

МАССОВО- ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОБУЧЕНИИ

Л.П. Буева

Процесс распространения западной культуры и его противоречия

Аннотация. Предмет статьи – анализ мировоззренческих истоков современной массовой культуры. Автор обращается к первоначальным размежеваниям между элитарной и массовой культурой. Эти проблемы рассматриваются через призму своеобразной темы – процесс распространения культуры. Действительно, развитие современных средств общения постоянно возобновляет сюжет о преобразовании и унификации всего комплекса информационных потоков, всей системы распространения культуры и просвещения. Автор излагает идеи К. Маркса и Ф. Энгельса о роли средств массового влияния на людей. Он раскрывает тему и на историческом материале, анализируя идеи В.И. Ленина, Н.К. Крупской, А.В. Луначарского. Большое влияние уделяется социально-критическому аспекту массовой коммуникации.

Метод исторического анализа позволяет обратиться к генезису проблемы, к первоначальному осмыслению этой темы, как она сложилась ещё в эпоху Просвещения. Обращаясь к концепциям массовой коммуникации, автор использует полемические приёмы.

Новизна проблемы состоит в том, что исследователи обычно уделяют особое внимание содержанию массовой коммуникации, специфическому различию каналов массового воздействия на аудиторию. Механизмы распространения культуры не были предметом столь интенсивного рассмотрения. Развитие массового общения ставит вопрос о преобразовании и унификации всего комплекса информационных потоков, всей системы распространения культуры и просвещения.

Ключевые слова: просвещение, педагогика, коммуникация, массовое общение, культура, духовные ценности, информация, общество, радиовещание, телевидение.

Мир стоит сегодня на пороге радикальной перестройки массово-информационных процессов. В настоящее время быстрыми темпами увеличивается объем информации, накапливаемой человечеством. Подсчитано, например, что количество сведений современного десятиклассника больше всей «Энциклопедии» Дидро и Даламбера, выпущенной французскими просветителями в XVIII в.

Развитие массового общения ставит вопрос о преобразовании и унификации всего комплекса информационных потоков, всей системы распространения культуры и просвещения. Уже появились «электронные библиотеки», которые решительно изменили традиционные способы сбора,

хранения и получения информации. Визуальная, звуковая и сигнальная связь позволила жителям планеты в еще большей степени использовать все виды информации – устное и печатное слово, фотографии, телеграфные сообщения, телевизионные изображения, электронные вычислительные машины.

Суть проблемы, разумеется, не в количественных показателях, определяющих масштабы нарастания информации. Важно осознать другое: отразятся ли все эти процессы на содержании культуры, на ее внутреннем состоянии? Каково в связи с этим реальное соотношение между культурой, т.е. совокупностью духовных ценностей, созданных и создаваемых человечеством в процессе обще-

ственно-исторической практики, и массовым распространением достижений культуры? Различные истолкования этой проблемы исследователями требуют критического анализа.

В частности, некоторые авторы, например американский социолог Л. Лоуэнталь, полагают, что конкретный способ общения людей, то или иное средство распространения художественных ценностей не затрагивают глубинных закономерностей самой культуры. Характер общения изменяет внешние, как они полагают, формы духовной деятельности, имеющие отношение к распределению культурных благ, к способу их существования. Поэтому Лоуэнталь не опровергает того факта, что массовая коммуникация на самом деле способна породить определенную разновидность культуры, которая получила сегодня название «массовой». Однако все это, по его словам, лишь углубляет конфликт между подлинным духовным творчеством, имеющим якобы автономный характер, и растиражированными суррогатами культуры [34, р. 190].

При таком подходе обнаруживается определенная недооценка массового общения как реального фактора, функционирования культуры, не только «массовой», но и элитарной. В противовес данной точке зрения американский социолог З. Бжезинский полагает, будто именно средства информации (радио, печать, телевидение) определяют и сам процесс общения, и фактическое содержание духовных явлений.

Заимствуя и переосмысливая некоторые идеи М. Маклюэна, З. Бжезинский утверждает, будто структура и содержание общественного сознания зависят не от социально-классовых отношений, а от технических средств распространения информации. Некоторые из этих средств, по его словам, например печать, содействуют выработке универсального взгляда на мир, что, естественно, накладывает отпечаток и на облик культуры. Другие, например телевидение, по мнению Бжезинского, в силу своей специфики, т.е. способности манипулировать зрительно-слуховым образом, формируют мозаичную картину мира [26, р. 40].

В этих рассуждениях культура предстает как широкое собирательное понятие, отражающее определенный уровень цивилизованности мира. Но сами духовные явления выводятся из специфики технических каналов информации. При этом Бжезинский не проводит различия между массо-

вой коммуникацией как процессом, одной из форм общения людей и теми средствами, с помощью которых этот процесс реализуется. Специфика массового общения растворяется по сути дела в особенностях того или иного технического канала распространения информации (печати, телевидения).

В действительности особенности, присущие тому или иному каналу распространения информации, не могут сами по себе определять характер социального общения людей, духовных и культурных процессов. Такое искаженное понимание общения весьма характерно для апологетического технократического направления социологии, которое подмечает те или иные черты коммуникативных явлений, фиксирует их общественные эффекты, но совершенно игнорирует социальные, общественно-экономические предпосылки появления и функционирования массовой коммуникации.

«Массовая коммуникация, – пишет американский социолог В. Шрамм, – это техническая форма коммуникации, позволяющая почти одновременно производить быструю передачу информации, обществу для больших, гетерогенных и безличных аудиторий» [31, р. 18]. Другой американский исследователь, О. Ларсен, понимает под массовой коммуникацией «относительно одновременное воздействие на большие гетерогенные аудитории каких-либо символов, передаваемых безличными средствами из организованного источника, для которых члены аудитории анонимны» [30]. Еще одно определение принадлежит американскому культурологу О'Хара: «Термин «массовая коммуникация» имеет в виду процесс передачи идентичных сообщений большому числу людей, находящихся в различных сферах жизни и физически разобщенных. Понятие «средства массовой коммуникации» относится к инструментам, с помощью которых этот процесс становится возможным» [33, р. 6].

В этих определениях игнорируется тот факт, что распространение информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм); с помощью технических средств (печати; радио, кинематографа, телевидения) на большие, распродоточенные аудитории протекает в различных социально-экономических условиях и что функционирование массовой коммуникации и ее содержание в государствах с различными систе-

мами общественных отношений принципиально противоположны.

Средства массовой информации, процесс массовой коммуникации обусловлены социально-экономическими и политическими факторами, зависят в конечном счете от социальной структуры конкретного общества, системы материальных и идеологических отношений, его истории и культуры. Они активно влияют на все стороны социальной жизни. Именно поэтому общество не безразлично к средствам общения, оно целеустремленно направляет характер и содержание деятельности различных каналов информации.

