

ВЕРШИННЫЕ СОСТОЯНИЯ ДУХА

Н.И. Киященко

МУКИ ДУХОВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Предметом исследования в статье послужило явление некоммуникабельности массовой коммуникации в современной культуре как следствие отсутствия в ней подлинной духовности. В обществе XX в. феномен массовой информации сначала был воспринят и оценен сугубо с точки зрения эффекта научно-технического развития. Средства массовой коммуникации создали возможность количественно и пространственно манипулировать потоком новостей. Согласно такой интерпретации, самыми важными оказались проблемы эффективности информации, психологии восприятия. И постепенно эта тема стала обрастать психологическими и «социодинамическими» моделями культурно-информационных процессов. Однако со временем становилось очевидным, что массовая информация, ставшая доминирующим типом формирования мировоззренческих и ценностных ориентаций, закрывает человеку доступ к подлинной духовности культурной традиции.

В статье использован метод исторического сопоставления давних и современных традиций, связанных с феноменом массовой коммуникации. Дан также и феноменологический анализ философских текстов.

Новизна исследования заключается в том, что автор показывает процесс массовой коммуникации в аспекте духовных исканий. При этом особое внимание уделяется трудностям, мукам коммуникационного процесса. Дан анализ концепций видных современных философов и культурологов. Описаны парадоксы массовой коммуникации, приводящие к абсурду некоммуникабельности.

Ключевые слова: философия, массовая коммуникация, духовность, информация, культура, сциентизм, техника, массовая культура, обезличенность, мифы.

Версии социальных и культурных последствий средств массовой коммуникации, укоренения и распространения массовой информации и основанного на них типа культуры далеко не однозначны и далеко не всегда адекватно схватывают суть этих процессов. Философская теория в той мере, в какой она является продуктом культурной и философской традиции, а не продуктом массово-информативных манипуляций, в той мере, в какой она ориентирована на мировоззренческие, гуманистические идеалы и ценности и видит свое назначение в созидании гуманистической культуры и личности, не может признать сложившуюся теорию массово-коммуникативных процессов. С одной стороны, она не может узаконить как идеал массовую коммуникацию, с другой — не может отрицать факт ее реального существования. Пребывая в этой оценочной раздвоенности, современная западная философия

противостоит эмпирическим теориям коммуникации, пытаясь сконструировать понятие «коммуникации», чтобы с его помощью упразднить тип массовой коммуникации.

В силу ряда причин, о которых речь пойдет ниже, проблема коммуникации в философской теории принимает вид проблемы некоммуникабельности. Наличие массовой коммуникации, реально «коммуницирующих» индивидов, групп, культур, так или иначе вовлеченных в информационную индустрию, давит на мыслителя своей наглядностью, его отношение к ней отрицательно, поскольку она реализует сообщение чисто формально. Ощущение неудовлетворенности бытующей массовой коммуникацией философия выражает, но не дифференцирует. Поэтому, эксплицируя на основе этого субъективного самоощущения свое представление о коммуникации, философская теория провозглашает принципиальную некомму-

Статья подготовлена при поддержке гранта РФНФ № 12-03-00574а «Духовность как проблема современной культуры».

никабельность современной массовой культуры. В философской теории понятие «коммуникация» становится олицетворением всеобщей отрицательности, обозначением всего, что противостоит действительности.

Специальные же теории коммуникации, изучающие функционирование массовой коммуникации, естественно, пребывают на уровне чисто информационного анализа, изучая социологические и социально-психологические аспекты коммуникативных процессов в социально-прикладном плане. Однако эти исследования в целом детерминированы уровнем наличности, поэтому все попытки на их основе дать анализ культурного значения массовой коммуникации, раскрыть культурный смысл коммуникации, разработать понятие «коммуникация», терпят неудачу, являются невольной апологией формальной культуры.

