

DOI 10.33930/ed.2019.5007.29(12)-2  
УДК 130.122: 37.013

**ОСВІТА В РЕАЛІЯХ МЕДІА-ПРОСТОРУ:  
ФІЛОСОФСЬКЕ ОСМИСЛЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ**

*EDUCATION IN THE REALITIES OF THE MEDIA SPACE:  
A PHILOSOPHICAL UNDERSTANDING OF PROSPECTS*

**О.В. Подолякіна**

**Актуальність теми дослідження.** Сучасне суспільство все більшою мірою стає залежним від медіа. Якщо процеси суспільної модернізації свого часу завдячували впливу освіти, яка стала масовою у добу Просвітництва, то суспільна постмодернізація, яка інтенсивно відбувається останні десятиліття, завдячує поширенню у суспільстві засобів масової комунікації та масової інформації. Але якщо за доби панування телебачення освіта не відчувала шаленого тиску ЗМІ, оскільки їх вплив стосувався більшою мірою дорослих і його вплив на дітей було доволі легко контролювати, то ера Інтернет змела практично усі кордони і заборони і діти з найменшого віку виявилися під домінантним впливом контенту Інтернету, а не освітніх програм – дошкільних і шкільних.

**Постановка проблеми.** Для виявлення стосунку освіти до медіа-простору слід з'ясувати, до якої міри взагалі медіа змінюють соціальну реальність, якою мірою ця реальність є сконструйованою, а вже потім приймати рішення щодо того, як освіті взаємодіяти з медіа-реальністю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У світовій та вітчизняній літературі проблематика медіа представлена достатньо широко, однак зв'язок між медіа і освітою висвітлено неповною мірою. Для виявлення цього зв'язку важливим є звернення до праць представників феноменологічної соціології А. Шюца, П. Бергера та Т. Лукмана, дослідника медіа канадського філософа М. Маклюєна, американського дослідника громадської думки У. Ліппмана, французького філософа-постмодерніста

**Urgency of the research.** Modern society is becoming increasingly dependent on the media. If the processes of social modernization at one time were due to the influence of education, which became widespread in the Enlightenment, the social postmodernization, which has been intensive in recent decades, is due to the spread of mass media. But while education did not experience intense media pressure during the days of television, as its impact was more on adults and its impact on children was fairly easy to control, the Internet era erased virtually all boundaries and prohibitions, and children from an early age were dominated by Internet content, and not educational programs of preschool and school.

**Target setting.** To determine the relationship of education to the media space, it is necessary to find out to what extent the media in general change the social reality, to what extent this reality is constructed, and only then to decide how education interacts with the media reality.

**Actual scientific researches and issues analysis.** The issue of media is widely represented in the world and domestic literature, but the connection between the media and education is not fully covered. To identify this connection, it is important to refer to the works of phenomenological sociology A. Schutz, P. Berger and T. Luckmann, media researcher Canadian philosopher M. McLuhan, American public opinion researcher W. Lippman, French philosopher-postmodernist J. Baud-

Ж. Бодріяра, німецького теоретика, автора теорії соціальних систем Н. Лумана, творця метафорології Г. Блюменберга, авторів концепції встановлення порядку денного М. Маккомбса і Д. Шоу. Інтерес являють також сучасні дослідження Є. Дьякової і А. Трахтенберг, Т. Красікової, І. Лисак, В. Мансурової, А. Улановського.

**Постановка завдання** полягає у виявленні основних впливів сучасних медіа на освіту та можливих впливів сучасної освіти на медіа.

**Виклад основного матеріалу.** У статті проаналізовано, якою мірою соціальна реальність може розглядатися як сконструйована. Проаналізовано основні причини та наслідки впливу медіа на конструювання соціальної реальності. Виявлено основні ризики та переваги впливу медіа на освіту та зазначено основні напрями конструктивної взаємодії медіа та освіти.