Средства массовой информации могут служить инструментами преобразований общества и человека, но и как инструмент манипулирования общественным сознанием. Средства массовой информации включаются в идеологические процессы, распространяя те или иные социально-политические взгляды. Исследователи, выявляя специфическое содержание культуры и присущие ей особенности формирования и функционирования, подчеркивают; что данное социальное явление носит исторический характер, развивается в зависимости от смены социально-экономических формаций. С точки зрения философия культура и типы общения не противостоят друг другу. Средства общения вовсе не выступают по отношению к культуре как ее нейтральный посредник, своеобразный курьер, доставляющий «нечто» безличному адресату. Они накладывают отпечаток и на содержание духовных процессов [см.: 6].

Однако в чем и как проявляется связь между культурой и средствами общения? Выразители либерально-просветительских воззрений оценивали это соотношение как прямую, открытую зависимость и безусловную гармонию. Они предполагали, что новые каналы распространения знаний будут содействовать непрерывному обогащению духовной жизни. В свое время идеологи Просвещения полагали, что развитие культуры включает и процесс все более широкого приобщения к ней массы людей. Они считали, что предрассудки народных масс можно развеять посредством обмена знаниями, т.е. в результате своеобразного «растекания» накопленных духовных богатств. Именно на этой основе сложилось специфическое истолкование духовных контактов как «просвещения», т.е. разъяснения истины, смысла тех или иных идейных представлений. Массовое общение с помощью

печати, книгоиздания и телеграфа понималось как выявление более богатого потенциала культуры. Укреплялось убеждение в том, будто новая техника расширит и углубит человеческое общение, усовершенствует механизмы демократии.

Другие исследователи отвергли отвлеченно-просветительские представления о культуре, о порождаемых ею типах коммуникации и дали этим явлениям глубоко научное объяснение. Они, в частности, указали на многообразие социальных связей, возникающих в совместной деятельности людей. Отметив решающую роль тех отношений, которые складывались в процессе материального производства, К. Маркс и Ф. Энгельс вместе с тем не прошли мимо «культурных форм общения» [см.: 12, с. 216; 18].

Поэтому оказываются ложными заявления социологов, будто К. Маркс не разглядел огромного значения форм общения в историческом развитии. Напротив, недавние исследования отечественных философов показали, что понятие «общение», всесторонне отражает эту проблематику. Понятие «общение» классики марксизма вовсе не отождествляли с понятием «производственные отношения». Они отмечали именно коммуникативный аспект человеческой деятельности. Об этом свидетельствуют, например, наброски плана одного из разделов рукописей К. Маркса 1857-1858 гг., где говорится, что формы государства и формы сознания связаны с производственными отношениями и отношениями общения [см.: 22, с. 72-73].

Рассматривая роль коммуникации в истории человечества, К. Маркс и Ф. Энгельс, естественно, обратили внимание на конкретные средства массового общения. При этом они рассматривали печать и телеграф не только как средство тиражирования культуры, но и как фактор, оказывающий влияние на ее содержательные аспекты. «Разве тот взгляд на природу и на общественные отношения, – писал К. Маркс, – который лежит в основе греческой фантазии, а потому и греческого искусства, возможен при наличии селфакторов, железных дорог, локомотивов и электрического телеграфа?» [11, с. 736-737].

Это суждение К. Маркса, раскрывающее относительную самостоятельность духовных процессов, вместе с тем фиксирует и тот факт, что современный вид связи (электрический телеграф) может вызвать к жизни новые формы художественного творчества. Многочисленные ссылки

К. Маркса на развитие телеграфа, на его роль в становлении капиталистической цивилизации опровергают представление западных теоретиков, будто это средство общения игнорировалось классиками марксизма. Основоположники марксизма раскрыли сложную диалектическую связь между культурой и способами ее распространения, между ее количественными и качественными измерениями.

Однако К. Маркс и Ф. Энгельс были далеки от абсолютизации той роли, которую играют формы массового общения в обществе. Они показали, что взаимоотношение между культурой и типами социальных контактов не может рассматриваться как вполне автономное, независимое от системы социальных отношений. В классовом обществе культура носит классовый характер как по своему идейному содержанию, так и по способам формирования, распространения и влияния на общественную жизнь.

Уже XVIII и особенно XIX века наглядно показали, что новые каналы информации не столько служат интересам большинства общества, сколько используются господствующей буржуазией для формирования угодного ей общественного сознания. Применение технических средств связи в сфере культуры ознаменовалось при капитализме не приобщением масс к высшим духовным ценностям, как полагали просветители, а насаждением политической мифологии. «Ежедневная пресса и телеграф, – писал в 1871 г. К. Маркс, – который моментально разносит свои открытия по всему земному шару, фабрикуют больше мифов (а буржуазные ослы верят в них и распространяют их) за один день, чем раньше можно было изготовить за столетие» [14, с. 215].

Западные социологи в XIX в. отказывались видеть социально-классовые цели, которым служат средства массового общения. Они считали, что общество – это сумма автономных индивидов, разобщенных и дезинтегрированных. Поэтому средства массовой информации рассматривались ими как своеобразные нити, соединяющие людей в некую общность. Игнорируя социальные связи и отношения, эти авторы наделяли средства информации способностью обеспечивать контакты внутри разрозненной массы.

В этой концепции основное внимание уделялось проблеме количественных показателей самих контактов, их объему и интенсивности. Именно

в этом направлении и устремилась западная социология. В начале XX в. ею было предложено еще одно понятие для осмысления человеческих культурных связей – «информирование», т.е. распространение полезных сведений. Информация стала рассматриваться западными социологами в качестве условия успешной повседневной жизнедеятельности индивида. Отсюда следовало, что индивид нуждается в потоке новостей – политических, – экономических, культурных и т.д.

Первым в западной социологии к разработке теории массово-информационных связей приступил американский психолог Ч. Кули. Он пытался связать изучение культуры с целым рядом социологических факторов, имеющих отношение к индустриализации и урбанизации в США. В частности, рождение массовой коммуникации он связывал с процессом ослабления традиционно-общинных человеческих связей. Правильно подчеркивая, что индустриализация решительно изменила способы общения между людьми, Ч. Кули, однако, не смог раскрыть объективный характер этих явлений, логику возникновения универсальных связей, складывающихся в ходе капиталистического развития.

К. Маркс и Ф. Энгельс подчеркивали, что «лишь с этим универсальным развитием производительных сил устанавливается универсальное общение людей, благодаря чему, с одной стороны, факт существования «лишенной собственности» массы обнаруживается одновременно у всех народов (всеобщая конкуренция), – каждый из этих народов становится зависимым от переворотов у других народов, — и, наконец, местно-ограниченные индивиды сменяются индивидами всемирно-историческими, эмпирически универсальными» [13, с. 33-34].

