



**Коломиец Яна Юрьевна**

Сотрудник

Кафедра новых медиа и теории коммуникации, факультет журналистики, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 125009, Российская Федерация, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: kolomiets\_yana@mail.ru

**Yana Yu. Kolomiets**

Research Fellow

New Media and Communication Theory Department, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya Str., Moscow, 125009, Russian Federation, e-mail: kolomiets\_yana@mail.ru

## **КОНЦЕПЦИЯ «ВТОРОЙ УСТНОСТИ» У. ОНГА И РЕТРАЙБАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В XXI ВЕКЕ. ЧАСТЬ 2\***

**Аннотация.** В статье проводится анализ вклада американского исследователя — представителя экологии средств коммуникации и последователя Герберта Маршалла Маклюэна — Уолтера Джексона Онга в развитие теории коммуникации, и в частности одного из аспектов идеи Герберта Маршалла Маклюэна о том, что использование электронных средств коммуникации способствует выходу человечества на новый виток исторической спирали, для которого характерны явления, присущие эпохе преобладания устных форм передачи информации. Статья представляет собой результат теоретического анализа, осуществленного в рамках «коммуникативной парадигмы», т. е. посредством выбора категории «коммуникация» в качестве первоосновы для понимания и объяснения тех изменений, которые происходят сегодня в психологических паттернах индивида при использовании Интернета и, в частности, социальных сетей.

Во второй части статьи апробируется состоятельность концепции «Второй устности» применительно к исследованию изменений, происходящих в обществе под воздействием активного использования социальных сетей. Главным результатом теоретического исследования, представленного в статье, является допущение, что увеличение возможностей по коммуникации с использованием социальных сетей привело к возникновению в сети Интернет различных сообществ по интересам и формированию новой информационной культуры. Это стало причиной формирования в современном обществе «новых» социальных субъектов — «информационных племен», возвращенных из прошлого человечества, а принадлежность к одному или нескольким из таких

\* Часть 1 см.: Вопросы теории и практики журналистики. — 2017. — Т. 6, № 3. — С. 418–429.

племен стала одним из главных индикаторов личности современного человека.

**Ключевые слова.** Вторая устность, Уолтер Джексон Ong, социальные сети, ретрайбализация общества в XXI веке, «торонтская школа» теории коммуникации.

**Информация о статье.** Дата поступления 11 апреля 2017 г.; дата принятия к печати 06 апреля 2018 г.; дата онлайн-размещения 20 апреля 2018 г.

---

## THE CONCEPTION OF SECONDARY ORALITY BY WALTER J. ONG AND RE-TRIBALIZATION OF SOCIETY THROUGH USING SOCIAL NETWORKS IN THE 21<sup>ST</sup> CENTURY. PART 2

**Abstract.** The article analyzes contribution of the American researcher Walter Jackson Ong, a representative of the mass media ecology and successor of Herbert Marshall McLuhan, to the development of the theory of communication, and, in particular, to one of the aspects of Herbert Marshall McLuhan's concept about the fact, that using electronic means of communication encourages mankind to move up to a new level of historical development, which is characterized by phenomena peculiar to the era of the predominance of oral means of communication. The article is the result of theoretical analysis, carried out in the framework of the communicative paradigm, i. e. by means of choosing the category "communication" as the initial basis for understanding and explaining the changes happening in psychological patterns of an individual using the Internet and, especially, social networks.

In the second part of the article the concept of second orality is tested as applied to studying changes happening to society as a result of people's actively using social networks. The main finding of the theoretical research, presented in the article, is an assumption that extending opportunities to communicate using social networks have resulted in different interest groups being created in the Internet and a new information culture arising. This has become the reason for "new" social actors, i. e. "informational tribes" returned from the past of mankind, being formed in modern society; belonging to one or several of such tribes has become one the main personality indicators of a modern individual.

**Keywords.** Secondary orality, Walter Jackson Ong, social networks, re-tribalization of society in 21<sup>st</sup> century, Toronto school of communication theory.