**Висновки.** Взаємне проникнення освіти і медіа-сфери відкриває і ширші можливості зворотного впливу освіти з її потенціалом критичного мислення на сферу ЗМІ – але для набуття таким впливом відчутного обсягу і ефекту цей вплив має спочатку набутти прийнятної для медіа формату – систему можна змінювати лише зсередини.

**Ключові слова:** освіта, медіа, медіа-простір, соціальне конструювання, порядок денний, інформація, знання.

rillard, German theorist, author of the theory of social systems N. Luhmann, creator of metaphorology H. Blumenberg, authors of the concept of establishing the agenda M. McCombs and D. Shaw. Also of interest are modern studies by E. Dyakova and A. Trachtenberg, T. Krasikova, I. Lysak, V. Mansurova, and A. Ulanovsky.

**The research objective** is to identify the main effects of modern media on education and the possible effects of modern education on the media.

**The statement of basic materials.** The article analyzes the extent to which social reality can be considered as constructed. The main causes and consequences of the media's influence on the construction of social reality are analyzed. The main risks and benefits of the influence of the media on education are identified and the main directions of constructive interaction between the media and education are indicated.

**Conclusions.** The mutual penetration of education and the media opens up greater opportunities for the reverse impact of education with its potential for critical thinking in the media – but to gain such a tangible impact and effect, this impact must first acquire a media-acceptable format – the system can only be changed from within.

**Key words:** education, media, media space, social construction, agenda, information, knowledge.

**Актуальність теми дослідження.** Сучасне суспільство все більшою мірою стає залежним від медіа. Якщо процеси суспільної модернізації свого часу завдячували впливу освіти, яка стала масовою у добу Просвітництва, то суспільна постмодернізація, яка інтенсивно відбувається останні десятиліття, завдячує поширенню у суспільстві засобів масової комунікації та масової інформації. Але якщо за доби панування телебачення освіта не відчувала шаленого тиску ЗМІ, оскільки їх вплив стосувався більшою мірою дорослих і його вплив на дітей було доволі легко контролювати, то ера Інтернет змела практично усі кордони і заборони і діти з найменшого віку виявилися під домінантним впливом контенту Інтернету, а не освітніх програм – дошкільних і шкільних. Чи означає це, що Інтернет і гаджети замінять новим поколінням школу? Для відповіді на це питання варто з'ясувати ступінь впливу медіа на освіту і

освіти на медіа.

**Постановка проблеми.** Для виявлення стосунку освіти до медіа-простору слід з'ясувати, до якої міри взагалі медіа змінюють соціальну реальність, якою мірою ця реальність є сконструйованою, а вже потім приймати рішення щодо того, як освіті взаємодіяти з медіа-реальністю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У світовій та вітчизняній літературі проблематика медіа представлена достатньо широко, однак зв'язок між медіа і освітою висвітлено неповною мірою. Для виявлення цього зв'язку важливим є звернення до праць представників феноменологічної соціології А. Шюца, П. Бергера та Т. Лукмана, дослідника медіа канадського філософа М. Маклюена, американського дослідника громадської думки У. Ліппмана, французького філософа-постмодерніста Ж. Бодріяра, німецького теоретика, автора теорії соціальних систем Н. Лумана, творця метафорології Г. Блюменберга, авторів концепції встановлення порядку денного М. Маккомбса і Д. Шоу. Інтерес являють також сучасні дослідження Є. Дьякової і А. Трахтенберг, Т. Красікової, І. Лисак, В. Мансурової, А. Улановського.