Кули обратил внимание на процесс формирования универсальных связей, увидел, что экономическое развитие капиталистических государств требовало культурной интеграции населения. Однако он не раскрыл, что этот процесс имеет вторичный характер. Именно поэтому он пришел к выводу, будто только обмен информацией образует культурную целостность, Информационные связи между людьми приобрели в концепции Кули главенствующую роль. Он рассматривал их как такие факторы, которые обеспечивают единомыслие в обществе, разумное и всестороннее циркулирование мнений. Однако на самом деле

целостность общественного организма обусловлена вовсе не информационными потоками, как это представлялось Кули. Действительное единство исторического процесса складывается на уровне материального производства внутри той или иной формации. Информационные отношения сами по себе не образуют устойчивой социальной общности. Из того факта, что рабочий и капиталист слушают одну и ту же программу, вовсе не следует, будто они являются представителями одного общественного класса. Поэтому вопреки мнению Кули связи такого рода не могут служить универсальной моделью общественных процессов современного капитализма.

Представляя каналы массовой информации как весьма эффективный инструмент обогащения культуры, Кули фиксировал внимание лишь на количественных аспектах массово-информационных потоков. Он не разглядел тех внутренних противоречий, которые скрыты в самом процессе тиражирования новостей, в общественных предпосылках этого явления. Между тем на эти противоречия указывали подчас даже общие аналитические оценки радиовещания (позже телевидения) деятелями мировой культуры.

Появление радиовещания в первые десятилетия нашего века оказало огромное воздействие на судьбы мировой культуры. Это отмечали уже в то время писатели и публицисты, социологи и психологи, рассматривавшие различные проблемы влияния радио на жизнь общества. Так, Бернард Шоу писал о способности радио покорить пространство. Системой гигантских общественных каналов назвал вещание Бертольд Брехт. Уже в 1924 г. А.В. Луначарский утверждал, что освоение эфира усилит и углубит эмоции, преобразит психические переживания людей. Максим Горький обратил внимание на то, что радио может стать источником коллективного психоза, дирижируя «музыкой толстых».

В Советском Союзе «чудеса техники» (печать, радио, позже телевидение) использовались во имя духовного роста масс. Именно там, где осуществлялась величайшая социальная революция, где население поднималось к вершинам знаний, преодолевая предрассудки и неграмотность, радио стало поистине «волшебным чудо-помощником» (А.В. Луначарский), «орудием духовного освобождения масс» (Н.К. Крупская). Однако значение радиовещания определялось вовсе не тем, что оно

создает и поддерживает информационные связи между людьми. В нашей стране изучалось влияние новых каналов общения на весь строй культуры. Особое внимание обращалось на социальные последствия вещания, на многомерный и зачастую противоречивый характер данного воздействия.

Это становится особенно очевидным, если обратиться к оценкам телевидения А.В. Луначарским. Луначарский и телевидение... Не правда ли, создается впечатление смещения во времени? Трудно даже представить, что Луначарский, занимавшийся проблемами немого кино, театра, музыки, живописи, мог высказывать суждения и о новейшем экранном искусстве. А между тем это так. Луначарский говорил о колоссальной победоносной силе радио и телевидения более полувека назад. Он назвал изобретение радио подвигом человеческой мысли. Сначала как догадка, а потом и как утверждение родились размышления о том, что новая техника даст жизнь еще одному виду искусства. «От радиовещания, от телефонии беспроводной, — писал Луначарский, — мы переходим к победе образа над пространством. Мы переходим по радио к передаче рисунка по, телевидению, к совершенно своеобразной телескопии» [цит. по: 21, с. 2].

Нарком просвещения Советской республики подчеркивал, что новые каналы распространения культуры совершают переворот в эстетическом образовании народа. Он говорил: «Мы должны поднять гигантский массив нашего отсталого населения, и здесь радио будет иметь величайшие заслуги. Но мы должны и авангардом быть. Мы должны добиться того, чтобы мир понял, что мы не деградирующая, не варварская страна, а мы — страна, которая имеет величайшие художественные образцы» [цит. по: 21, с. 2]. Луначарский затронул немало вопросов, которые теперь занимают умы социологов. Он раскрыл социально-исторические предпосылки радио и телевидения как средство культурного развития общества. Он убедительно показал, что прочность и разносторонность информационных связей в обществе можно рассматривать как мерило самой цивилизации только в том случае, если предварительно раскрыты те общественные отношения, которые составляют содержание и определяют формы деятельности новых каналов общения.

Появление радиовещания в западных странах, по-разному оценивалось общественностью

этих стран. Многие социологи Запада, например Г. Лассуэлл; У. Липпман, сразу разглядели в этом канале пропаганды огромные возможности для манипулирования общественным сознанием, для распространения политических мифов. Другие авторы, напротив, взяли на себя роль мрачных прорицателей, выбросив на книжный рынок серию безрадостных прогнозов. Например, К.Г. Беккер, бывший в 20-е годы министром просвещения Германии, заявил, что широковещение отнюдь не является благом для цивилизации. Анализируя социальные последствия, вызываемые деятельностью радио в своей стране, он провозгласил начало глубочайшего кризиса культуры, вызванного якобы именно новым средством коммуникации.

Беккер видел причины назревающего кризиса в технизации и рационализации современной жизни, в способности преодолеть пространство через связь. «Мы не можем овладеть темпом материального прогресса, – писал он, – направлять его». Поэтому складывается разрыв между материальным прогрессом и его идеологическим осмыслением – само уже осознание этого факта, по словам Беккера, является катастрофой. Беккер – один из первых сторонников западной теории «массового общества». Он дал отрицательную оценку техническому прогрессу, который, по его мнению, разрушает традиционные социальные связи и способствует образованию разрозненной, плохо управляемой массы людей. Радиовещание выступает в его Концепции как фактор кризиса, затронувшего вето культуру.

Необходимо отметить связь идей Беккера с современной западной социологической литературой. Авторы, обнаружив разительные перемены во всех сферах социального бытия и соотнеся их со старыми либеральными программами, склонны искать разгадку кризиса культуры капитализма в мифических тайнах радиовещания и телевидения как средства общения.

Ознакомившись с работой Беккера, Н.К. Крупская вступила в полемику с немецким социологом. «Речь идет, по существу дела, — писала она, — не о кризисе культуры вообще, а о кризисе западной культуры. Там Беккер ярко вскрывает, как достижения техники в области связи ослабляют влияние буржуазии – на массы. Раньше, говорит Беккер, была замкнутая деревня, там можно было вести религиозную пропаганду, там (он говорит, конечно, это замаскированно) верили на слово, а

сейчас по радио слушают все, что говорят в крупных городах, изолированности деревни больше нет...» [9, с. 283-284].