**Article info.** Received April 11, 2017; accepted April 06, 2018; available online April 20, 2018.

---

### Вторая устность и социальные сети: ретрайбализация общества

Предшественник Уолтера Онга [1] и основатель «торонтской школы» теории коммуникации Гарольд Иннис считал, что использование

инновационных средств коммуникации провоцирует изменения в социальной структуре общества. Маклюэн также считал, что психогенные изменения, происходящие в сознании отдельного индивида под воздействием новых коммуникаци-

онных технологий, рано или поздно кардинально меняют общество [2].

Появление социальных сетей в наибольшей степени, чем другие тенденции развития современного медиапространства, способствовало возрождению «устной» формы дискурса, базирующейся на культуре письменности. Новая форма коммуникации достигла качественно нового уровня и стала причиной серьезных преобразований в психологических паттернах индивида. Сегодня в социальных сетях люди осуществляют общение друг с другом практически по тем же принципам, что и в эпоху первичной устности, тем самым адаптируя психологические и, как результат, социальные модели «устных» культур. Обратимся к более подробному анализу данного тезиса.

Многочисленные исследования истории развития человечества показали, что в течение тысячелетий люди жили в группах и племенах численностью не более 150 человек [3]. Появление более крупных и сложных социальных структур (городов, корпораций, стран) является относительно новым явлением. И хотя на сегодняшний день человечество в полной мере доказало способность жить в более сложных социальных условиях, племенные имманентные чувства никогда не были полностью стерты из человеческого сознания. Это доказывают, например, процессы, сопровождающие футбольный чемпионат или роль модных брендов, определяющих идентичность. Поскольку «племя» является базовой социальной структурой, в соответствии с которой развивается человечество, представляется совершенно логичным, что

появление новых технологических средств коммуникации стало катализатором движения общества именно в данном социологическом ключе.

Если более детально подойти к рассмотрению параллели между новыми коммуникационными практиками, возникающими посредством использования социальных сетей, и технологией коммуникации, бытовавшей в эпоху «первичной устности», мы увидим неоспоримое сходство. Ирвин Чен, которая разрабатывает курс для изучения появления устной интернет-культуры в Университете Парсона, говорит: «Устная коммуникация предполагает участие, интерактивность, общность и сосредоточенность на настоящем. Это и есть Интернет» [4].

#### **Идентичность в эпоху социальных сетей**

В племенном обществе не существовало разницы между конкретной личностью и восприятием данной личности племенем: индивид представлял собой того, кем его считали соплеменники. Подобная схема во взаимоотношениях индивида и общества, индивида и собственной идентичности наблюдается и в XXI веке при использовании социальных сетей. Люди формируют представление о личности, демонстрируя свои предпочтения, наличие связи друг с другом, свое отношение друг к другу, оставляя сообщения в ленте и обмениваясь визуальными символами. Важным аспектом в определении идентичности как в племенном обществе, так и в социальных сетях является принадлежность к тому или иному сообществу: кто является соплеменниками / что представляют собой «друзья» индивида.

Способ коммуникации в социальных сетях в большей степени имеет «устную» природу, чем «письменную»: «твиты», комментарии, видеоответы и обновление статусов. Исследования в области антропологии [3], рассматривающие параллели между социальными сетями и племенным обществом, показали, что непрерывный коллективный просмотр профайлов, обмен сообщениями и добавление друг друга в список друзей являются возрождением определенных мыслительных паттернов, присущих устной коммуникации, когда аспект социализации имел колоссальное значение для выживания.

Майкл Уэш — преподаватель культурной антропологии в Канзасском Национальном Университете — провел два года своей жизни в племени в Папуа — Новой Гвинее, исследуя, как люди создают и поддерживают социальные отношения, будучи представителями чисто устной культуры. Теперь он применяет те же этнографические методы исследования обрядов и ритуалов пользователей сети «Фейсбук». «В племенных культурах личность полностью зависит от того, каким вас знают и представляют другие люди. Когда вы смотрите на «Фейсбук», вы можете видеть ту же схему в работе: люди программируют / создают свою идентичность через отношения друг с другом. Новую актуальность приобретает поговорка «Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты»».

