тобой – да, но хуже, чем Барак Обама* (Форум «Тайны следствия», 2018).

В 15-ом и далее сезонах общение супругов все больше перемещается в виртуальное пространство – М. Швецова постоянно в работе. Опосредованная техническими средствами коммуникация характерна для героини в общении с близкими.

Луганский (переехавший в Москву):

– *Ко всем моим коллегам переехали их жены. Мне даже как-то неловко...*

– *Тебе должно быть ловко* (Форум «Тайны следствия», 2018).

В уверенном и «железном» голосе героини присутствуют ноты раздражительности, когда звонки приходится на время работы, что говорит об «атомизации» членов семьи.

Аналогичных мнений в отношении семьи придерживаются и коллеги главной героини. Из небольшого диалога И.И. Беляева, не вписывающегося в целом в ритм современности, с оперативным работником Л. Кораблевым можно увидеть их (коллег)отношение к семье.

– *Я вас очень прошу, – встаньте со стола. Дома у себя вы так не сидите.*

– *А у меня, между прочим, дома стола нет. У меня койка и сейф для пистолета.*

– *Так вы не женаты?*

– *Нам с котом ещё баб только не хватало* (Форум «Тайны следствия», 2018).

Женщина обозначается пренебрежительно произносимым «баба». На протяжении всего фильма оперативник заботится о коте.

Эти небольшие фрагменты речей героев сериала отражают достаточно ярко их индивидуализм и гедонистические ценностные ориентиры, исключение составили лишь представители старшего поколения – супруги Беляевы, недолго присутствующие в фильме.

Более того, в огромном массиве образов «Тайн следствия» практически не встречается образ семьи, позволяющий увидеть в ней ценность. Наоборот, семья мешает работе, она

порождает проблемы и таит угрозы, например, в 12 сезоне сериала опытный «майор Винокуров» покидает своих коллег по причине распада семьи. Работник должен быть постоянно на своем рабочем месте, ему ничто не должно мешать на пути к успеху.

На протяжении всех 17 сезонов Мария Сергеевна стремилась к справедливости и служила закону, лишь в заключительной серии 17 сезона она признается себе и своим детям, что у нее есть главное – семья и она не одна. Тем не менее, при доминировании фона материального благополучия в семье образ главной героини телесериала и ее коллег явно манифестирует «вторжение» в общественное сознание мысли об отказе от семьи. На первом месте – свобода, карьера и успех.

Обсуждение результатов

Язык телевизионного сериала, несмотря на свою специфику, как и любой другой язык, предлагая модель семьи через образы своих героев, лишает возможности зрителя *представить* семью как один из основополагающих социальных институтов, поскольку ее – иное – представление уже предложено экраном и, следовательно, зритель утрачивает возможность познавать реальность как мир «вещей самих по себе». Таким способом человек постепенно возвращается к мифологическому мировоззрению, когда мысли-сообщения, мысли-размышления и мысли-сомнения вытесняются диктатом мыслеустанавливающей «картинки» экрана. Мир, упрощенный языком ярких образов телевизионного сериала, постепенно ведет к утрате укорененности человека в культуре. В общество незаметно привносится проект понижения нравственного и интеллектуального уровня человека с его же добровольного согласия.

Язык телевидения требует пристального внимания, потому что играет важную роль в формировании культурно-исторического опыта конкретного народа и универсалий культуры, имеющих не только единую сущность, но и национальное воплощение [Амбарова 2010: 154]. Важно напомнить, что любая культурная универсалия, зафиксированная языком образов, вполне оправданно может быть определена и как языковая универсалия, приобретающая свое значение в процессе ее «прочтения» и интерпретации. При этом образ экрана не отягощен конкретным денотативным значением, он наполняется символами и обретает коннотативные значения, которые обладают идеологической нагруженностью [Барт 2003]. В силу своей природы образ кодирует реальность по своему усмотрению, становясь метакодом ее текстов, и программирует человека.