Под проблемой коммуникации в чисто социологической традиции мыслится комплекс задач, связанный с анализом коммуникативных возможностей «электрических средств сообщения» и последствий их влияния на социальное поведение человека. Западные социологи (Р. Бауэр, У. Шрамм, И. Джейнис, А. Кларк, Г. Лассуэлл, Э. Морен, М. Маклюэн) стремятся выразить социально-психологическую специфику средств массовой коммуникации, выводя ее из информативных возможностей радио, кино, телевидения. По мнению Морена, формула Г. Лассуэлла «кто, что, по какому каналу, кому сообщает и с каким эффектом» долго господствовала в западной социологии, вследствие чего она распадалась на множество частных направлений¹. Характерно в этом смысле понимание коммуникации у А. Моля. Культура, считает он, состоит из множества сообщений, поэтому совокупность законов, раскрывающих циркулирование сообщений, и составляет коммуникации². Сциентистская теория, рассматривая проблемы коммуникации, выделяет вопрос о технике распространения информации, тесно связанной с психофизиологическими и социально-психологическими особенностями индивида.

В последние десятилетия такой «сциентистский» подход постепенно заменяется попытками осмыслить и понять культурное значение средств

массовой коммуникации и связать теорию коммуникации с общей теорией культуры. В этом направлении работал канадский социолог М. Маклюэн³.

Детально разрабатываемая в западной культуре «сциентистская» техника массовой коммуникации служит манипулированию массовым сознанием. Механизмы, эксплуатируемые массовой коммуникацией, связаны с теми или иными формально-духовными структурами человеческого существования. Но поскольку в современном обществе именно с помощью средств массовой коммуникации передается социокультурный опыт и поддерживается культурная традиция, закономерно появление следующих вопросов: содействуют ли средства массовой коммуникации углублению и расширению культуры в традиционно-гуманистическом понимании и каково отношение культуры, основанной на средствах массовой коммуникации, к традиционно-гуманистической культуре, ставившей в центре внимания проблему конституирования личности.

Маклюэн отмечает, что современная техника может привести к полному перерождению человека и его окружающей среды и именно поэтому необходимо охранять и защищать ценности человеческой культуры, а для этого, прежде всего, следует изучить и осмыслить функции массовой коммуникации и ее участие в формировании духовного и социального облика индивида в современном обществе. Под влиянием массовой коммуникации меняется духовный мир человека, исчезает индивидуально-личностное обаяние и уникальность. В книге «Культура — наш бизнес»⁴ Маклюэн приходит к выводу, что средства массовой коммуникации формируют у человека стереотипное мировосприятие, погружают человека в «царство молчания и бессознательности», образование не дает человеку сознания своей индивидуальности, оно, как все продукты массовой коммуникации, безлико.

По мнению Лазарсфельда и Мертона⁵, в массовой коммуникации человек утрачивает способность критического суждения. Массовая комму-

¹ Morin E. Nouveaux courants dan l'étude des communications des masse // Essais sur les masses media at la culture. P., 1971. P. 23–48.

² Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973.

³ McLuhan M. Culture is our business. N.Y. — Toronto, McGraw-Hill, 1970. 336 p.; McLuhan M. Underatanding media. The extension of man. L., 1969. 382 p.

⁴ McLuhan M. Culture is our business. N.Y. — Toronto, McGraw-Hill, 1970. 336 p.

⁵ Lazarsfeld P.F., Merton R.K. Mass communication, popular taste and organised social action // The procese and effects of mass communication. Chicago, 1971. P. 554–578.

никация снижает у человека эстетический вкус и культурный стандарт, тиражирует социальную норму и тем самым воспроизводит социальные структуры современного общества⁶. Форма массовой коммуникации не способствует культурному прогрессу, культурно-личностному становлению индивида, не обогащает духовный мир человека, а, наоборот, возвращает духовный поиск в лоно обыденного, потребительского сознания. Почему это происходит? Какой феномен сознания нашел свое выражение в массовой коммуникации? Многие работы показывают, что феномен массовой коммуникации не является порождением «чистой техники», технических средств сообщения информации, как преимущественно интерпретируют массовую коммуникацию западные социологи.

В современном обществе формы массовой коммуникации заполняют все жизненное пространство человека, рождая в нем на уровне обыденного сознания чувство полноты бытия. Массовый характер коммуникации, по мнению Маклюэна, позволяет ей физически опосредовать межчеловеческие отношения, создать чувственно-осязаемую среду, в которой устанавливаются контакты и которая опосредует и направляет желания и устремления людей⁷. Используя наглядность, средства массовой коммуникации несут содержание современной культуры и определяют сознание индивида. Пространственная и временная насыщенность этой коммуникации вполне соответствует потребности массового индивида. Последний испытывает лестное ощущение насыщенности культурной продукцией, чувство полной и настоящей включенности в нее.

