

УДК 300.3

DOI: 10.17072/2076-0590-2025-16-89-100

**МЕДИАФИЛОСОФИЯ ПЕРЕД ВЫЗОВОМ РЕАЛЬНОСТИ:  
ПРЕДЕЛЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ  
И СОПРОТИВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО**

**А.Д. Данилов**

Аспирант 2-го курса направления «Социальная и политическая философия»  
Пермский государственный национальный исследовательский университет  
614068, Пермский край, г. Пермь, ул. Букирева, 15  
rsndanilov@yandex.ru

Медиафилософия представляет собой новую, активно развивающуюся область философского знания, сосредоточенную на исследовании медиа как посредников в восприятии и конструировании реальности. Современные медиапрактики выходят за пределы традиционного понимания СМИ, превращаясь в самостоятельные технологические субъекты, формирующие культурные и социальные процессы. В основе медиафилософии лежат идеи М. Маклюэна, Ж. Бодрийяра, В. Беньямина и других мыслителей, переосмыслиенные в контексте цифровой эпохи. Особое внимание уделяется анализу медиа как физических и символических носителей коммуникации, их роли в формировании мировоззрения и коллективной памяти. В российской медиафилософии прослеживается стремление интегрировать западные подходы и адаптировать их к национальным реалиям, что способствует формированию уникального философского дискурса. Исследование медиасобытий, медиабрендов и феномена гиперреальности раскрывает механизмы влияния медиа на общественное сознание и человеческую идентичность, подчеркивая их автономность и способность к самовоспроизводству. Медиафилософия открывает новые горизонты философской рефлексии, связывая технологии, культуру и антропологию в единую концептуальную систему.

Ключевые слова: медиафилософия, медиум, коммуникация, гиперреальность, медиасобытие, медиабренд, философия медиа, культурный анализ

Медиа сегодня представляют собой важнейший элемент современной семиотической структуры, играя ключевую роль не только в коммуникации, но и в формировании восприятия мира. Как справедливо замечает Ю.В. Лучинский, «особенность существования медийного пространства в рамках общей культурной системы общества заключается в том, что масс-медиа значительно влияют на восприятие социальной реальности, предо-

ставляя обществу информацию о событиях и предлагая стереотипы миро-восприятия» [1, с. 170]. В этой связи медиафилософия представляется как современная семиотическая форма создания мировоззренческих смыслов.

Становление медиафилософии связано с концептуальными сдвигами XX века, включая критическую теорию языка, структурно-семиотический анализ культуры и постмодернистские идеи. Фундаментальный вклад в развитие медиафилософии внесли М. Маклюэн с его тезисом «медиум – это сообщение» [2, с. 10], а также представители феноменологии и теории символических форм, такие как Э. Кассирер [3]. Они показали, что медиумы меняют не только формы коммуникации, но и способы восприятия и осмыслиения мира, организуя новые культурные формы. Термин «медиум» происходит от латинского *medius* и обозначает нечто, связывающее элементы, например, людей или объекты. Это включает язык, визуальные искусства, технические устройства и цифровые технологии, которые формируют современную медиальную культуру.

Современная медиафилософия, находясь на пересечении философской онтологии, теории коммуникации и критической теории технологий, – это лишь одна из современных семиотических форм создания мировоззренческих смыслов. В отличие от традиционного понимания медиа как инструментов передачи информации, данный подход предлагает рассматривать их в более широком контексте – как факторы, формирующие способы существования мира в условиях медиатизированной реальности.

Отправной точкой такого взгляда является тезис о первоонтологической функции медиа. Речь идет не столько о воздействии медиа на восприятие действительности, сколько о их роли в конституировании самого опыта. В цифровую эпоху медиатехнологии оказываются не просто каналами трансляции содержания, а становятся активными структурами, задающими формы восприятия и осмыслиения реального. В этом контексте традиционное различие между медиумом и содержанием, между реальностью и ее репрезентацией требует критического пересмотра.