### **Формирование «новых трайбов» и процесс коммуникации внутри них**

Сила формирования новых цифровых трайбов заключается в воз-

рождении имманентных человеческих качеств, глубоко коренящихся в самих принципах мыслительного процесса. Тем не менее новые — цифровые — племена имеют иной характер формирования, нежели в древние времена: они формируются не по принципу родственных связей, а ввиду дигитализации информации. Именно она является той базой, посредством которой формируется цифровое племя.

Социальные сети в большей степени, чем любые другие современные информационные технологии, снабжают людей виртуальным пространством, где они могли бы «встретиться». В племенном обществе люди определяют свою принадлежность посредством прямого межличностного контакта. В Интернете они объединяются в сообщества по множеству причин, начиная с семейных связей и заканчивая «пожизненной дружбой» с теми, кто попросту разделяет их интересы. Сегодня пользователи регулярно собираются вокруг цифровых тотемов, где рассказывают истории, делают предупреждения друг другу, делятся идеями. Цифровые тотемы в наши дни помогают людям сотрудничать, проявлять эмпатию, праздновать, собирая людей вокруг себя в некоем виртуальном пространстве, и таким образом облегчают эти процессы.

На сегодняшний день одной из главных виртуальных площадок, представляющих возможность для формирования «племен», является социальная сеть Facebook. Любой, кто привык регулярно использовать цифровые средства массовой информации, является членом конкретных цифровых племен, начиная с идентификации собственной

личности через отношения, которые пользователь выстраивает с другими, приобщаясь к виртуальному пространству, которым окружены наши тотемы. Пользователи, являющиеся частью одного племени, как правило, имеют тенденцию «идти в одном направлении». Со временем племена могут «кочевать» с одной цифровой площадки на другую, как случилось с сообществами, переместившимися из некогда популярной социальной сети MySpace в Facebook.

Бенедикт Андерсон — еще один ученый, причисляемый исследователями к «торонтской школе» теории коммуникаций, — в своей книге «Воображаемые сообщества» [5] описывает концепцию нации, согласно которой нация — это воображаемое сообщество, отличающееся от реального тем, что не может основываться на регулярном общении его членов «лицом к лицу», а существует в первую очередь в воображении индивидов, признающих свою принадлежность к нему. Индивидам, мнящим себя членами воображаемого сообщества, очевиден тот факт, что они и остальные члены данного сообщества включаются в него посредством своих временных координат. Что касается восприятия пространства, то отличительным признаком участника сообщества является способность мыслить себя в составе группы, живущей параллельной жизнью с другими группами людей, которые никогда ей не встречались.

Мануэль Кастельс писал: «Интернет — это коммуникационный медиум, который впервые сделал возможным общение **многих людей со многими другими** в любой момент времени и в глобальном масштабе»

[6, с. 15]. Сегодня мы имеем возможность наблюдать за тем, как обществу в Интернете распадается на огромное количество сообществ людей, казалось бы не связанных друг с другом ни по каким критериям, кроме чувства принадлежности. Информация, появляющаяся в социальной сети, неминуемо вызывает эмоциональный отклик у определенного количества людей: они возмущаются, радуются, сочувствуют и выражают это через свои виртуальные «аватары». Наличие распространенной системы горизонтальных и вертикальных связей в социальных сетях позволяет им делиться этой информацией с другими пользователями, которые также осуществляют эмоциональную рефлексию, зачастую выражающуюся в желании поделиться с другими пользователями, и т. д. В качестве примера легко распространяемой единицы цифрового культурного знания можно привести интернет-мемы. Экспоненциальное распространение контента, основанное исключительно на желании поделиться интересным контентом с членами своей «общины», может быть истолковано в рамках данного исследования как «маркировка территории» или выражение собственности на определенные артефакты [7].

Тем не менее эмоция эмпатического свойства, характерная для мышления человека в эпоху «первичной устности», в новых условиях трайбализованного виртуального общества может также спровоцировать вполне реальные последствия. В своей книге «Умная толпа: новая социальная революция», выпущенной в 2006 году [8], американский социолог Говард Рейнгольд пред-

положил, что в будущем влияние коммуникационных технологий на сознание людей возрастет до такого уровня, что индивид, широко использующий новые технические средства коммуникации, приобретет новые качества, которые станут причиной образования в обществе нового социального страта.