Сознание, определяемое массовой коммуникацией, с точки зрения «социальных критиков», имеет характерные особенности: 1) оно не выходит на уровень понятийного понимания, 2) обладает тем не менее «достоинством самоощущения», 3) мнит себя подлинно культурным или подлинно личностным сознанием. Информативная насыщенность, предлагаемая и осуществляемая массовой коммуникацией, приводит к тому, что обыденное сознание воображает себя находящимся в сердцевине современной социокультурной жизни. Это обыденное сознание, помышляющее о себе как о

пребывающем в истине, в ядре культуры, бывает удовлетворено духовной жизнью, а его активность и энергия достаются чувственно-предметной жизни. Из-за этого теоретическая идея или теоретическое содержание, передаваемые в контексте массовой коммуникации, приобретают совсем иной смысл, отрицающий подлинную духовность.

Современная философия зафиксировала «магическое» воздействие массовой коммуникации на природу культурно-информативного сообщения, но не объяснила ни его происхождения, ни содержательную суть самого явления. Она лишь указала на любопытный факт. Массовая коммуникация, соприкасаясь с уровнем обыденного сознания, рождает самоощущение сознания, а именно стереотип посвященности и просвещенности, на корню убивающее любое духовное усилие и духовное напряжение. Массовая коммуникация соотносится с уровнем обыденного сознания и «консервирует» этот уровень, подменяя чувственной наглядностью информации смысл человеческого существования. Но западные философы (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, А. Камю) мифологизируют природу этой коммуникации. Они объявляют современную социокультурную ситуацию в принципе «некоммуникабельной».

С самого момента возникновения средств массовой коммуникации — радио, кино, телевидения — западные культурологи по-разному оценивали их культурное значение. Одни теоретики полагали, что новый тип средств, расширив горизонт культурного общения, содействует осуществлению идей Просвещения, всеобщему овладению знаниями; другие же, сторонники «элитаризма», сразу заявили, что посредничество массовой коммуникации «уничтожает» подлинный дух культуры. Действительно, ориентация массовой коммуникации оборачивается против духовности, вместо нее выдвигая социальные идолы и фетиши, состоящие на службе у реальной социальной «элиты» (правлящих кругов современного общества).

Появление средств массовой коммуникации заострило проблему адекватности передаваемого сообщения. До их появления тождественность смысла проявлялась в ясности, полноте и простоте изложения идеи. Массовая коммуникация, развиваясь в условиях современного общества, поставила под сомнение саму традиционную форму коммуникации — знание. Используя внешнюю форму знания, видимое формально-логическое единство сообщения, массовая коммуникация профанирует

⁶ См. также: Klapper I.T. The effects of mass communication. Glencoe. 1960.

⁷ McLuhan M. Understanding media. The extension of man. L., 1969. 382 p.

сущность знания. В ней бессмыслен вопрос об идее знания, являющийся центральным в европейской культуре XVI-XIX вв. В этой культуре идея знания несла в себе истину самой коммуникацией, поэтому не существовало специальной проблематики «коммуникации», поскольку подразумевалось, что все причастны к истине.

Ныне же в обществе знание становится привилегированным, элитарным и, стало быть, возникает тема «приобщения» к знанию, «пути» к нему. К. Поппер, например, считает, что подлинное знание коммуникативно само по себе, оно не становится проблемой для посвященного в него, т.е. оно не оценивается как преграда общению внутри духовной элиты современного общества.

В XX в., когда появление средств массовой коммуникации породило ощущение обезличенности коммуникации в форме знания, возникла проблема массовых контактов как специфического способа включения в культурную традицию и в контекст социокультурной жизни. Западная философия не в силах ответить на вопросы: возможна ли подлинная коммуникация, возможно ли адекватно передать какой-либо культурный смысл, возможна ли коммуникация как тип духовно-личностного существования?

Массовая коммуникация, работающая по «манипулятивной программе», формально реализует культурное сообщение, чисто внешне передает смысл сообщаемого. Столкнувшись с этим, современные философы и культурологи отрицают принципиальную возможность личностной коммуникации.