Медиафилософия предлагает рассматривать медиатехнологии как специфические режимы артикуляции бытия. Они определяют, какие аспекты действительности оказываются доступными для восприятия и осмыслиения, а какие – остаются вне поля видимости. Такая постановка вопроса позволяет по-новому осмыслить классические философские категории: бытие, истина, субъект, знание и действие.

При этом медиафилософия не сводится к анализу технических характеристик медиа, их психологического или социокультурного воздействия. Центральным становится вопрос о том, каким образом медиатехнологии

трансформируют саму структуру реального, влияя на условия формирования опыта. В цифровой среде, где информация алгоритмизируется, курируется и фильтруется, границы между опытом и его технологическим оформлением оказываются размытыми.

Понятие онтологической алгоритмизации описывает процессы, при которых платформы автоматически ранжируют, отбирают и структурируют фрагменты реальности согласно внутренней логике цифровых систем, а не исходя из осознанного выбора индивида. Таким образом, восприятие действительности оказывается опосредованным технологическими фильтрами, определяющими горизонты видимого и невидимого.

Особое значение в медиафилософии с конструктивистской точки зрения приобретает критический анализ тех механизмов, которые формируют условия возможности истины. В данном аспекте медиа рассматриваются не как источники искажения реальности, а как системы, задающие рамки того, что может быть признано истиной. Такой подход соотносится с концепцией «режима истины» М. Фуко, подразумевающей, что истина определяется не только содержанием высказываний, но и институциональными и технологическими условиями их артикуляции.

Важным направлением медиафилософского анализа является также исследование положения субъекта в цифровой медиасреде. Здесь акцент смещается с рассмотрения медиа как инструментов воздействия на индивида на изучение их роли в трансформации самой субъектности. В условиях цифрового медиаприсутствия субъект представляется не столько автономной сущностью, сколько распределенным узлом в сетевой архитектуре данных. Возникает феномен «профильного я» – субъекта, существующего через постоянное медиаприсутствие и цифровую презентацию.

Этот сдвиг ставит под вопрос традиционные философские представления о субъекте как основе свободы и мышления. В условиях цифрового рассеяния субъектности встает необходимость переосмыслиения антропологических оснований, актуализируя дискуссии о возможностях новой философской концептуализации субъекта в эпоху цифрового взаимодействия.

Таким образом, современная медиафилософия предлагает аналитический инструментарий для исследования трансформаций, происходящих на стыке технологий, восприятия и социальной реальности. При этом важно учитывать, что речь идет о развивающемся направлении, предлагающем одну из возможных перспектив философского осмыслиения медиатизированного мира, а не о завершенной концептуальной системе.

На Западе медиафилософия охватывает различные подходы, от анализа понятий до исследования «медиального поворота». Как отмечает

Д.В. Петренко, философия всё чаще обращается к понятию «медиа» как к инструменту для осмыслиения процессов, формирующих современную культуру [4, с. 101]. В традиционном понимании медиа часто ассоциируются с массовыми средствами информации, и задача философии заключается в разработке критической теории, способной разоблачить идеологические манипуляции, распространенные через СМИ. Однако существует и более широкое понимание медиа, согласно которому это – физический носитель коммуникационных процессов. Это определение выходит за рамки технологических аспектов и становится отправной точкой для разработки альтернативных подходов к пониманию медиа, отличных от «критической» линии. Эти основы концептуализации медиа были сформулированы в рамках работ Торонтской школы коммуникаций, включая таких исследователей, как Г. Иннис, Э. Хевлок, М. Маклюэн и У. Онг [5, с. 91]. В их исследованиях медиа становятся не просто вспомогательным, но и центральным инструментом анализа культуры, как в синхроническом, так и в диахроническом контексте. Основоположники дисциплины заложили фундамент для анализа влияния медиа на формы восприятия и коммуникации, выделяя их активную роль в конструировании реальности.