Сегодня мы можем говорить о том, что будущее, описанное Рейнгольдом, в определенной степени стало реальностью. Исследователь неслучайно называет новые толпы «умными». Этим же объясняется то, почему новые сетевые объединения можно обозначить как «племена» или «множества», а не, скажем, «массы». Огромное количество абсолютно не связанных людей осуществляет единую эмоциональную рефлексию на определенные новости, события, явления. Этот эмоциональный отклик толпы достигается по тому же принципу, что и распространение вируса. Главным отличительным признаком «умной» толпы является способность действовать слаженно, даже не зная друг друга, согласуясь посредством имеющихся у них коммуникационных устройств, обеспечивающих связь.

В качестве примера действующей «умной толпы» или «цифрового племени» в действии можно привести вспыхнувшие по всей Англии в 2011 году восстания, или так называемые riots [9], примечательные для нашего исследования тем, что, как стало известно позднее в ходе расследования, первые шаги на пути к объединению были сделаны участниками беспорядков на страницах социальной сети Facebook. А решающую роль сыграло наличие у большинства бунтовавших смарт-

фонов Blackberry со встроенной программой передачи моментальных сообщений Blackberry Messenger (BBM), которая не только представляет собой сервис по бесплатной отправке моментальных сообщений между смартфонами Blackberry, но и включает в себя функции социального администрирования, когда сообщение одного пользователя можно распространить сразу множеству адресатов. Еще одно преимущество данных сообщений состоит в том, что проследить участников данного коммуникативного акта практически невозможно, так как каналы, используемые смартфонами Blackberry для передачи данных, зашифрованы по стандарту AES<sup>1</sup>. Первое сообщение, которое повлекло за собой огромное количество откликов, призывало приехать со всех концов Лондона в центр «громить» Оксфорд-стрит, но ни это, ни одно из тысяч ответных сообщений властями перехвачено не было.

#### **Уникальный самобытный язык «племен»**

В феврале 2013 года в журнале EPJ Data Science была опубликована статья «Word usage mirrors community structure in the online social network Twitter» [10], в которой исследователи провели масштабный филологический анализ социальной сети «Твиттер», который показал, что пользователи сети организуются в онлайн-сообщества, имеющие общую направленность, интересы или профессию. Во многих случаях был даже распознан уникальный самобытный язык, которым пользуются участники одной группы. По утверж-

<sup>1</sup> Advanced Encryption Standard — защита сообщений от перехвата.

дению Доктора Брайана, профессора из Школы биологических наук Королевского университета Холлоуея и участника исследовательской группы, это означает, что при взгляде на язык, который использует пользователь, с вероятностью 80 % возможно предсказать, к какому сообществу она или он скорее всего принадлежит.

В процессе исследования команда ученых разработала карту «онлайн-племен», сформированных в рамках социальной сети «Твиттер». Данная карта подробно описывает, какие профессии, политические взгляды, общее хобби и этническую принадлежность можно встретить в рамках одного «племени». Карта была создана с помощью формирования в смысловые группы публичных сообщений, отправленных посредством «Твиттера». Этот метод позволил команде ученых зафиксировать разговоры между двумя и более участниками «племени».

После того как исходные данные были собраны, команда сгруппировала пользователей и картографировала получившиеся онлайн-сообщества, используя передовые алгоритмы как в физике, так и в сетевых науках (*network science*). Данные алгоритмы были специально разработаны для идентификации индивидов, которые имеют тенденцию к отправке своих сообщений другим членам своей общины.

С помощью описанных выше алгоритмов группа ученых искала необычные слова, которые часто использовались бы участниками одного сообщества и редко — теми, кто является частью других сообществ. Например, в одной из групп постоянно встречаются упоминания канад-

ского певца Джастина Бибера, в то время как в другом говорят о президенте Обаме. Одним из интереснейших результатов исследования стало выявление в сообщениях пользователей, принадлежащих одному виртуальному «племени», наличия одинаковых ошибок и опечаток.

В данном исследовании было использовано огромное количество специально разработанных для него инновационных способов сбора данных, никогда не использовавшихся прежде. Поэтому Королевский университет Холлоуея даже подал заявку на патент данных инструментов в будущем.