Обращаясь к проблематике массовой коммуникации, «социальные критики», как правило, отвергают категориальный аппарат, который используют так называемые «заангажированные» социологи. Они не употребляют такие понятия, как «структура», «функция», «элементы системы», столь привычные для теории массовой коммуникации. Вместе с тем традиционные проблемы коммуникации остаются, хотя и выступают подчас в сложной философской оболочке. Прежде чем осмыслить тот или иной конкретный предмет, имеющий отношение к массовой идеологической практике, проанализировать формы общения, философы этой ориентации ставят проблемы более широкого смысла. Прежде всего они говорят о человеческом бытии как центральной теме, в рамках которой вопросы коммуникации оказываются производными.

В частности, К. Ясперс ставит вопрос о том, возможна ли вообще человеческая коммуникация?

При этом отмечается, что современная массовая коммуникация есть форма извращенного, искаженного общения людей, ибо она лишена личностного содержания. Фактически контакты такого рода, закрепленные в «массовой культуре», парадоксальным образом отражают явление другого порядка, а именно массовую некоммуникабельность,

Достижение подлинной коммуникабельности К. Ясперс видит на путях разрыва социальных связей, погружения в мир асоциальности. К. Ясперс допускает, что «предельные» ситуации человеческого бытия прорывают тотальную некоммуникабельность и лишь в этой «пограничной ситуации» перед индивидом раскрывается область подлинно культурного смысла. При этом разум не владеет «пограничными ситуациями», они находятся «по ту сторону» человеческого сознания. На самом деле прозрение не включает личность в коммуникацию, а, согласно такому мнению, наоборот, отчуждает ее от чувственно-предметного существования, уличая в нем обманчивую маску подлинного лика действительности.

Таким образом, возникает специфическое противопоставление понятий «массовая коммуникация» и «коммуникация». Они оказываются в разных ценностных измерениях и отличаются во все не тем, что общение первого типа осуществляется в массовом масштабе. Иначе говоря, «коммуникация» вовсе не есть частный случай «массовой коммуникации». Речь идет о поиске уникальности общения, которое, раскрытое во всем своем богатстве, показало бы одновременно ущербность и неподлинность массовой коммуникации. Такое единичное откровение в форме коммуникации возможно лишь в редких случаях.

Философы описывают эту «предельную» ситуацию в зависимости от своего отношения к культурной традиции: субстанциализируют в человеке либо уровень высшего нравственного существования (А. Камю, Ж.-П. Сартр) либо саму духовность, наделяя ее божественным ликом (С. Кьёркегор), либо границу бытия и небытия (К. Ясперс). Кажется парадоксальным, что прозрение еще больше отчуждает от реального существования. Прозревший человек, осознавший формальность прежней коммуникации и скудость своего наличного существования, уже не может их принять. При этом прозрение оказывается действительным лишь «по ту сторону» мирского, в «здешности» оно тускнеет и теряет отчетливость, ибо оно не соотносится с обыденным существованием, оно лишнее в нем.

«Прозрение» делает возвращение к формальной коммуникации абсурдным⁸.

Если сопоставить эти рассуждения, полемически направленные против традиционного философствования (или социологизирования), с тематикой социологии массовой коммуникации, то можно все же обнаружить известную общность тематики. В частности, можно говорить о том, в какой мере коммуникация связана с реальностью. У «социальных критиков» общение выступает не как повседневные контакты людей, эмпирически изучаемые специальными службами, а как акт отчуждения от реальности, как процедура постижения культурного смысла за пределами очевидных фактов.

Манипулятивный характер массовой коммуникации в современном обществе его идеологи воспринимают как абсурд некоммуникабельности, а последний возводят в тему абсурдности человеческого существования. Фатализируя свое ощущение бытия в массовом обществе, эти мыслители отрицают идею личности.