Крупская показала в своих работах, что всякая информация имеет идеологический смысл и поэтому существует принципиальное различие между направленностью информационных потоков в различных социально-экономических системах. «Индустриализация открывает в области связи, — писала она, — совершенно новые... завоевания техники. Мы перенимаем их от капиталистических стран, но мы используем их для противоположных целей. Мы используем их для того, чтобы нашу социалистическую культуру в самых широких массах распространять. Это образец того, как достижения техники используются в целях строительства социализма» [9, с. 284]. Н.К. Крупская, поставила вопрос о целенаправленном учете позитивных и негативных сторон воздействия новых каналов связи на жизнь общества и умелого использования богатого потенциала культуры. Значимость этих вопросов становится очевидной, если учесть, что после Беккера в западной литературе все чаще стали звучать нотки пессимизма в отношении радиовещания и телевидения.

Многочисленные факты показывали, что быстрое развитие новых каналов связи не привело к предсказанным либеральными теоретиками изменениям в сфере культуры. Появление таких мощных инструментов распространения просвещения и художественных ценностей, как миллионотиражная пресса, кино, радио, телевидение, порождает процессы, которые невозможно объяснить с позиции теории информационных потоков, якобы непосредственно влияющих на прогресс культуры.

Оказалось, что в условиях западного общества те самые факторы, которые воспринимались либеральными мыслителями как социальные и технические предпосылки просвещения, на деле превратились в рычаги изолированного и всестороннего манипулирования общественным сознанием. Каналы массовой связи стали функционировать как средства дезинформации. В результате массы получили доступ не к сокровищнице знаний, а к низкопробной псевдокультуре, получившей невиданно широкое распространение.

Все эти факты говорят о глубокой зависимости содержания информационных потоков от системы социальных отношений, от целей господс-

твующего в обществе класса. Однако западные социологи и в наши дни пытаются истолковать процесс массовых культурных контактов как изолированное явление. Именно поэтому в западной литературе сложилась концепция, в которой термину «коммуникация» придается специфический смысл. Философы-экзистенциалисты (К. Ясперс, Ж.-П. Сартр) утверждают, что духовные контакты сами по себе шире и богаче «информирования». Например, полагают они, существуют такие виды общения, которые не сводятся к взаимному информированию, к получению полезных сведений. Они считают, что общение может, например, состояться, что называется, при «нуле прямой информации». Человек молчит, думает о сокровенном, не вступая в словесный диалог с другими. Здесь можно говорить об «информации» постольку, поскольку есть другой человек, способный осмысленно воспринять эту паузу и понять ее как приглашение к диалогу.

Одним из главных пороков теорий массовой коммуникации является попытка объяснить общественные проблемы путем анализа информационно-коммуникативных отношений. Социологи ищут источник кризиса духовной жизни в механизме массовой коммуникации, в парадоксах общения, специфике культурных контактов. Именно так считает патриарх теории массовой коммуникации Г. Лассуэлл, который рассматривает информационные потоки в качестве модели социальных процессов: труда и художественного творчества, общественного взаимодействия и политической борьбы, познания и социальной ориентировки, контакта поколений, передающих друг другу эстафету культуры, и человеческого общения, как такового. Все эти явления представлены им как специфические разновидности качественно единой коммуникации.

Однако в действительности массово-информационные процессы в обществе функционируют не сами по себе, не автономно. Объективная логика их формирования и изменения непосредственно связана с динамикой общества как целостной социальной системы, со сдвигами во всех областях социальной жизни, во всех сферах жизнедеятельности современного человека. В конечном счёте они детерминируются всей системой общественных отношений, прежде всего развитием производительных сил и производственных отношений. «Влияние общества на информационные процессы

отчетливо проявляется в классовом подходе к информации. Общество отнюдь не безразлично относится к информации, ее содержанию, назначению, использованию» [3, с. 65], — отмечают В.Г. Афанасьев и А.Д. Урсул. Все это свидетельствует о том, что лассуэлловская трактовка социального взаимодействия, основанного на коммуникации, как однотипного для всех человеческих обществ, научно несостоятельна.

В концепции Лассуэлла история представлена как развертывание человеческих коммуникаций. Эта концепция, по выражению кубинского публициста Л. Акосты, основана на псевдоисторической аллюзии, согласно которой «человеческое общество посредством чисто технических изобретений без общественных преобразований открывает путь к социальному прогрессу и всесторонней коммуникации» [25, р. 5].

Между тем содержание информационного общения всегда социально обусловлено. Например, индийские храмы не только несли информацию о социальном опыте, но и закрепляли в ходе коммуникации господствовавшую в обществе идеологию. Игнорируя социально-экономическую структуру общества, теоретики массовой коммуникации по существу оправдывают манипулирование сознанием масс, маскируя духовное насилие видимостью якобы нейтральных коммуникативных связей в современном мире.

Сложность данной проблемы состоит в выяснении роли культуры в жизни общества. Разумеется, это серьезный вопрос, требующий глубокого теоретического осмысления. Но в рамках методологии, принятой исследователями массовой коммуникации, он неразрешим, ибо они (Дж. Клэппер, Б. Роупер, Б. Уинстон и др.) по сути дела низводят культуру до ранга массово-коммуникативных отношений. По их мнению; нет такой стороны социального бытия – идет ли речь о стихийности человеческого поведения, психологии народов, которую нельзя было бы выразить через понятия теории информации. Б. Уинстон, например, заявляет, что можно точно определить, сколько битов информации потребуется для того, чтобы разубедить человека, придерживающегося твердого мнения в том или ином вопросе [35].

Такая трактовка нивелирует содержание культуры, по крайней мере существенно обедняет его, ибо на первый план выдвигаются массовидные, анонимные процессы формирования

и функционирования информационных потоков. На этом теоретическом фундаменте основаны эмпирические исследования в западной социологии средств массовой коммуникации. Многие ученые, игнорируя социальную обусловленность массовой коммуникации, пытаются конкретно, на эмпирическом материале, показать, как различные сферы культуры – искусство, наука и т.д. – испытывают на себе влияние новых средств общения. При этом в конечном счете речь идет о том, что телевидение убьет семейный очаг, образование, радио, кино, театр, спорт, прессу и т.д.

Именно так построил свою книгу французский социолог (генеральный директор компании «Европа-1») Луи Мерлен. Он представил вниманию читателей «подлинное досье телевидения» - исследование, в котором культурные явления рассматриваются так, словно их содержание, их судьба определяются лишь взаимной конкуренцией, жестоким соперничеством разных сфер духовной жизни.