В России формирование медиафилософии началось с переводов западных авторов и комментирования их трудов. Первоначально тематика воспринималась как область социологии и культурологии, однако позже возникли самостоятельные философские исследования, акцентирующие внимание на специфике медиареальности. Например, работы А.Н. Фортунатова и исследование медиа в советском контексте, представленные в сборнике «Советская власть и медиа», способствовали осмыслинию национальной медиаспецифики [6].

В.В. Савчук отмечает, что медиафилософия в России является молодой и активно развивающейся областью исследования, которая стремится осмыслить взаимодействие философии и медиа [7, с. 66–71]. Этот процесс включает в себя изучение различных медийных практик, их влияния на общество, культуру и человеческое сознание. В последние десятилетия наблюдается усиленная институционализация медиафилософии, выражаясь в создании кафедр в университетах, формировании исследовательских центров и сообществ, а также в активной публикационной деятельности российских ученых.

Одним из ключевых этапов развития медиафилософии стало её систематическое оформление и академическая легитимизация как самостоятельной дисциплины. В рамках этой работы исследователи обращаются к ретроспективному анализу, рассматривая классиков философской мысли,

таких как М. Маклюэн, Ж. Бодрийяр, В. Беньямин, а также российских философов, как предшественников современных медийных исследований. Эти работы создают основу для переосмыслиния традиционных философских категорий в контексте новых медиа.

Как отмечают К.А. Очеретяный, А.С. Ленкевич, медиа как феномен вызывает значительный интерес в российском академическом сообществе, что подтверждается увеличением числа конференций, дискуссий и междисциплинарных исследований. Процесс становления медиафилософии включает поиск единого направления, осмысление западных подходов и адаптацию их в российском контексте. Особое место занимает анализ феномена письма, предложенный П. Бояничем на основе идей Н.Ф. Федорова, который видел в типе письма выражение эпохальных изменений. Таким образом, российская медиафилософия развивается в диалоге с мировыми тенденциями, стремясь осмыслить уникальные аспекты отечественной медиареальности [8, с. 64].

С позиции Н.С. Фатыховой, медиафилософия представляет собой одну из так называемых «вторых философий», наряду с философией искусства, науки, политики и другими дисциплинами, исследующими бытие и истину через призму специфических аспектов реальности [9, с. 375]. В отличие от первой философии (*prima philosophia*) Аристотеля, стремящейся к познанию первоначальных причин и универсальных принципов, медиафилософия сосредотачивается на исследовании медиального как ключевого посредника между человеком и миром.

Т.Е. Новикова отмечает, что процесс изменения СМИ из социального института в самостоятельный технологический субъект коммуникации (медиум) сопровождается утратой их роли носителя информации. СМИ приобретают качества автономности, непроницаемости, инициативности и способности к самовоспроизведению. Предложена концепция медиабренда, основанная на мифологической идее, которая проявляется в материальных и нематериальных аспектах коммуникации. Идея медиабренда определяется как «информационно-потребительская». Анализ показывает, что такие коммуникации направлены на развитие феномена бренда, а не взаимодействие с человеком, который становится второстепенным элементом, обслуживающим бренд. В медиабрэндах аудитория также обладает вторичной ролью по отношению к медиабренду [10].

В исследовании Д.В. Скрипченко впервые в отечественной научной практике онтологическая категория «событие» была рассмотрена в контексте медиасреды [11]. В ходе исследования было установлено, что онтологическое проявление медиаполя осуществляется через автореференцию и

событие, которое рефлексируется в бесконечных зеркалах коммуникативных знаков. Существенным новшеством явился анализ события в медиасреде, в рамках которого оно рассматривается как результат взаимодействия внешних информативных составляющих и автореферентивных элементов, порождаемых гиперреальностью. Медиасобытие, оказываясь в условиях гиперреальности, подвергается симуляции, что приводит к его трансформации в непредсказуемые формы и очертания. В качестве источника для исследования статуса события впервые использованы советские газеты 1930-х годов, что позволяет глубже понять динамику медиасобытий в историческом контексте.