**Мета** полягає у виявленні основних впливів сучасних медіа на освіту та можливих впливів сучасної освіти на медіа.

**Виклад основного матеріалу.** Аналізуючи специфіку функціонування засобів масової інформації інформаційної доби, видатний канадський теоретик медіа Маршал Маклюен зробив висновок: оскільки світ “звужується до розмірів одного села” і швидкість інформації “вибухового зводиться воедино усі соціальні і політичні функції”, у людини загострюється “інстинкт відповідальності за все що відбувається” [15, с. 68]. Маклюен далі уточнював, що “засоби комунікації, не стільки відображають світ, скільки конструюють особливе бачення світу і змінюють реальність” [15, с. 68]. Така ситуація склалася не за помахом чарівної палички – у своїй знаменитій праці “Галактика Гутенберга” Маклюен показав, як поступово людство і знакові системи проходили своєрідну ко-еволюцію, точніше, як людство поступово змінювалося завдяки опануванню спочатку мовою, потім письмом і нарешті – друкованим словом [11]. На фоні книгодруку навіть найдосконаліші досягнення сучасних медіа виглядають лише як технічне удосконалення, але не як прорив, яким був книгодрук – спосіб масового поширення інформації. Друковане слово почало набагато інтенсивніше, ніж писане змінювати свідомість людей, а отже – і їхню поведінку. Це неминуче призводило до зміни світу довкола людей – причому у все більших масштабах: на сьогодні вплив освіченої людини глобально охопив усю нашу планету і вже навіть вийшов за її межі – освоєння Місяця і Марса стало не предметом фантастичних романів, а справою багатомільярдних інвестицій у реальні проекти космічної експансії людства. Так віртуальне стає поступово реальним, те, що було лише в людській уяві, стає дійсністю. Втім, як доводить дослідження німецького філософа Ганса Блюменберга, книга як символ світу, а відповідно і прагнення, амбіції людства “прочитати” увесь світ як книгу, були започатковані задовго до Гутенберга [2]. Втім, за свою довгу еволюцію мова і друковане слово поступово стали лише частиною медіа, і відтепер медіа створюють настільки значний зворотний вплив на друковане слово, що для того, аби зрозуміти

можливості здійснювати освіту, спочатку маємо з'ясувати, яке місце освіти призначають ЗМІ, і, своєю чергою, спробувати скоригувати уявлення про це місце – адже повернути давню значущість освіти уже неможливо.

На вістрі впливу ЗМІ на суспільство знаходиться діяльність журналістів – людей, які професійно спрямовують вплив медіа на суспільство. До певної міри функції журналістів у інформаційному суспільстві виконують усі, хто достатньо масово поширює інформацію – прикладом цього є блогери соціальних мереж. Не менш масовий, хоча і не такий миттєвий вплив на інших людей здійснюють і педагоги, тому їхні завдання можна у деяких аспектах порівнювати з діяльністю журналістів. Російська дослідниця В. Д. Мансурова звертає увагу на те, що особливий ефект комунікативної діяльності в журналістиці полягає в тому, що “створювана реальність схематизує різні модуси буття людини і навколишньої її дійсності”, при цьому автор визнає, що картина світу, “яка формується засобами масової інформації, далеко не адекватна об'єктивній реальності. Вона формується суб'єктами інформаційної діяльності” [12, с. 60; 87]. Ми звикли сприймати педагогів як людей, які якраз навпаки – формують в учнів адекватну об'єктивній реальності картину світу. Однак, вдумавшись: наскільки самі педагоги є залежними від підручників, за якими вони здійснюють навчання, і наскільки ці підручники адекватно відображають об'єктивну реальність? Досить лише згадати запеклі дискусії щодо викладання історії України доби Другої світової війни, або ж щодо так званої гендерної освіти чи викладання християнської етики у школах: що є адекватним при викладанні достеменно не скаже жоден методист. Педагог і навіть чиновник від освіти тут виявляються критично залежними від того, як цю проблематику буде подавати медіа, а отже якою буде сформована громадська думка з того чи іншого питання.