Заключение

Образ телевизионного сериала, приобретая статус метаязыка современной эпохи, ведет к незаметному «ускользанию» реальности от человека и подмене одних ценностных ориентиров на другие. В его содержании важно не то, в результате чего он создан, а кем он создан и к чему отсылает. Он способен конструировать иную реальность, которая значительно лучше той, в которой пребывает человек, и замещает ее. Благодаря безудержному тиражированию образов экрана вербальный компонент текста «умирает» и утрачивает свой когнитивный потенциал – мысль замирает. В связи с этим особую важность приобретают субъекты, создающие и тиражирующие образы. Следовательно, нарастает необходимость расширения проблематики исследований медиа-образов как особого языка, число и технологии производства которых будут неуклонно возрастать. Особое внимание должно быть обращено на их содержание, потому что любое сообщение должно строиться с учетом культурно-исторических условий и традиций развития общества. В противном случае возникнет угроза существования самому обществу.

Литература

Амбарова П.А. Пища людей: межкультурные различия и культурные универсалии // Известия Уральского государственного университета. 2010. № 4(81). С. 150–154.

Анкин Д.В. Прологомены к семиотике философии. Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2003. 294 с.

Ачкасова К., Суанова И. От ТелеВидения к Тотал Видео [Электронный ресурс] // Mediascope. URL: https://ruvod.com/wp-content/uploads/2017/10/Mediascope_Clients-Conference-2017_TV.pdf (дата обращения: 21.02. 2018).

Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры; пер. с фр. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.

Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.

Бурдьё П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. М.: Прагматика культуры, 2002. 160 с.

Вирильо П. Машина зрения; пер. с фр. СПб.: Наука, 2004. 140 с.

Гадамер Х.-Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики; пер. с нем. М.: Прогресс, 1988. 704 с.

Кребель И.А. Феноменологическое определение языка в перспективе развития философского знания XXI века // Перспективы философии и философского образования в XXI веке: материалы летней философской школы. Новосибирск: Изд-во НГУ, 2002. С. 119–123.

Кузнецов В.Г. Классическая и неклассическая герменевтика: преемственность и трансформации // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. 2010. № 3. С. 51–64.

Ломтман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера. М.: Языки русской культуры, 1999. 464 с.

Миронов В.В. Глобальное коммуникационное пространство и кризис культуры // Вопросы философии. 2006. № 2. С. 27–38.

Мотрошилова Н.В. «Идеи I» Эдмунда Гуссерля как введение в феноменологию. М.: Феноменология-Герменевтика, 2003. 716 с.

Мотрошилова Н.В. Цивилизация и варварство в эпоху глобальных кризисов. М.: КАНОН+: Реабилитация, 2010. 480 с.

Платон. Филеб // Платон, Сочинения: в 4 т.; под общ. ред. А.Ф. Лосева, В.Ф. Асмуса. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та; Изд-во «Олега Абышко», 2007. Т. 3. Ч. 1. С. 11–96.

Прилукова Е.Г. Власть образов: знаково-символическое бытие власти. Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2011. 204 с.

Сиротинина О.Б. Основные критерии хорошей речи // Хорошая речь / под ред. М.А. Кормилициной, О.Б. Сиротининой. 3-е изд. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. С. 16–29.

Форум «Тайны следствия» [Электронный ресурс]. URL: <http://tainysledstviya.ucoz.ru> (дата обращения: 12.01.2018).

Хайдеггер М. Письмо о гуманизме // Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления / пер. с нем. М.: Республика, 1993. С.191– 220.

Кузнецов В.Г. Russian phenomenology, or the interrupted flight // Metaphilosophy. Vol. 44. 2013. № 1–2. С. 32–36.

References

Ambarova P.A. Pishhaljudej: mezhkul'turnye razlichija i kul'turnye universalii [People's food: intercultural differences and cultural universals]. *Izvestija Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta* [Izvestia. Ural Federal University Journal], ser. 2, Humanities and Arts, 2010, no 4(81), p. 150–154.

Ankin D.V. Prolegomeny k semiotike filosofii [Prolegomena to the semiotics of philosophy]. Ekaterinburg, Izd-vo UrGU Publ., 2003.294 p.

Achkasova K., Suanova I. Ot TeleVidenija k Total Video [From TVVIDE to Total Video]. *Mediascope*. Available at: https://ruvod.com/wp-content/uploads/2017/10/Mediascope_Clients-Conference-2017_TV.pdf (accessed 21.02. 2018).

Bart R. Sistema mody. Stat'i po semiotike kul'tury [Fashion system. Articles on semiotics of culture]. Moscow, Izdatel'stvo im. Sabashnikovyh Publ., 2003. 512 p.