Сложности, с которыми сталкивается медиафилософия в России, включают терминологические проблемы. В частности, термин «медиа» остается многозначным и недостаточно определенным. Некоторые исследователи подчеркивают сложность перевода и адаптации этого термина в русскоязычной академической среде. Кроме того, существует полемика вокруг самих концептуальных рамок медиафилософии: является ли она частью философии культуры, социальной философии, или представляет собой совершенно новый подход к философскому осмыслению мира?

Основные направления исследований, которые складываются в российской медиафилософии, включают несколько ключевых тем. Во-первых, это анализ истории медиа в отечественной культуре, исследование их роли в различных исторических контекстах. Во-вторых, большое внимание уделяется переводам и адаптации западных текстов, что позволяет интегрировать достижения зарубежных исследований в отечественную науку. В-третьих, изучается специфика российского медиаландшафта, включая особенности восприятия медиа в условиях российских социальных, экономических и культурных реалий. Четвёртым важным направлением является развитие медиаосознанности, то есть критического осмысления медийного контента и его воздействия на аудиторию.

Важность медиафилософии заключается не только в расширении проблемного поля философии, но и в том, что она позволяет более глубоко понять, как медиа формируют повседневную жизнь, культуру и общественное сознание. Медиафилософия способствует выявлению механизмов влияния медиа на современное общество, что делает её актуальной и практически значимой дисциплиной. В России медиафилософия занимает уникальное положение, так как она одновременно адаптирует международный опыт и формирует свой собственный подход, учитывающий особенности российской культуры и медиапрактики. Таким образом, медиафилософия не только помогает осмыслить современные медиаресурсы, но

и ставит новые вопросы, способствующие развитию философской рефлексии в целом [7, с. 70].

Ключевая для детерминизма оппозиция между человеком и техникой может быть интерпретирована иначе, если признать взаимопроникающий характер: технологическую природу человека и человеческую составляющую технологий. Однако возникает вопрос: остается ли в таком подходе место для антропологии?

Поиски ответа на этот вопрос сопряжены с необходимостью переосмыслиния понятия медиа, что приводит к разработке теории медиации, основанной не на пространственном, а на временном континууме. Эта теория подчеркивает не только невозможность создания универсального определения медиа, но и принципиальную неспособность наблюдать процесс медиации извне. Следовательно, позиция медиафилософа оказывается неизбежно обусловленной и субъективной. Таким образом, исследование медиативных процессов требует особого внимания к человеческой перспективе как неотъемлемому элементу анализа.

В статье М.Ш. Айсте утверждается, что поиск ответа на фундаментальный антропологический вопрос в рамках медиафилософии осложняется из-за трудностей с определением самого понятия медиа и наличия методологического аппарата, который унаследовал существенные ограничения ранних медиатеорий. Следовательно, вопрос о природе человека в контексте медиа зачастую решается через призму детерминистских подходов, которые склонны преждевременно вводить избыточные концептуальные границы [12, с. 65].

Р.С. Исмагилов отмечает, что сущность медиафилософии можно определить через несколько подходов. Первый из них трактует медиафилософию как рефлексивный анализ концептуальных проблем, связанных с современными медиа и медиапространством. Например, Штефан Мюнкер считает, что медиафилософия становится необходимой в эпоху господства новых медиа, таких как цифровые и электронные технологии. Он связывает её возникновение с широким распространением новых медиа, начиная с конца XX века [13, с. 14].

Второй подход, представленный А. Рёслером, акцентирует внимание на работе с самим понятием «медиа». А. Рёслер утверждает, что медиафилософия исследует значение этого термина, его влияние на другие концепции, а также теоретические последствия использования этого понятия [14, с. 15108]. Таким образом, акцент делается не столько на изучении конкретных медиа, сколько на осмыслиении медиа как универсального явления, вне зависимости от исторического контекста.

Третий подход рассматривает медиафилософию как очередной этап эволюции философии, реагирующей на ключевые культурные изменения XX века. Если лингвистический поворот утверждает, что «всё есть текст», а иконический – «всё есть образ», то медиальный поворот провозглашает тезис «всё есть медиа». Этот принцип позволяет рассматривать любые процессы и явления как медиа, то есть как носители смыслов и значений.