### **Отличие от традиционных племен**

Если в традиционном племенном обществе можно было принадлежать только к одному племени, в настоящее время в Интернете существует огромное количество «племенных» сетей, которые вместе составляют то, что Маклюэн называл «глобальной деревней», а Кастельс «сетевым обществом». Помимо зависимости от цифровых технологий формированию «новых племен» подчас способствуют коммерчески заинтересованные корпорации, деятельность которых необязательно направлена на благополучие членов племени. Тем не менее их «племенная» территория сильнее и, возможно, в скором времени будет даже в состоянии конкурировать с географическими и страновыми границами.

Племенная идентичность в эпоху Интернета преодолевает этнические, культурные и географические рамки [7]. Зачастую онлайн-племена демонстрируют обычаи и культурные ценности, которые отличаются от

тех действий, которые происходят в контексте реальной жизни. Было бы странно наблюдать за тем, как люди «тыкают» (от англ. poke, которым обозначена функция в Facebook) друг в друга, чтобы привлечь внимание. В Интернете люди чувствуют себя гораздо более свободными и смелыми, чтобы сказать что-то, что никогда не осмелились бы сказать друг другу в лицо.

В то время как в реальном пространстве жизни мы образуем социальные связи друг с другом через наличие общих черт, таких как возраст, пол, этническая принадлежность, и можем вычислить единомышленника в основном через язык тела, похожую одежду, в виртуальных племенных пространствах мы выражаем нашу близость и интерес симпатиями, добавлением в избранное, репостами, «тычками», «оформлением» подписки на пользователя, а также отмечая его на своих фотографиях и в постах. В новых цифровых племенах именно эти действия демонстрируют выражение заинтересованности и принадлежности, что усиливает демонстрацию принадлежности пользователя к определенному племени так же, как в прошлом этой демонстрацией были ритуальные танцы, игра на барабанах и другие обряды.

### Заключение

В данной статье мы постарались показать теоретическую состоятельность концепции «Второй устности» Уолтера Онга для исследования некоторых процессов социологического характера, протекающих в медиапространстве.

По мнению многих исследователей, мир науки о медиа сегодня

входит в стадию, названную Т. Куном «экстраординарной», когда реальность начинает наполняться аномалиями — фактами, которые не всегда можно объяснить с помощью господствующих теорий. В этих условиях концепция «Второй устности» имеет право на внимание научного сообщества, так как, корреспондируя с социологическими и медиатеориями XX и XXI веков, она предлагает свежий взгляд на те изменения, которые происходят с обществом под воздействием активного использования социальных сетей, и вскрывает новые пласты научной проблематики междисциплинарного характера.

Исследование аспекта социализации современного человека посредством социальных сетей, применяя в качестве основного теоретического инструмента концепцию «Второй устности», позволяет сделать следующее допущение. Расширение возможностей по коммуникации с использованием социальных сетей привело к возникновению в Сети различных сообществ по интересам и формированию новой информационно-культурной культуры. Это стало причиной формирования в современном обществе «новых» социальных субъектов, а по мнению некоторых ученых, «информационных племен», возвращенных из прошлого человечества. Принадлежность к одному или нескольким из таких племен стала одним из главных индикаторов личности современного человека.

Однако, несмотря на глубокую проработанность данной темы западными исследователями — *М. Маффесоли, Д. Поллардом, Д. Куинном*, которые даже присво-

или рассматриваемому в данной статье феномену название «неотрайбализма», в рамках заданной проблематики настоящее исследование поднимает множество вопросов, на которые предстоит ответить в будущем: является ли организационная структура «цифрового пле-

мени» долговечной; сможет ли она заменить национальные государства; в случае, если да, будет ли способна выполнять его функции, а также обеспечить безопасность, свободу слова или же станет причиной возникновения тоталитарных режимов?