Средства массовой коммуникации обслуживают многообразные духовные потребности общества. Исследования социологов показывают, насколько беспочвенны рассуждения авторов о конкуренции различных видов культуры и искусства. В нашей стране, где решались грандиозные задачи воспитания нового человека, разрабатывались методы соединения, централизации всех средств духовного воздействия на человека. «Революция не аннулировала ни одного своего завоевания, — писал в свое время В. Маяковский. – Она увеличила силу завоевания материальными и техническими силами. Книга не уничтожит трибуны... Трибуну, эстраду – продолжит, расширит радио. Радио – вот дальнейшее – (одно из) продвижение слова, лозунга, поэзии» [15, с. 162]. В первые годы советской власти радио сыграло ни с чем не сравнимую роль в приобщении к политическим знаниям миллионов неграмотных людей. Оно подготовило массы к восприятию печатного слова. Радио и на современном этапе вместе с печатью и телевидением являются важнейшими средствами пропаганды передовых идей, информации и агитации. Массовое общение в нашей стране играет роль могучего средства идейного воздействия на население.

Поистине огромна роль печати, радио и телевидения в развитии национальных культур. В кишлаках, аулах, улусах через эти каналы просве-

щения, в частности, возрождались национальные речь и язык, культура ранее угнетенных народов. Сегодня при их активном участии происходит процесс сближения и взаимного обогащения национальных культур. Столь же значительна роль средств массовой информации в развитии культуры в целом.

Иначе выглядит общественное назначение современного телевидения и радиовещания. Средства массового общения давно уже стали орудием манипулирования общественным сознанием, насаждения потребительских идеалов, пропаганды насилия и конформизма. Все это приводит к тому, что в литературе все настойчивее проводится мысль о неспособности массового общения обогатить культуру.

В последнее время возник еще один повод для такого разочарования. Уже в 60-е годы стало очевидным, что не оправдывается представление о массовой коммуникации как эффективном инструменте культурной «вестернизации» стран, освободившихся от империалистического гнета. Насаждение европейского образа жизни в развивающихся странах натолкнулось на культурные и исторические особенности этих стран. Многие социологи полагали, что появление в развивающихся странах современных машин должно автоматически вызвать в сознании людей полную перестройку жизненных представлений, ускорить «модернизацию» этих стран. Предполагалось, что появление радиовещания и телевидения способно в рекордные сроки закрепить эти перемены. Однако этого не случилось: социальные структуры, привычные для европейских народов, плохо приживались на новой почве.

Постепенно становилось все более очевидным, что понимание культуры как итога массово-коммуникативных процессов не имеет под собой оснований. Информационные потоки, как оказалось, не отражают весьма важных специфических черт духовно-культурного облика народов, их историю, психологию. Все это в значительной мере стимулировало интерес к «человеческой проблематике» массовой коммуникации. Соотношение культуры и типов общения исследователи стали пытаться осмыслить уже на иной основе – не столько путем анализа самого процесса массовой коммуникации, сколько через изучение различных изменений в психологии и поведении личности, вовлеченной в информационные потоки.

Уже с конца 50-х годов почти в каждом исследовании проблем массовой коммуникации содержатся грозные предостережения: приглядываясь к жизни капиталистического общества, многие социологи пишут об угрозе тоталитаризма, об опасности массовых психозов. Скорость электрической коммуникации (так западные социологи называют современные технические средства общения) столь велика, что факты и зрительные образы обрушиваются на слушателей и зрителей каскадом. Кажется, будто стирается грань между самим событием и его репродукцией. Поэтому социологи полагают, что «массовая культура» превратила людей в патентованных наблюдателей жизни, а окружающий мир – в иллюзорную действительность. Психологи заявляют, что «массовая культура» возвращает взрослого человека на «оральную» стадию развития и что он, подобно ребенку, жадно поглощает все, что ему дают. Многие социологи с тревогой констатируют: люди веками боролись за то, чтобы иметь больше свободного времени, а теперь так бессмысленно тратят его.

Социально-критическая литература полна мучительных вопросов. Не стала ли «массовая культура» для капиталистического общества школой стереотипов? Не возникла ли угроза личной свободе индивида в связи с тем, что миллионы людей разглядывают теперь это обусловленное время одно и то же лицо, «потребляют» одни и те же образы? Не стала ли коллективная греза фантастическим массовым наркотиком?

Эти вопросы поставлены в книге австрийского философа экзистенциалистского толка Г. Андерса «Устарелость человека». По мнению этого автора, именно массовая коммуникация привела к деструкции личности, поскольку лишила человека подлинности чувств и переживаний. При этом, как подчеркивает Лидере, – телевидение всегда и везде, при любой социально-идеологической направленности информационных потоков объективно, по самой своей природе служит целям отчуждения независимо от того, что является его содержанием [см.: 20, с. 137].

Уязвимость концепции Андерса обнаруживается, как только мы станем рассматривать его работу не в качестве беспощадного эссе, а в соответствии с авторским замыслом, т. е. как попытку философски осмыслить массовое общение. Стремясь придать своей работе социологический характер, Андерс в силу логики исследования

должен был бы проследить причины возникновения и эволюции «массовой культуры», механизм ее функционирования. Однако в его книге мы не обнаружим теоретических размышлений о тех объективных закономерностях, которые обуславливают деятельность массовой коммуникации, о тех социальных факторах, которые действительно определяют манипуляторский характер «массовой культуры».

Андерс считает, что, область подлинной культуры — это внутренний мир человека. Таким образом он рассчитывает вывести культуру за пределы всякой социальности. В этом смысле массовая коммуникация как тип общения оказывается у австрийского философа не фрагментом культуры, а чем-то принципиально враждебным ей, неким порождением искаженных связей и отношений, сложившихся в современном капиталистическом обществе. Понятие массовой коммуникации он наделяет еще более широким содержанием, нежели в ранее названных трактовках этого процесса. У Андерса речь идет о том, что массовый тип общения становится в современном мире господствующим, вытесняет все другие формы человеческих контактов, прежде всего непосредственные, личностные контакты.

Разумеется, социологи отдадут себе отчет в том, что жизнь каждого человека не сводится к прослушиванию радио, или просмотру телевизионных программ. Однако они правильно подчеркивают, что сфера межличностного общения все время сужается в результате бурного развития массовой коммуникации. Это выражается, прежде всего, в том, что, как показал Андерс, самые интимные личные переживания человека, например влечение к другому индивиду, замещаются эмоциональными шаблонами, которыми щедро наделяет всех массовая коммуникация.

Такие видные философы, как Э. Фромм и Т. Адорно, полагают, что личности изначально присущи некоторые глубинные влечения и духовные запросы. Фромм, в частности, усматривает их в потребности индивида познавать, творить и искать контакты с другими людьми. Эти истинные побуждения человека могли бы создать ядро настоящей культуры, однако этого, по мнению американского философа, не происходит в условиях современного капитализма.