Первоначально медиа понимались как посредники, выполняющие функцию передачи информации. Однако с развитием технологий медиа превратились в универсальную среду, пронизывающую все аспекты жизни человека и общества. Они перестали быть только инструментами, став основой, объединяющей субъективную и объективную реальность, индивидуальное и социальное.

Тезис «всё есть медиа» отражает не только их внешние аспекты, но и онтологический уровень. Медиа участвуют в формировании реальности, так как человеческое восприятие по своей сути тоже является медиальным. Медиафилософия предлагает различать средства коммуникации и медиа. Первые находятся вне человека и служат для передачи информации, тогда как вторые интегрированы в сам процесс восприятия. В этом смысле органы чувств человека можно рассматривать как медиаканалы, через которые информация поступает в сознание, а сам процесс познания – как медиативный.

Таким образом, медиа становятся неотъемлемой частью человеческого опыта и сознания, формируя медиареальность. Это явление выходит за пределы традиционных представлений о медиа как средствах массовой информации, охватывая процессы восприятия и конструирования реальности.

Задачей медиафилософии является перевод бессознательных механизмов восприятия через медиа в осознанную плоскость, что позволяет глубже понять их природу и эффективнее использовать в жизни. Формула «всё есть медиа» расширяет понятие медиапространства, включая в него любые явления, способные передавать значения, включая человеческое восприятие и взаимодействие с окружающим миром.

Общие черты всех этих подходов заключаются в интеграции философии и медиа. Философия здесь даёт фундаментальные концепции, а медиа представлены в их многообразии – от языка и визуальных образов до радио, танца и цифровых технологий. Авторы работы *Systematische Medienphilosophie* делят медиа на три основные группы: медиа чувственного восприятия (пространство и время), семиотические медиа (речь, изображения, музыка и т.д.) и технические медиа (фотография, радио, компьютерные технологии) [15, с. 15].

Сегодня медиафилософия охватывает исследования виртуальной реальности, интернета и цифровых технологий, фокусируясь на изменении восприятия и организации культурных практик. Исследования немецкоязычных теоретиков, таких как Ф. Хартманн, Б. Гройс и П. Слотердайк, а также работы М. Санdbote, подчеркивают значимость медиального для философии и общества. Эти идеи подтверждают, что медиафилософия интегрирует различные подходы и дисциплины, формируя междисциплинарное направление, актуальное для анализа современного мира [16, с. 20].

Медиафилософия представляет собой междисциплинарное направление философского знания, изучающее медиа как ключевой фактор восприятия, коммуникации и формирования реальности. В отличие от традиционных подходов к изучению медиа, которые рассматривают их как средства передачи информации, медиафилософия фокусируется на их онтологическом статусе, анализируя их роль в структурировании опыта и организации человеческого сознания.

Одним из ключевых положений медиафилософии является тезис «всё есть медиа». Он предполагает, что любые формы взаимодействия с миром, будь то язык, образы, технологии или даже органы чувств, выполняют медиативную функцию. Человек не просто использует медиа, но и существует в их пространстве, а процесс восприятия и познания является медиальным по своей природе.

Развитие медиафилософии тесно связано с концептуальными сдвигами XX века. Лингвистический поворот, структурно-семиотический анализ, а также идеи постмодернизма подготовили почву для осмыслиения медиа как самостоятельного философского объекта. Исследования таких мыслителей, как М. Маклюэн, Ж. Бодрийяр, П. Слотердайк и Б. Гройс, показали, что медиумы не просто передают смыслы, а активно формируют культурные и социальные процессы.

Современная медиафилософия опирается на несколько ключевых подходов. Один из них рассматривает её как рефлексивный анализ медийных процессов в контексте технологического развития и культурных изменений. Другой акцентирует внимание на осмыслиении самого понятия «медиа», его значения и влияния на философскую традицию. Третий подход предполагает, что медиафилософия является новым этапом эволюции философии, который расширяет границы гуманитарного знания.