Однак, журналісти далеко не завжди сприяють формуванню саме адекватної позиції щодо висвітлення об'єктивної реальності. Закони функціонування журналістики є відмінними від принципів наукового пошуку: нерідко у медіа важливіше не знайти істину, а привернути увагу споживачів інформації до самих ЗМІ. Російський дослідник І. В. Лисак зауважує: “Принципи відбору матеріалів, якими керуються журналісти, нерідко перешкоджають створенню інформаційної картини світу, більш-менш адекватної реальності. Більшість повідомлень ЗМІ – це інформація про екстремальні події – голод, війни, надзвичайно жорстокі злочини, терористичні акти. Негативна або сенсаційна інформація домінує в ЗМІ над висвітленням проблем буденного, повсякденного життя” [10, с. 92]. Ця позиція була відзначена свого часу ще знаменитим французьким філософом-постмодерністом Жаном Бодріаром, який звернув увагу на певний дивний, але невблаганний симбіоз роботи ЗМІ, з одного боку, і діяльності терористів – з іншого: журналістам потрібні якнайбільш вражаючі новини, а терористам – максимальний розголос, отож вони і сприяють роботі одне одного, свідомо чи несвідомо [3]. Лисак далі загострює цю проблему: “Слід враховувати, що часто в ЗМІ під виглядом повідомлення новин відбувається висловлювання думок. Так, ще до того, як відбулася та чи інша подія, або було прийнято певне рішення, у відомих особистостей дізнаються їхню думку щодо подій. Після того, як подія відбулася, її знову коментують. Коментарі одних впливових особистостей критикуються іншими відомими персонажами, в свою чергу ця критика

знову коментується і т.д. Саме шляхом такого багаторазового вираження думок надається значимість окремим подіям. В результаті виходить, що з будь-якої, навіть незначної події, ЗМІ здатні створити грандіозну подію лише шляхом її багаторазового обговорення. Значення тієї чи іншої події визначається тепер не її реальними наслідками, а пануючими в медіа-просторі думками про неї” [10, с. 92]. Втім, такі маніпуляції з інформацією, а точніше “накручування” штучної “інформаційної лавини” з невеличкого інформаційного приводу журналісти здійснюють не завжди, і далеко не завжди саме з приводу якихось терористичних подій. “При цьому слід звернути особливу увагу на те, що мас-медіа відбирають для освітлення в першу чергу неймовірну інформацію, щось нове, дивовижне, те, що здатне викликати інтерес публіки. Таким чином, реальність, що конструюється ЗМІ, штучна, далека від дійсного життя, тим не менш, саме вона сприймається як справжня” [10, с. 92]. Отже, завдання журналістів не стільки проінформувати, скільки “вразити” своїх слухачів і глядачів (згадаймо гасло інформаційної служби відомого українського телеканалу – “ТСН вражає”). А далі – коли споживач уже “прикипів” поглядом до екрану, він буде готовий сприйняти майже будь-яку, навіть не дуже достовірну інформацію. Отут і з’являється спокуса підмінити істину якоюсь рекламою або пропагандою, підмінити функцію поширення новин іншими функціями – економічними, політичними тощо.

Саме тут у глядача ТБ чи іншого споживача медіа-продукту має включитися критичне мислення. Однак, воно не виникає на пустому місці – критичному мисленню людину слід навчити, а ще й привчити ним регулярно користуватися. Саме цю функцію і має виконувати передусім освіта – навіть всупереч інтересам ЗМІ, які зацікавлені у тому, щоб їхній споживач був легко маніпульованим. Здавалося би, маємо ситуацію конфлікту інтересів освіти і ЗМІ. Однак, у недавній ситуації пандемії і карантину з’ясувалося, що школа змушена звертатися за допомогою до ЗМІ. З іншого боку, самі ЗМІ змушені стримувати своє бажання “вражати” з огляду на можливі трагічні наслідки дезорієнтації своїх споживачів: не дуже якісний товар таки можна спожити, але якщо неправильно зорієнтувати людей щодо захисту від смертельного вірусу, то можна отримати тотальну недовіру до ЗМІ від постраждалих глядачів як родичів і друзів загиблих від цього вірусу. Тож ЗМІ і школа починають поступово здійснювати зустрічний рух. Хоча повної ідилії тут в принципі бути не може, однак намічаються цілі сектори для конструктивної взаємодії освіти і ЗМІ як засобів інформування населення.