В своей концепции потребностей человека Э. Фромм приходит к убеждению, что индивид

не может и не должен приспособливаться к наличной социальной структуре. Наоборот, каждое конкретное общество надлежит рассматривать с точки зрения его соответствия изначальным потребностям людей. История – это, по Фромму, мучительная реализация «человеческой самости», ибо ни одно из известных до сих пор обществ, по его мнению, не обеспечило полной самореализации личности.

В этом смысле любой тип культуры и связанная с ним форма социальной организации не могут рассматриваться, по мнению американского исследователя, в качестве удовлетворяющих человеческие потребности. Все это разновидности «больного общества», в котором природа и склонности людей деформированы, направлены по ложному руслу. В этой концепции массовая коммуникация рассматривается в качестве силы, постоянно пребывающей в драматическом конфликте с культурой и подлинно духовными ценностями. Массовая коммуникация подавляет человека повсеместно, извращая присущие ему врожденные потребности и запросы [более подробно об этом см.: 5].

Таким образом, реальные социальные проблемы, обусловленные отношениями господства и подчинения в капиталистическом обществе, западные исследователи подменяют тайнами и парадоксами самого процесса массовой коммуникации. Негативные явления, присущие культуре капиталистического мира, они: сводят по существу к изъятию господствующего там типа духовных контактов.

Разумеется, общение играет огромную роль не только в глобальных общественных процессах, но и в жизни отдельного человека. Усвоение господствующей культуры связано с функционированием массовых средств духовного насилия. Не случайно современное поколение в капиталистических странах называют «детьми телевизионного века». И все же усвоение культурных ценностей как процесс шире массового общения. Социализация личности включает в себя, например, межличностные контакты, общение с природой, индивидуальное воспитание и т.д. Пытаясь раскрыть поведение современного человека, Фромм и другие исследователи недооценивают столь важные факторы, формирующие сознание человека, как его собственный жизненный и социальный опыт. Фиксируя болезненные явления внутри господствующей культуры, эти авторы

видят путь их устранения не в революционной перестройке общества, а в изменении механизма массовой коммуникации.

Обобщая факты культурной практики, Фромм подчеркивает, что каналы массовой информации создают иллюзию межличностного общения, разрушая его уникальность и богатство, спонтанность и стихийную нерегулируемость. Таким образом, именно техника творит миф, поскольку она, по словам Фромма, с одной стороны, порождает тоску по подлинной, внутренне насыщенной близости, стимулируя анонимные формы общения, а с другой стороны, может удовлетворить эту потребность лишь фиктивно [29].

Глубинные влечения человека, по мысли Фромма, не могут быть реализованы на базе массовой коммуникации. Обращение к разрозненной аудитории не заменит реальности межличностных контактов, потребность в которой испытывают люди. «Новые формы духовной деятельности, — отмечает Фромм, — в противовес его (человека. – Л.Б.) отчуждению в техническом обществе появятся в том случае, если... человек вновь поверит в себя, а все люди будут спонтанно общаться, друг с другом в различного рода группах, суть деятельности которых заключается в совершенствовании жизни» [29, с. 144-145]. На этой основе Фромм формулирует своеобразную программу разрушения современной массовой коммуникации. Он призывает осознать пагубность тех контактов, которые возникают на базе новой техники и порождают превратные, искаженные отношения между людьми. При этом американский философ тонко подмечает многие реальные противоречия, заложенные в самом типе массового общения. Однако вряд ли можно согласиться с Фроммом в общей оценке средств массовой информации как главного источника кризиса культуры и личности в современном обществе. Противопоставление этих средств и культуры носит у Фромма крайне абстрактный характер.

Весьма любопытно, что в свое время русские народники выдвигали аргументы против разобщения людей на пути технического прогресса, весьма напоминающие фроммовскую концепцию гуманизации культуры. Выступая против капиталистического развития России, отстаивая своеобразие общины как зародыша будущего социального устройства, идеологи народничества утверждали, что именно техника разрушит куль-

туру, основанную на непосредственных контактах, на общинных узах, на личностном общении людей. В частности, они доказывали, что капитализм изолирует большие массы людей от культуры, поскольку увеличивает разрыв между городом и деревней и сосредоточивает духовные сокровища в немногих центрах.

В.И. Ленин в работе «Аграрный вопрос и «критики Маркса»» ответил на эти доводы народников. Он показал, что именно технический прогресс позволит в будущем ликвидировать неравномерность культурного развития населения. Духовные сокровища, подчеркивал В.И. Ленин, веками были сосредоточены в крупных городах. Но когда возникла возможность передачи энергии на расстоянии, появились другие технические усовершенствования, помогающие преодолеть пространство. «...Нет ровно никаких технических препятствий тому, — писал он, — чтобы сокровищами науки и искусства, веками скопленными в немногих центрах, пользовалось все население, размещенное более или менее равномерно по всей стране» [10, с. 151].

Таким образом, В.И. Ленин выдвигал идею единства социального и технического прогресса, использования новых форм массового общения для социального переустройства общества. Каналы массовой информации и пропаганды, которым организатор Советского государства придавал очень большое значение, действительно сыграли в социалистическом обществе роль мощного инструмента формирования культуры и средства, позволяющего раскрыть внутренний потенциал личности.

Фроммовская программа возрождения межличностного общения носит отвлеченно-гуманистический, абстрактный характер. Это понимают многие авторы. Они все больше отдают себе отчет в том, что обращение к проблематике личности не помогает решению сложных проблем массовой коммуникации и культуры. Вместе с тем становится очевидным, что обвинения в адрес средств массовой коммуникации ничего не изменяют в их действительной роли в капиталистическом обществе как орудий манипуляции общественным сознанием и проводников псевдокультуры.

В новейших концепциях массовой коммуникации социологи пытаются сгладить напряженные, конфликтные отношения между культурой и типом массового общения, сблизить их, показать их

внутреннее родство. В связи с этим прежде всего расширяется само представление об информационных потоках. В ряде работ речь идет уже не о традиционно донимаемой информации, выраженной с помощью слов или зрительных образов. На первый план выдвигается задача пропаганды с помощью реальных, не «обработанных» словом и искусством вещей, предметов, событий. Например, роскошный лимузин, стоящий у подъезда особняка, это не просто конкретный автомобиль, но и примета определенного образа жизни, символ «обеспеченного» социального существования. Следовательно, вести обработку сознания, как показала практика пропаганды, можно не только словом, но и образом жизни.