Особое значение медиафилософии придаётся в эпоху цифровых технологий. Интернет, виртуальная реальность, искусственный интеллект и социальные сети изменили не только формы коммуникации, но и способы восприятия информации. Сегодня медиа не просто фиксируют и транслируют реальность – они конструируют её, создавая новые формы социальности, идентичности и политического взаимодействия.

Российская медиафилософия развивается в диалоге с западными теориями, адаптируя их к национальному контексту. Исследования отечественных философов сосредоточены на анализе медиасобытий, медийных практик, медиабрендов и специфики российской медиареальности. Несмотря на терминологические и методологические сложности, эта область знаний постепенно получает академическую легитимность и институционализируется в научном сообществе.

Медиафилософия открывает новые горизонты философского анализа, объединяя гуманитарные и технологические исследования. Она демонстрирует, что медиа – это не просто инструменты коммуникации, а фундаментальный элемент человеческого бытия, определяющий способы познания, взаимодействия и самоидентификации в современном мире.

Медиа больше не выступают в роли пассивных передатчиков информации. Они становятся активными агентами реальности, оформляющими границы допустимого опыта, очерчивающими контуры значимого и задающими режимы видимости. Каждое медиа – будь то печатное слово, телевизионная картинка или цифровой интерфейс – создает особую модель восприятия, через которую человек взаимодействует с окружающим миром.

Особенно ярко это проявляется в эволюции коллективного восприятия: от эпохи «толпы» к эре «массы», и далее к эпохе «сети». Эти сдвиги отражают не только изменение медийных технологий, но и радикальную трансформацию самой природы субъективности, времени и коллективной рефлексии. В цифровую эпоху фрагментарность восприятия усиливается, а непосредственное знание о мире подменяется медиапосредничеством, которое оформляет реальность как совокупность символических конструктов.

Однако медиафилософия не может ограничиться чисто релятивистским подходом. Важно учитывать, что за многообразием интерпретаций и нарративных стратегий стоит объективная материальная основа социальной реальности. Работы Л. Болтански и А. Эскерра, а также других представителей критической социологии, делают акцент на медийном конструировании реальности, иногда далеком от непосредственного опыта [17, 18].

Даже самые изощренные медиапроекты сталкиваются с сопротивлением «плотной» реальности, которая обладает собственной инерцией и логикой. Этот конфликт между медиальным образом и материальной действительностью метафорически выражается через популярное выражение «борьба холодильника с телевизором»: когда медиадискурс рисует картину благополучия, но реальный жизненный опыт – падение доходов, рост цен – вступает с ним в прямое противоречие.

Медиафилософия в этом контексте должна учитывать не только семиотические игры и дискурсивные конструкции, но и конкретные эмпирические обстоятельства. Лишь осознание границ медиального влияния позволяет критически осмысливать процессы политизации и актуализации социальной повестки. Медиадискурс способен влиять на общественное мнение только постольку, поскольку он коррелирует с реальными ожиданиями и повседневными практиками аудитории.

Поэтому признание существования объективной социальной реальности становится важнейшим условием для формирования ответственной медиафилософии. Отрицание этой реальности приводит к методологическому редукционизму, который искажает как сам предмет исследования, так и его практическое значение.

Медиафилософия – это, прежде всего, способ мыслить о мире через призму его медиапосредничества, но с учетом того, что реальность – это не пустой экран для проекций. Это живая, инерционная и порой сопротивляющаяся среда, с которой медиадискурс ведет постоянный, но далеко не всесильный диалог.

Таким образом, медиафилософия – это критическое осмысление того, как медиа формируют онтологические рамки нашего восприятия, задают условия возможности знания о мире и взаимодействуют с устойчивыми структурами социальной реальности. Это область, которая требует одновременно философской глубины и эмпирической точности, позволяя понять, как символическое воздействие медиа соотносится с реальными процессами социальной жизни.