Тут варто згадати, що і освіта, і ЗМІ виконують за великим рахунком одну й ту ж соціальну функцію – конструювання образу соціальної реальності. Тому варто звернутися до самої теми конструювання соціальної реальності. На думку російської дослідниці Тетяни Красікової: “Термін “конструктивізм” вживається в двох значеннях: по-перше, як назва наукової парадигми, по-друге, як назва напряму в соціології та психології. Вперше термін був використаний в 50-і рр. ХХ століття в контексті обговорення питань теорії пізнання. На сьогодні, існує ряд теорій, що потрапляють під цю парадигму: конструктивізм (у вузькому сенсі), радикальний конструктивізм, соціальний конструкціонізм” [7].

До класичного конструктивізму дослідники зараховують, зокрема, праці американських теоретиків німецького походження Альфреда Шюца,

Пітера Бергера і Томаса Лукмана. За свідченням російського дослідника А. Улановського: “Центральна ідея цього напрямку – уявлення про пізнання не як про відображення і репрезентації, але як про активну будову образу пізнаваних предметів і подій у свідомості суб’єкта” [13, с. 36]. Красікова зауважує, що “ключове поняття цього напрямку – конструкт. Термін позначає модель пояснення світу, якийсь оцінний шаблон, створений індивідом, через який він “розуміє” світ” [7]. Можна зауважити, що людина тут ніби заступає функції Бога – творця світу: яким ми побачили світ, яким сконструювали його у своїй уяві – таким він і є. Можна стверджувати, що тут відчувається вплив “коперніканського перевороту” у філософії, який свого часу здійснив у філософії Імануїл Кант, який доводив, що ми описуємо не світ сам-по-собі, а лише світ, яким він постає “для нас” [6]. Здається саме це має на увазі Улановський, коли зауважує, “що в конструктивізмі ще визнається можливість більш і менш адекватної відповідності конструктів (знань) реальності і, як наслідок, можливість більш і менш справжніх знань, теорій, інтерпретацій” [13, с. 37]. Втім, якою саме мірою людина створює світ, а не приймає його таким, яким він уже є (як “творіння Боже”) – питання відкрите, адже в ході еволюції людства воно все більше і більше перетворює світ, у якому живе. Саме цю думку, очевидно, розлого обґрунтовує праця “Соціальне конструювання реальності. Трактат з соціології знання” Бергера і Лукмана, які визначають “реальність” як “якість, властиву феноменам, мати буття, незалежне від нашої волі і бажання”, “знання” як “впевненість в тому, що феномени є реальними і володіють специфічними характеристиками” [1, с. 9]. Згідно цієї теорії реальність визначається нашими знаннями про неї, а тому і конструювання соціальної реальності виявляється узалежненим від зростання людського знання, а сама реальність постає як символічний універсум, у якому люди встановлюють правила взаємодії, впорядковуючи свої знання, які спочатку відсіюються від усього випадкового, некорисного, нераціонального, потім закріплюються і успадковуються і, врешті-решт, у такий спосіб інституалізуються. Як бачимо, все це дуже нагадує велику школу, до якої Бергер і Лукман фактично прирівнюють суспільство. Очевидно, що ці автори витлумачують у конструктивістський спосіб завдання Просвітництва, вони не припускають якогось фальшування знання, адже за великим рахунком неявно поділяють пафос Георга Гегеля щодо саморозвитку людства як своєрідного становлення Абсолютного Духу, Абсолютного Розуму [4]. Звісно, Бергер і Лукман відсилають до емпіричних досліджень, їхній символічний універсум формується еволюційно, але тим не менш – загальний пафос їхньої роботи є цілком просвітницьким, як і у Гегеля. Тут ще немає місця для всевладдя медіа, люди, які працюють з певними сегментами знань є лише “обслуговуючим персоналом”, а не всевладними панами громадської думки.