«Социальные критики» отмечают, что средства массовой коммуникации доводят до абсурда идею коммуникации в форме знания. Массовая коммуникация с очевидностью показывает, полагают они, что форма знания (ставшая формальностью знания) — ничто без культурного поля значений, без контекста духовного, в котором только и существует смысл сообщаемого. Именно на обнаружение формальности сознания натравлена «редукция сознания» у Гуссерля, как и взятие в «скобки» какого-нибудь смысла. Другими словами, феноменология подходит к проблеме коммуникации, стремясь «спасти» смысл путем очищения его от интерпретационных наслоений современной массовой культуры. Присутствие контекста культуры реализует перевод содержания знаковой формулы в некоторый определенный смысл, соотносимый с конкретным явлением социокультурной жизни. Живое сознание адресата сообщения

«кодирует» в знаковой системе культурную информацию. У реципиента тем самым индуцируется соответствующее состояние сознания. Информация изменяет сознание адресата и вводит его в новую смысловую сферу, в новый культурный контекст. Феноменология видит в культурном содержании массовой коммуникации наглядный материал такого сознания, которое подлежит очищению.

В массовой коммуникации информация накапливается количественно, сознание оказывается пребывающим на уровне обыденного сознания, оно не обретает всеобщности и свободы, а человек не определяет себя как духовное и культурное существо. Обыденное восприятие, ассоциирование и натурализация смысла европейской культуры привели к иллюзии реализации в массовой коммуникации подлинного общения, т.е. возможности приобщения к традиции, к ее смыслу на уровне личностного сознания.

«Социальные критики» раскрывают иллюзорность этого представления, типичного для эмпирической социологии. Ситуация массовой коммуникации порождает ощущение абсурда, показывают они, невыполнимость идеи коммуникации, идеи личности, так как она не реализует связь с культурной традицией, приводит к разрыву с прошлым культуры и духовной жизни.

В массовой коммуникации смысл «клишируется» и подгоняется под стереотипы обыденного сознания. Однако западная философия, интерпретируя природу массовой коммуникации, не может ясно и отчетливо осознать суть социокультурной ситуации современного общества.

Сформированное средствами массовой коммуникации по «манипулятивной программе» сознание «омассовленной» личности воспринимает претензию на духовность как лжегуманизм, как пустую выпренность. Характерно, что авангардистское художественное мышление отрицает духовность.

Здесь также возникает еще одна специфическая проблема — отношение коммуникации к культурному содержанию, которое она (коммуникация) несет. По мнению «социальных критиков», тип массового общения знаменует разрыв с культурной традицией. Он формирует рассудочно-техничестское сознание. При этом обнаруживается, что та или иная мысль вовсе не сохраняет свою адекватность, как только принимает конкретную коммуникативную форму.

Однако критическое осмысление процесса массовой коммуникации современными филосо-

⁸ В этом смысле примечателен сюжетный ход в романе Г. Гёссе «Игра в бисер». Магистр игры Кнехт покидает Кастилию, чтобы в «миру» руководить воспитанием сына Дезиньори, нести «в мир» дух Кастилии, но отпрыск рода Дезиньори мало внемлет его наставлениям. Они отправляются в путешествие, которое, по замыслу Кнехта, должно сблизить его с учеником. Однажды утром, купаясь, мальчик заплывает далеко от берега. Кнехт наблюдает за ним, и у него вдруг возникает желание, проверить свои силы. Он тонет и в этот миг сознает, что его смерть сделает то, в чем были бессильны его наставления, он верит в духовное прозрение мальчика.

фами показало, что диалог по своей внутренней природе сложен, противоречив.

В традиционной западной философии Декарта-Гегеля мысль воспроизводила себя текстуально, и текст мыслился как реальное поле коммуникации, в котором сознание, вступающее в диалог с текстом, входит непосредственно в диалог с сознанием автора, и по тексту, фиксировавшему определенную ситуацию мысли, ее всегда можно воспроизвести в первоначальной чистоте и полноте.

Некоммуникабельность массовой коммуникации в современном обществе обусловлена отсутствием в ней подлинной духовности. Осмысляя это, философы-экзистенциалисты провозглашают абсурдность понятия «массовая коммуникация». Тем самым они фиксируют иссякание духовной традиции. Эту исторически конкретную социокультурную ситуацию экзистенциалистская философия переносит на уровень понятийного рассмотрения проблемы духовности. Ощущение абсурдности фиксируется в понятии «абсурд», и на этом обрывается теоретическое рассуждение как лишенное смысла.