К попытке расширить понятие информационного потока относится и концепция «социологической пропаганды», выдвинутая французским исследователем Ж. Эллюлем. Он фактически включил в сферу массовой коммуникации не только духовные явления во всем Их многообразии, но и материальный, вещный мир. По мнению Эллюля, «социологический контекст», т.е. окружающая обстановка, машины, потребительские товары, — все это в той или иной мере обладает свойством пропагандистски влиять на массы. Именно поэтому они могут рассматриваться и как поток информации [27, р. 6].

Конечно, способы манипуляторского воздействия на личность, которые выработала империалистическая пропаганда, чрезвычайно многообразны. Психологическое внушение осуществляется через рекламу европейского образа жизни, с помощью витрин магазинов, архитектурных комплексов, предметов быта, выставок моды, а также стандартов поведения, вошедших в привычку. Однако означает ли это, что реальные предметы имеют одну-единственную функцию – вложить в сознание человека расхожий морально-психологический стереотип? Такой подход стирает грань между реальными событиями и пропагандой как способом их истолкования, оценки. Однако Эллюль не учитывает, что реальный мир оказывает противоречивое, многомерное воздействие на духовные процессы. Именно столкновение с реальностью вынуждает человека в тот или иной момент жизни переоценивать накопленный социальный опыт, что часто бывает причиной крушения привитых ему пропагандой стереотипов.

Современные концепции западных авторов не только абсолютизируют информационные потоки, отождествляя их с социальным окружением. В них «устраняется» также анонимный характер этих потоков, в которые включается «человеческий элемент», т.е. изучаются особенности восприятия переданной информации. Если Лассуэлл низводит культуру до ранга информационных потоков, лишая ее таким образом человеческого содержания, то Ж. Эллюль, М. Маклюэн, А. Моль поднимают коммуникацию до уровня культуры за счет «антропологизации» процесса массовой информации, т.е. выдвигая проблем, связанных с положением человека в обществе.

Так, Маклюэн придает средствам общения универсальный смысл. Все развитие человечества он делит на ряд этапов, каждый из которых, по его мнению, порожден способом общения – папирусом, типографским станком, телевидением. Это даёт основание оценивать концепцию Маклюэна как логическое завершение, доведение технологического детерминизма до абсурда. Действительно, вера в технику приобретает здесь едва ли не мистический смысл.

Одновременно Маклюэн пытается учесть опыт тех антропологических изысканий, которые воодушевляли Фромма, Андерса и других «социальных критиков». Он показывает, что станок и телевидение сами по себе мертвы, лишены значения, пока на другом полюсе коммуникации не появляется человек. Общение возможно только в том случае, если происходит контакт Конкретного средства связи (папируса, станка, телевизора) с органами чувств человека. С этим, собственно, и связано раскрытие антропологической темы, по Маклюэну.

Однако важно сразу указать на ограниченность такого подхода. У канадского социолога речь идет вовсе не о психологии восприятия информации, не об особенностях избирательности и оценки новостей, что составляет важную часть общей «человеческой» проблематики теории массовой коммуникации. Маклюэн говорит о глобальных мутациях (изменениях) в ходе общественного развития, вызванных якобы тем, что изначальная гармония чувств человека, их соразмерность нарушаются на отдельных этапах истории. На каждом из этих этапов, по его мнению, складывались своеобразные типы общения и культуры, основанные на господстве слуха или зрения.

Мы не будем анализировать концепцию Маклюэна в целом. Она уже была рассмотрена в отечественной литературе [см.: 1, 2, 4, 7]. Нас интересует лишь та сторона его доктрины, которая связана с трактовкой человека. Именно введение данной проблематики в теорию коммуникации позволило французскому социологу Э. Морену заявить, будто Маклюэн вернул ««масс медиа» их антропологическое измерение» [28, р. 25].

На самом деле ни о каком серьезном осмыслении человеческой проблематики в концепции Маклюэна нет и речи. Индивид рассматривается им не в качестве творческой личности, реально участвующей в созидании культуры, а в качестве пассивного придатка к «машине связи», в качестве объекта, наделенного зрением, слухом в той же мере, в какой любая машина обладает «важными» свойствами. Человек по сути дела низводится до машины, сопоставляется с ней. Так упрощенный антропологизм превращается по сути дела в техницизм.

Соотношение культуры и типа общения в новейших концепциях рассматривается в глобально-историческом плане. Речь идет не о единичных актах массовой коммуникации, а о широком воздействии коммуникации на культуру. Так, по мнению А. Моля, на современного человека обрушивается поток различных сведений, которые лишены внутренней упорядоченности. Объем получаемых индивидом новостей непрерывно возрастает. Но способен ли человек структурировать приобретаемые знания? Моль утверждает, что это практически невозможно. Индивид способен лишь выбирать те или иные элементы из общего потока информации, и потому в его сознании складывается не связная, а разорванная картина мира. Массовая коммуникация создает новый облик культуры, который определяется Модем как «мозаичный». В отличие от классической (традиционной) культуры, которая тяготела к обнаружению прочных связей между элементами знаний и поэтому отличалась целостностью, в современной культуре, по Словам Моля, эти смысловые связи разорваны.

Распространяясь не вглубь, авширь, современная культура характеризуется разбросанностью, калейдоскопичностью. Вовлеченный в общение с ней человек привыкает к иррациональному восприятию информации, и это делает его

легкой наживой манипуляторов. На протяжении нескольких десятилетий социология пытается осмыслить соотношение между культурой и массовой коммуникацией. Начав с абстрактно-просветительских иллюзий, будто культура для своего развития нуждается лишь в совершенствовании технических средств распространения, западные социологи затем пришли к прямо противоположному выводу: средства массового общения формируют и определяют культуру в обществе.

Этот вывод, как мы показали, теоретически несостоятелен, а в практически-политическом плане представляет собой апологетику манипуляторской деятельности государства, которое производит и распространяет «массовую культурную продукцию», рассчитанную на отвлечение общественного сознания от насущных и коренных проблем социальной жизни. Эта псевдокультура содействует бескомпромиссному включению индивида в систему социально-экономических отношений.