## Список литературы

1. *Лучинский Ю.В., Татаринов А.В., Татаринова Л.Н.* Жанровая специфика литературно-медийного нарратива журнала «THE NEW YORKER» (1939–1946) // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2021. Т. 7. №. 4. С. 169–188.
2. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: внешние расширения человека. – М.: Гиперборея, Кучково поле, 2007. – 464 с.
3. *Кассирер Э.* Избранное: Индивид и космос. – М.: Университетская книга, 2000. – 654 с.
4. *Петренко Д.В.* Философия медиа: от имени к концепту // Философия и социальные науки. 2015. № 2. С. 10–14.
5. *Петренко Д.В.* Две линии концептуализации медиа: от медиатеории к медиафилософии // Modern Science. 2015. Т. 2. № 2. С. 91–97.
6. *Фортунатов А.Н.* Эго-медиа. Социально-философские штрихи к истории телевидения. – М.: ФЛИНТА, 2018. – 174 с.
7. *Савчук В.В.* Российский домен медиафилософии // Политическая концептология. 2011. №. 4. С. 66–71.
8. *Очеретяный К.А., Ленкевич А.С.* Медиафилософия: российский контекст // Вопросы философии. 2016. №. 12. С. 64–72.

9. Фатыхова Н.С. Природа медиума как философская проблема // Проблемы истории, филологии, культуры. 2010. №. 2 (28). С. 375–382.
10. Новикова Т.Е. Феноменологическая сущность современной трансформации СМИ в медиа: автореф. дис. ... канд. философ. наук 09.00.11. – Нижний Новгород, 2013. – 29 с.
11. Скрипченко Д.В. Статус события в пространстве масс-медиа: автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. – СПб., 2016. – 19 с.
12. Айсте М.Ш. Человек и его медиа. Антропологический заряд медиафилософии // Международный журнал исследований культуры. 2014. №. 2 (15). С. 61–65.
13. Исмагилов Р.С. Медиафилософия как подход к исследованию медиапространства // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. №. 17 (346). С. 14–16.
14. Rossler A. et al. Id-reveal: Identity-aware deepfake video detection // Proceedings of the IEEE/CVF international conference on computer vision. 2021. С. 15108–15117.
15. Фатыхова Н.С. Истоки и актуальность медиафилософии // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. №. 16. С. 18–22.
16. Boltanski L., Esquerre A. The Making of Public Space: News, Events and Opinions in the Twenty-First Century. – Hoboken: John Wiley & Sons, 2024. – 304 p.
17. Esquerre A. Mental manipulation: sociology of sects in France. – Paris: Fayard, 2009. – 376 p.

## ***MEDIA PHILOSOPHY FACING THE CHALLENGE OF REALITY: THE LIMITS OF CONSTRUCTION AND THE RESISTANCE OF THE SOCIAL***

***Arsen D. Danilov***

Perm State University  
15, Bukireva st., Perm, 614068

Media philosophy is a new, actively developing area of philosophical knowledge, focused on the study of media as intermediaries in the perception and construction of reality. Modern media practices go beyond the traditional understanding of the media, turning into independent technological subjects that shape cultural and social processes. Media philosophy is based on the ideas of M. McLuhan, J. Baudrillard, W. Benjamin and other thinkers, rethought in the context of the digital age. Particular attention is paid to the analysis of media as physical and symbolic carriers of communication, their role in shaping worldview and collective memory. In Russian media philosophy, there is a desire to integrate Western approaches and adapt them to national realities, which contributes to the formation of a unique philosophical discourse. The study of media events, media brands and the phenomenon of hyperreality reveals the mechanisms of media influence on public consciousness and human identity, emphasizing their autonomy and ability to self-reproduction. Media philosophy opens new horizons for philosophical reflection, linking technology, culture and anthropology into a single conceptual system.

Keywords: media philosophy, medium, communication, hyperreality, media event, media brand, media philosophy, cultural analysis.