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ong W. J. *Orality and literacy: the technologizing of the word* / W. J. Ong. — London ; New York : Methuen, 1982. — 256 p.
2. Маклюэн М. Интервью для Playboy, 1969 [Электронный ресурс] / М. Маклюэн ; пер. с англ. К. Елфимова // Mcluhan.ru. Привет, Маклюэн! — Режим доступа: <http://www.mcluhan.ru/articles/marshall-maklyuen-intervyu-dlya-playboy-ch-1>.
3. Dunbar R. I. M. Neocortex size as a constraint on group size in primates / R. I. M. Dunbar // *Journal of Human Evolution*. — 1992. — № 22 (6). — P. 469–493.
4. Bownds D. The internet as a return to oral culture [Electronic resource] / D. Bownds. — Mode of access: <http://mindblog.dericbownds.net/2007/12/internet-as-return-to-oral-culture.html>.
5. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / Б. Андерсон ; пер. с англ. В. Николаева. — М. : Кучково поле, 2001. — 288 с.
6. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс ; пер. с англ. А. Матвеева. — Екатеринбург : У-Фактория, 2004. — 328 с.
7. Wheeler S. Digital tribes, virtual clans / S. Wheeler // *Connected Minds, Emerging Cultures: Cybercultures in Online Learning*. — Charlotte : Information Age Publishers, 2009.
8. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Г. Рейнгольд ; пер. с англ. А. Гарькавого. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2006. — 416 с.
9. Halliday J. London riots: how BlackBerry Messenger played a key role [Electronic resource] / J. Halliday // *The Guardian*. — Mode of access: <http://www.guardian.co.uk/media/2011/aug/08/london-riots-facebook-twitter-blackberry>.
10. Bryden J. Word usage mirrors community structure in the online social network Twitter [Electronic resource] / J. Bryden, S. Funk // *EPJ Data Science*. — Mode of access: <https://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds15>.

### REFERENCES

1. Ong W. J. *Orality and literacy: the technologizing of the word*. London, New York, Methuen, 1982. 256 p.
2. McLuhan M. Playboy interview. 1969. Available at: <http://www.mcluhan.ru/articles/marshall-maklyuen-intervyu-dlya-playboy-ch-1>.
3. Dunbar R. I. M. Neocortex size as a constraint on group size in primates. *Journal of Human Evolution*, 1992, no. 22 (6), pp. 469–493.
4. Bownds D. The internet as a return to oral culture. Available at: <http://mindblog.dericbownds.net/2007/12/internet-as-return-to-oral-culture.html>.
5. Anderson B. *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. 2<sup>nd</sup> ed. London, Verso, 1991. 213 p. (Russ. ed.: Anderson B. *Voobrazhaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokakh i rasprostranении natsionalizma*. Moscow, Kuchkovo pole Publ., 2001. 288 p.).
6. Kastells M. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford University Press, 2001. 292 p. (Russ. ed.: Kastel's M. *Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internetе, biznese i obshchestve*. Ekaterinburg, U-Faktoriya Publ., 2004. 328 p.).

7. Wheeler S. Digital tribes, virtual clans. *Connected Minds, Emerging Cultures: Cybercultures in Online Learning*. Charlotte, Information Age Publishers, 2009.

8. Rheingold H. *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Basic Books, 2003. 288 p. (Russ. ed.: Reingol'd G. *Umnaya tolpa: novaya sotsial'naya revolyutsiya*. Moscow, FAIR-PRESS Publ., 2006. 416 p.).

9. Halliday J. *London riots: how Blackberry Messenger played a key role*. Available at: <http://www.guardian.co.uk/media/2011/aug/08/london-riots-facebook-twitter-blackberry>.

10. Bryden J., Funk S. *Word usage mirrors community structure in the online social network Twitter*. Available at: <https://epjdatascience.springeropen.com/articles/10.1140/epjds15>.

### **ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ**

Коломиец Я. Ю. Концепция «Второй устности» У. Онга и ретрайбализация общества посредством социальных сетей в XXI веке. Часть 2 / Я. Ю. Коломиец // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7, № 2. — С. 222–231. — DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(2).222-231.

### **FOR CITATION**

Kolomiets Y. Y. The Conception of Secondary Orality by Walter J. Ong and Re-Tribalization of Society through Using Social Networks In 21<sup>st</sup> Century. Part 2. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2018, vol. 7, no. 2, pp. 222–231. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(2).222-231. (In Russian).