По мнению «социальных критиков», подлинная коммуникация не может строиться на логико-дискурсивной основе. Общение по сути своей враждебно последовательному развертыванию мысли. Правда, при этом отмечается, что массовая коммуникация по существу и не пользуется теоретическим знанием, она чаще обращается к внушению. Однако современная пропаганда создает иллюзию внешней логичности, постоянно обращаясь к рассудочности, здравому смыслу потребителей массовой коммуникации. Поэтому экзистенциалистское понимание коммуникации выступает как отрицание дискурсивности в ее традиционном понимании, как логическое развертывание мысли.

Это находит свое отражение и в специфическом категориальном аппарате, который используется «социальными критиками» для раскрытия проблематики коммуникации. Вместо строгих «терминов» типа «функция», «система», которыми оперируют социологи-апологеты, здесь возникают представления-символы, например, такие, как «экзистенция», «коммуникация», «подлинность», «смысл», «страх», «пограничная ситуация» и т.д., в которых предельно уплотнен опыт человеческого созерцания. Эти представления-символы заменяют у экзистенциалистов категориальный аппарат традиционной социологии. Символы замкнуты в себе. Напрасно доискиваться, какое реальное содержание заключено в них. Лишь такое же эмоцио-

нально-созерцательное состояние, какое замкнуло их, может снова их разомкнуть и проникнуть в них.

Экзистенциалистские представления являются символами, в этом секрет их «молчания», непроницаемости для «массового сознания», которое ориентировано на голую дискурсивную форму, на формальность изложения. Именно как отрицание этой «массовости» возникает экзистенциалистское безликое «Ман». Однако на деле безликой массовости должно противостоять не безликое «Ман», а личность с ее истинной неповторимостью и творческой духовностью. Смысл «элитарного» в контексте философии экзистенциализма равнозначен «подлинности» и не содержит в себе комплекса обыденных социально-этических ассоциаций. Эти оговорки необходимы, чтобы выделить «тональность» и направленность философского суждения и чтобы различать его и обыденное суждение.

Философскую разработку массовой коммуникации предприняли и теоретики Франкфуртской школы. Она особенно большое внимание уделила анализу проблемы «проницаемости» человеческого опыта. Фундаментальные труды основателей этой школы — М. Хоркхаймера и Т. Адорно⁹ — направлены на то, чтобы объяснить положение теоретического сознания в современной западной культуре. Они стремятся показать, что рациональность, ведущая свою идейную родословную от мифа, от античности и получившая воплощение в европейском просвещении, обернулась роковым образом для развития культуры и духовности — современным сциентизмом. Они обличают рациональность в том, что она вместо духовности воспроизводит духовное уродство и что именно рациональность резко привела в кризисное состояние европейскую культуру. Вместе с упадком культуры начинается деградация человеческой природы, современность выхолащивает из нее все возвышенное и претендующее на личностное¹⁰. Из этого следует, по Адорно, что массовая коммуникация лишает культуру ее личностного, человеческого содержания.

⁹ Adorno Th. Einleitung in die Musiksoziologie: Zwölf Vorlesungen von Th. Adorno. Frankfurt a.M., Suhrkamp., 1962. 224 s.; Adorno Th. Negative Dialektik. Frankfurt a.M. Suhrkamp, 1970. 406 s.; Lazarsfeld P.F., Merton R.K. Mass communication, popular taste and organised social action // The process and effects of mass communication. Chicago, 1971. P. 554–578.

¹⁰ Lazarsfeld P.F., Merton R.K. Mass communication, popular taste and organised social action // The process and effects of mass communication. Chicago, 1971. P. 554–578.

Рационализм опровергается опытом человеческого существования. Он, согласно Т. Адорно, бессилен примириться с экзистенциальным опытом индивидуального существования и принять его в лоно рационалистической теории. Рационализм и опыт существования непримиримы, разум может мыслить их отношение только в форме антиномии.

Оценка типов общения выводится Адорно из относительно цельной его концепции о смысле философской деятельности, ставшей специальным предметом анализа в «Негативной диалектике»¹¹. В Новое время философия осуществляла функцию самоосознания социокультурной ситуации и становилась поэтому подлинно личностной формой человеческого существования. Ныне же, как считает Адорно, профессиональная философская деятельность несостоятельна: ее претензии и сомнения постоянно разоблачаются опытом человеческого бытия. Идеология ныне растворяется в пропаганде. Сама реальность оказывается в то же время идеологией, которая оживляет различные формы массовой практики коммуникации. Концепция Адорно и других представителей Франкфуртской школы при всей критичности отношения к крайностям буржуазной культуры является на деле ее самовыражением и теоретическим способом адаптации личности к ситуации «массового общества», поскольку она объявляет неустранимой тотальную манипуляцию.