Список литературы:

1. Архангельская И.Б. Г.М. Маклюэн и литература «южной традиции» // Филология: научные исследования. 2011. № 4(04). С. 38-47.
2. Архангельская И.Б. Традиция Т.С. Элиота и теория массмедиа Г.М. Маклюэна // Философия и культура. 2009. № 3(15). С. 42-50.
3. Афанасьев В.Г., Урсул А.Д. Социальная информация (Некоторые методологические аспекты) // Вопросы философии. 1974. № 10.
4. Григорян Г.П. О средствах коммуникации и судьбах человечества в поп-философии Маршалла Маклюэна // Вопросы философии. 1972. № 10.
5. Гуревич П.С. Антропология Фромма как эстетическая проблема // Художественное произведение и личность. М., 1975.
6. Гуревич П.С. Философия культуры. М., 2001.
7. Давыдов Ю. Маршалл Маклюэн как мифотворец (К характеристике, новейших умонастроений на Западе) // Звезда. 1973. № 4.
8. Иголтон Терри. Идея культуры. М., 2012.
9. Крупская Н.К. Педагогические сочинения: В 10-и тт. Т. 4. М., 1959.
10. Ленин В.И. Полн. собр. соч. Т. 5. М., 1967.
11. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. В 50-и тт. Т. 12. М., 1958.
12. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. В 50-и тт. Т. 18. М., 1961.
13. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. В 50-и тт. Т. 3. М., 1955.
14. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. В 50-и тт. Т. 33. М., 1964.
15. Маяковский В. Полн. собр. соч. В 13-и тт. Т. 12. М., 1961.
16. Миф и художественное сознание XX века / Отв. редактор Н.А. Хренов. М., 2011.
17. Новая технократическая волна на Западе / Отв. ред., сост. и вступ. ст. П.С. Гуревича. М., 1986.
18. Ножин Е.А. Проблема определения массовой коммуникации // Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1974. С. 5-10.
19. О праве лгать / Под ред. Р.Г. Апресяна. М., 2011.
20. Проблемы телевидения и радио. Вып. 2. М., 1971.
21. РТ. Иллюстрированный общественно-политический еженедельник. 1966. № 19.
22. Соковнин В.М. О природе человеческого общения (Опыт философского анализа). Фрунзе, 1973.
23. Спирова Э.М. Символическая коммуникация в эпоху глобализма // Философия и культура. 2009. № 5(17). С. 15-20.
24. Телевидение за рубежом. М., 1965.
25. Acosta L. Medos Masivos ideologia imperialista // «Casa de las Americas (La Hafcana). 1973. № 77.
26. Brzezinski Z. Between two Ages: America's Role in the Technetronic Era. N.Y.: The Viking Press, 1970. 355 p.
27. Ellul J. Propaganda. N.Y., 1973.
28. Essais sur les masses media et la culture. UNESCO. Paris, 1971.
29. Fromm E. The Anatomy of Human Destructiveness. N.Y., 1974.

30. Larsen O.N. Social Effects of Mass Communication // *Hind-book of Modern Sociology* / Ed. R.E. Faris. Chicago, 1904. 348 p.
31. Mass Communication Dictionary. N.Y., 1961.
32. McLuhan M. *Understanding Media*. N.Y., 1964.
33. O'Hara R.C. *Media for the Millions*. N.Y., 1964.
34. *The Human Dialogue* / Eds. F. Matson and A. Montegu. L., 1967.
35. Winston. *The lineage of the Media*. L., 1974.

References (transliteration):

1. Arkhangel'skaya I.B. G.M. Maklyuen i literatura «yuzhnoi traditsii» // *Filologiya: nauchnye issledovaniya*. 2011. № 4(04). S. 38-47.
2. Arkhangel'skaya I.B. Traditsiya T.S. Eliota i teoriya massmedia G.M. Maklyuena // *Filosofiya i kul'tura*. 2009. № 3(15). S. 42-50.
3. Afanas'ev V.G., Ursul A.D. Sotsial'naya informatsiya (Nekotorye metodologicheskie aspekty) // *Voprosy filosofii*. 1974. № 10.
4. Grigoryan G.P. O sredstvakh kommunikatsii i sud'bakh chelovechestva v pop-filosofii Marshalla Maklyuena // *Voprosy filosofii*. 1972. № 10.
5. Gurevich P.S. Antropologii Fromma kak esteticheskaya problema // *Khudozhestvennoe proizvedenie i lichnost'*. M., 1975.
6. Gurevich P.S. *Filosofiya kul'tury*. M., 2001.
7. Davydov Yu. Marshall Maklyuen kak mifotvorets (K kharakteristike, noveishikh umonastroenii na Zapade) // *Zvezda*. 1973. № 4.
8. Igolton Terri. *Ideya kul'tury*. M., 2012.
9. Krupskaya N.K. *Pedagogicheskie sochineniya: V 10-i tt.* T. 4. M., 1959.
10. Lenin V.I. *Poln. sobr. soch.* T. 5. M., 1967.
11. Marks K., Engel's F. *Soch.* V 50-i tt. T. 12. M., 1958.
12. Marks K., Engel's F. *Soch.* V 50-i tt. T. 18. M., 1961.
13. Marks K., Engel's F. *Soch.* V 50-i tt. T. 3. M., 1955.
14. Marks K., Engel's F. *Soch.* V 50-i tt. T. 33. M., 1964.
15. Mayakovskii V. *Poln. sobr. soch.* V 13-i tt. T. 12. M., 1961.
16. *Mif i khudozhestvennoe soznanie XX veka* / Otv. redaktor N.A. Khrenov. M., 2011.
17. *Novaya tekhnokraticheskaya volna na Zapade* / Otv. red., sost. i vstup. st. P.S. Gurevicha. M., 1986.
18. Nozhin E.A. Problema opredeleniya massovoi kommunikatsii // *Psikholingvisticheskie problemy massovoi kommunikatsii*. M., 1974. S. 5-10.
19. *O prave l'gat'* / Pod red. R.G. Apresyana. M., 2011.
20. *Problemy televideniya i radio*. Vyp. 2. M., 1971.
21. RT. *Ilyustrirovannyi obshchestvenno-politicheskii ezhenedel'nik*. 1966. № 19.
22. Sokovnin V.M. *O prirode chelovecheskogo obshcheniya (Opyt filosofskogo analiza)*. Frunze, 1973.
23. Spirova E.M. Simvolicheskaya kommunikatsiya v epokhu globalizma // *Filosofiya i kul'tura*. 2009. № 5(17). S. 15-20.
24. *Televidenie za rubezhom*. M., 1965.
25. Acosta L. Medos Masivosie ideologia imperialista // «Casa de las America (La Hafcana)». 1973. № 77.
26. Brzezinski Z. *Between two Ages: America's Role in the Technetronic Era*. N.Y.: The Viking Press, 1970. 355 p.
27. Ellul J. *Propaganda*. N.Y., 1973.
28. *Essais sur les masses media et la culture*. UNESCO. Paris, 1971.
29. Fromm E. *The Anatomy of Human Destructiveness*. N.Y., 1974.
30. Larsen O.N. Social Effects of Mass Communication // *Hind-book of Modern Sociology* / Ed. R.E. Faris. Chicago, 1904. 348 p.
31. Mass Communication Dictionary. N.Y., 1961.
32. McLuhan M. *Understanding Media*. N.Y., 1964.
33. O'Hara R.C. *Media for the Millions*. N.Y., 1964.
34. *The Human Dialogue* / Eds. F. Matson and A. Montegu. L., 1967.
35. Winston. *The lineage of the Media*. L., 1974.