Bahtin M.M. Jestetika slovesnogo tvorchestva [Aesthetics of verbal creativity]. Moscow, Iskustvo Publ., 1979. 424 p.

Burd'jo P. O televidenii i zhurnalistike [About Television and Journalism]. Moscow, Pragmatika kul'tury Publ., 2002. 160 p.

Viril'o P. Mashina zrenija [Machine of vision]. SPb., Nauka Publ., 2004. 140 p.

Gadamer H.-G. Istina i metod. Osnovy filosofskoj germenевtiki [Truth and method. Fundamentals of philosophical hermeneutics]. Moscow, Progress Publ., 1988. 704 p.

Krebel' I.A. Fenomenologicheskoe opredelenie jazyka v perspective razvitija filosofskogo znaniya XXI veka [Phenomenological definition of language in the perspective of the development of philosophical knowledge of the XXI century]. *Perspektivy filosofii i filosofskogo obrazovaniya v XXI veke: materialy letnej filosofskoj shkoly* [Perspectives of Philosophy and Philosophical Education in the 21st Century: Materials of the Summer Philosophical School]. Novosibirsk, Izd-vo NGU Publ., 2002, p. 119–123.

Kuznecov V.G. Klassicheskaja i neklassicheskaja germenевtika: preemstvennost' itransformacii [Classical and non-classical hermeneutics: continuity and transformation]. *Vestnik Moskovskogo universiteta* [Bulletin of Moscow University], ser. 7, 2010, no 3. p. 51–64.

Lomtman Ju.M. Vnutri mysljashhih mirov. Chelovek – tekst – semiosfera [Inside the thinking worlds. Man – text – semiosphere]. Moscow, Jazyki russkoj kul'tury Publ., 1999. 464 p.

Mironov V.V. Global'noe kommunikacionnoe prostranstvo i krizis kul'tury [Global Communication Space and the Crisis of Culture]. *Voprosy filosofii*, 2006, no 2, p. 27–38.

Motroshilova N.V. «Idei I» Jedmunda Gusserlja kak vvedenie v fenomenologiju [Edmund Husserl's Ideas I as an Introduction to Phenomenology]. Moscow, Fenomenologija-Germenевtika Publ., 2003. 716 p.

Motroshilova N.V. Civilizacija i varvarstvo v jepohu global'nyh krizisov [Civilization and barbarism in the era of global crises]. Moscow, KANON+: Reabilitacija Publ., 2010. 480 p.

Platon. Fileb. *Platon, Sochinenija* [Plato, Works]: in 4 v. SPb., Izd-vo SPeterb. un-ta; «Izd-vo Olega Abyshko» Publ., 2007, vol. 3, Part 1, p. 11–96.

Prilukova E.G. Vlast' obrazov: znakovо-simvolicheskoe bytie vlasti [The power of images: the symbolic-symbolic being of power]. Cheljabinsk, Izd. centr JuUrGU Publ., 2011. 204 p.

Sirotnina O.B. Osnovnye kriterii horoshej rechi [Main criteria for good speech]. *Horoshaja rech'* [Good speech] / pod red. M.A. Kormilicinoj, O.B. Sirotninoj. 3-e izd. Moscow, Knizhnyj dom «LIBROKOM» Publ., 2009, p. 16–29.

Forum «Tajny sledstvija» [Forum "Secrets of the investigation"]. Available at: <http://tainysledstviya.ucoz.ru> (accessed 12.01.2018).

Hajdegger M. Pis'mo o gumanizme [The Letter on Humanism]. *Hajdegger M. Vremjai bytie: Stat'ii vystuplenija* [Time and Being: Articles and speeches], Moscow, Respublika Publ., 1993, p. 191–220.

Kuznecov V.G. Russian phenomenology, or the interrupted flight. *Metaphilosophy*, 2013, vol. 44, no 1–2, p. 32–36.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

Прилукова Екатерина Григорьевна, доктора философских наук, доцент, профессор кафедры философии.

Южно-Уральский государственный университет.

454080 Челябинск, проспект Ленина, 76

E-mail: prilukova74@gmail.com

ABOUT THE AUTHOR:

Prilukova Ekaterina Grigoryevna, Doctor of Philosophy, associate professor, Professor.

South Ural State University (national research university).

454080, Russia, Chelyabinsk, Lenina Avenue, 76

E-mail: prilukova74@gmail.com