Більш пізній соціальний конструкціонізм, за свідченням Красікової, вже відрізняється від радикального конструктивізму тим, що не претендує на перетворення самої реальності, але переважно – на конструювання її образу: “Ключовою визнається ідея про конструювання світу не суб’єктивно в свідомості кожного індивіда, а спільно в процесі розмови і соціальних практик. Світ створюється за допомогою мови у взаємодії з іншими людьми” [7]. Конструктивізм, радикальний конструктивізм і

соціальний конструкціонізм як напрями мають як певні відмінні риси, так і певну схожість. Так, російський дослідник А. М. Улановський називає три спільні ідеї: пізнання є творенням, оскільки головна ідея полягає в конструюванні, створенні світу; істина є множинною, адже якою саме виявиться істина, залежить від культури того, хто її створює і сприймає, контексту і ситуації; критерієм “хорошого” знання є його придатність, адже конструкти мають значення тільки в певних обставинах [13]. Як бачимо, загальна тенденція розвитку соціального конструктивізму полягала у релятивізації соціальної реальності, визнанні її варіативності, плюральності, пластичності.

Важливим зламом у дослідженнях соціальної реальності як створюваної і мінливої під впливом активних дій людини стали праці дослідників сфери медіа як частини професійної діяльності журналістів, пропагандистів та фахівців у сфері реклами. Однією з ключових фігур тут є американський теоретик Уільям Ліппман, у працях якого було запропоновано поняття “псевдо-навколишнє середовище”. Як акцентують російські дослідники Є. Г. Дьякова та А. Д. Трахтенберга, людина має ту картину світу, яка формується у її свідомості під зовнішнім впливом, однак при цьому людина “приспосовується не до оточення, а до псевдо-оточення” [5, с. 35]. Як розвиває цю думку Красікова, “переважна частина світу знаходиться поза її досяжністю, тому вона не може перевірити ті факти, які надходять до неї зі ЗМІ. Отже, у мас-медіа є необмежені можливості з конструювання в свідомості людей певної картини світу” [7]. Ліппман зауважує, що тут немає ніякого “злого умислу” ЗМІ: вони виробляють якісь стандарти подання інформації, для того щоби ефективніше її впорядковувати в умовах постійного її лавиноподібного наростання. У свою чергу інформаційні стандарти (горезвісні, але неминучі “формат/неформат”) починають не лише обслуговувати певну цільову аудиторію, але й формувати нову, власну цільову аудиторію. Ці процеси мають зустрічний характер: ЗМІ не є всевладними, однак вони не є і рабами інформаційних потреб своїх споживачів, але й споживачі не є бездумними споживачами інформаційного “контенту”, і здійснюють певний зворотний вплив на ЗМІ – таким чином, ми можемо це процес рекурсивний і, як зараз це називають – інтерактивний. Тому, нового сенсу набувають слова Ліппмана, що “без стандартизації, без стереотипів, без абсолютно безжального спрощення складнощів, будь-який редактор помер би від перезбудження” [8, с. 219]. Зі свого боку, і споживачі інформації також не витримали би тиску того масиву інформації, який подає сучасне інформаційне суспільство: спрощення і відкидання зайвого – основні причини стандартизації роботи ЗМІ. А ще ж є і своя специфіка, пов’язана з стандартами, які задають технічні можливості ЗМІ. Ці технічні умови непомітно, але невблаганно змінюють формат подачі інформації, роблять її ще більш компактною, “упаковують” її у емоційну оболонку, підсилюють вже наявні смаки аудиторії і обходять її “больові точки”.

ЗМІ поступово формують перелік тем, які “цікаві” і “нецікаві” їхній аудиторії. При цьому з’являється можливість у різних зацікавлених сторін впливати на формування цього переліку тем – це і політики, і великі корпорації, і інші впливові суб’єкти життя постіндустріального суспільства. Таким чином, конструювання реальності ЗМІ відбувається завдяки “встановленню порядку денного” (“agenda-setting”),

сформульованої М. Маккомбс і Д. Шоу [14]. Саме ті події, які висвітлюють ЗМІ як важливі і значущі, споживач з високим ступенем імовірності починає сприймати такими. “Тим самим у свідомості аудиторії формується відповідний порядок денний, тобто особлива медіа-реальність, картина світу, “профільтрована” через засоби масової інформації” [5, с. 36].

Важко переоцінити також внесок німецького теоретика Нікласа Лумана, який надав розширене розуміння поняття мас-медіа, під яким він розуміє “усі громадські установи, які використовують технічні засоби для поширення повідомлень” [9]. Таке визначення дає змогу охопити як ЗМІ не лише усі сучасні новітні засоби масової комунікації, але й сферу освіти – тією мірою, якою вона починає все більш активно використовувати ці засоби. Маємо тепер говорити і аналізувати також, що ті ризики, які вважали традиційно властивими лише для ЗМІ, стають реальною загрозою і для сфери освіти. Усі ті штучні перепони поширенню інформації, або ж штучна ажитація довкола нікчемних на початку інформаційних подій стають цілком реальними і для сфери освіти: не лише деякі освітні теми, але й цілі деякі галузі і напрями надання освіти можуть стати просто “неспостережуваними”, як це називає Луман. А що випадає з поля зору, перестає бути предметом комунікації, те у суспільстві комунікації перестає існувати – в усякому разі функціонально.

**Висновки.** Взаємне проникнення освіти і медіа-сфери відкриває і ширші можливості зворотного впливу освіти з її потенціалом критичного мислення на сферу ЗМІ – але для набуття таким впливом відчутного обсягу і ефекту цей вплив має спочатку набути прийняттого для медіа формату – систему можна змінювати лише зсередини.

#### Список використаних джерел:

1. Бергер, П & Лукман, Т 1995. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания, пер. с англ. Москва: *Медиум*, 323 с.
2. Блюменберг, Г 2005. *Світ як книга*, пер. з нім., передмова, коментарі Володимира Єрмоленка, Київ: *Лібра*, 544 с.
3. Бодріяр, Ж 2010. Фатальні стратегії, пер. з франц. Л. Кононовича, Львів: *Кальварія*, 192 с.
4. Гегель, ГВ Ф 2004. Феноменологія духу, пер. з нім. П. Таращук; наук ред. пер. Ю. Кушаков, Київ: *Вид-во Соломії Павличко “Основи”*, 548 с.
5. Дьякова, ЕГ & Трахтенберг, АД 1999. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов, Екатеринбург: *УрО РАН*, 130 с.
6. Кант, І 2000. Критика чистого розуму, пер. з нім. та приміт. І. Бурковського, Київ: *Юніверс*, 504 с.
7. Красикова, Т 2013. ‘Проблема конструирования социальной реальности в теории массовой коммуникации’, *Электронный научный журнал “Современный дискурс-анализ”*, Вып. 8. Доступно: <<http://discourseanalysis.org/ada8/st58.shtml>>. [19 Грудня 2020].
8. Липшман, У 2004. Общественное мнение, Москва: *Институт Фонда “Общественное мнение”*, 384 с.
9. Луман, Н 2010. Реальність масмедіа, пер. В. Климченко; за ред. В. Іванова, М. Мінакова, Київ: *ЦВП*, 157 с.
10. Лысак, ИВ 2009. ‘СМИ как средство конструирования социальной реальности в современном мире’, *Альманах современной науки и образования*, № 7 (26), ч. 1, с. 92-93.
11. Маклюен, М 2008. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги, вид. 2-ге, перероб., Київ: *Ніка-Центр*, 389 с.

12. Мансурова, ВД 2002. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. Монография, Барнаул: *Изд-во Алт. ун-та*, 237 с.
13. Улановский, АМ 2009. 'Конструктивизм, радикальный конструктивизм, социальный конструкционизм: мир как интерпретация', *Вопросы психологии*, № 2, с. 35-45.
14. McCombs, ME & Shaw, DL 1972. 'The agenda-setting function of mass media', *Public Opinion Quarterly*. 36, p. 176-187.
15. McLuhan, M 1967. *Understanding Media: the Extensions of Man*, London, New York: *Sphere Books*, 382 p.

#### References:

1. Berger, P & Lukman, T 1995. *Socialnoe konstruirovanie realnosti. Traktat po sociologii znaniya (Social construction of reality. Treatise on the Sociology of Knowledge)*, per. s angl. Moskva: *Medium*, 323 s.
2. Blyumenberg, G 2005. *Svit yak kniga (The Legibility of the World)*, per. z nim., peredmovna, komentari Volodimira Yermolenka, Kiyiv: *Libra*, 544 s.
3. Bodriyar, Zh 2010. *Fatalni strategiyi (Fatal strategies)*, per. z franc. L. Kononovicha, Lviv: *Kalvariya*, 192 s.
4. Gegel, GV F 2004. *Fenomenologiya duhu (Phenomenology of the spirit)*, per. z nim. P. Tarashuk; nauk red. per. Yu. Kushakov, Kiyiv: *Vid-vo Solomiyi Pavlichko "Osnovi"*, 548 s.
5. Dyakova, EG & Trahtenberg, AD 1999. *Massovaya kommunikaciya i problema konstruirovaniya realnosti: analiz osnovnyh teoreticheskikh podhodov (Mass communication and the problem of constructing reality: analysis of the main theoretical approaches)*, Ekaterinburg: *UrO RAN*, 130 s.
6. Kant, I 2000. *Kritika chistogo rozumu (Critique of pure reason)*, per. z nim. ta primit. I. Burkovskogo, Kiyiv: *Yunivers*, 504 s.
7. Krasikova, T 2013. 'Problema konstruirovaniya socialnoj realnosti v teorii massovoj komunikacii (The problem of constructing social reality in the theory of mass communication)', *Elektronnyj nauchnyj zhurnal "Sovremennyj diskurs-analiz"*, Vyp. 8. Dostupno: <<http://discourseanalysis.org/ada8/st58.shtml>>. [19 Grudnya 2020].
8. Lippman, U 2004. *Obshestvennoe mnenie (Public opinion)*, Moskva: *Institut Fonda "Obshestvennoe mnenie"*, 384 s.
9. Luman, N 2010. *Realnist masmedia (The reality of mass media)*, per. V. Klimchenko; za red. V. Ivanova, M. Minakova, Kiyiv: *CVP*, 157 s.
10. Lysak, IV 2009. 'SMI kak sredstvo konstruirovaniya socialnoj realnosti v sovremennom mire (Mass media as a means of constructing social reality in the modern world)', *Almanah sovremennoj nauki i obrazovaniya*, № 7 (26), ch. 1, s. 92-93.
11. Maklyuen, M 2008. *Galaktika Gutenberga: stanovlennya lyudini drukovanoyi knigi (Gutenberg's Galaxy: the formation of the man of the printed book)*, vid. 2-ge, pererob., Kiyiv: *Nika-Centr*, 389 s.
12. Mansurova, VD 2002. *Zhurnalistskaya kartina mira kak faktor socialnoj determinacii (Journalistic picture of the world as a factor of social determination)*. Monografiya, Barnaul: *Izd-vo Alt. un-ta*, 237 s.
13. Ulanovskij, AM 2009. 'Konstruktivizm, radikalnyj konstruktivizm, socialnyj konstrukcionizm: mir kak interpretaciya (Constructivism, radical constructivism, social constructionism: the world as an interpretation)', *Voprosy psihologii*, № 2, s. 35-45.
14. McCombs, ME & Shaw, DL 1972. 'The agenda-setting function of mass media ', *Public Opinion Quarterly*. 36, p. 176-187.
15. McLuhan, M 1967. *Understanding Media: the Extensions of Man*, London, New York: *Sphere Books*, 382 p.