В современном мире рационализм выливается в «индустрию культуры» и всплывает, наконец, скрытый подтекст идей Просвещения. В «индустрии культуры» рассуждения о самоценности личностного, об идеале и смысле существования, о гуманизме и нравственности сохранены чисто формально, без одухотворенности, без контекста традиции. Продуцируемые «индустрией культуры» «оболочки мысли», представляющие рациональность, свидетельствуют о кризисе духа культуры и о «печальной судьбе» просветительского духа. В этом обнаруживается один из парадоксов массовой коммуникации, которая постоянно имитирует процесс рефлексии, рассуждения, воспроизводя его внешнее движение и подобие, подменяя в то же время напряжение мысли готовым, скалькулированным знанием.

Рациональность ныне осуществляется в «индустрии культуры», в продукции массовой коммуни-

кации, и судьба рациональности слилась с судьбой этой «индустрии»¹². Именно «индустрия культуры», в которой продолжение духовной традиции доверено массовой коммуникации, «клиширует» тип сознания, чуждый подлинной духовности. С воцарением «индустрии», как показывает Адорно, формализуется общественное мнение и «контролируемая стихийность» приобщения к традиции все больше нуждается в мифологизированной форме мышления. Миф, являющийся духом «индустрии культуры», обрывает историю духовности и отрицает ее.

«Индустрия массовой культуры» признается ее теоретиками законной наследницей эпохи Просвещения, законной наследницей европейской культурной традиции, подразумевающей существование энциклопедически образованной элиты, продуцирующей культуру, и просвещаемой массы, усваивающей ее¹³. Описав этот процесс, Адорно уличает во всех грехах мира рационализм и заявляет, что его установки усугубляют состояние кризиса и что в этой ситуации единственной положительной акцией просвещенной элиты может быть ее самоупражнение. Апеллируя к философской совести, Адорно призывает изживать теоретическую форму деятельности, которая, войдя в лоно обыденности, массовости, тем самым закрепляет манипуляторскую практику. Однако ситуация, складывающаяся в массовой культуре, переадресуемая Адорно философскому сознанию как таковому, была рассмотрена уже Гегелем: впадение сознания в формальность самосознания, а также выход из него с помощью усилий философского сознания¹⁴.

В контексте «массовой культуры» проблема коммуникации не возникает в качестве действительной проблемы, поскольку сознание, пребывающее в формальной духовности, не различает нетождественности понятия коммуникации и его

¹² Эта точка зрения впервые была высказана в книге М. Вэбера «Протестантская этика» и с тех пор укоренилась в социокритической мысли Запада.

¹³ См. подробнее: «Массовая культура»: иллюзии и действительность. Сборник статей / Сост. Э.Ю. Соловьев. М., 1975. С. 3-4.

¹⁴ См. очень характерное для Гегеля замечание: «Дух свободен и бесконечен только благодаря тому, что он действительно постигает свою всеобщность и возвышает до нее те цели, которые он полагает внутри себя. Если же он не постиг этой свободы, то, согласно своему собственному понятию, он способен существовать лишь как ограниченное содержание, захиревший характер, искалеченная и плоская душа» (Гегель Г. Эстетика. Т. I. М., 1968. С. 164).

¹¹ Adorno Th. Negative Dialektik. Frankfurt a.M. Suhrkamp, 1970. 406 s.

реализации в существующей массовой коммуникации, на что и обращает внимание Т. Адорно.

Проблема коммуникации появляется лишь тогда, когда личность начинает осмысливать собственное ощущение наличной коммуникации. Невозможность реализовать в западном обществе идею коммуникации, ее бессодержательность становится предметом теоретического размышления в современной философии. Факт «ненаполненности понятия», характеризующий мышление, пребывающее в рассудочной ограниченности, в современной западной литературе превращается в характеристику рациональной деятельности вообще, т.е. свидетельство «неполноценности» теоретической и тем более профессионально-философской деятельности. Так, абсолютизируя отдельные элементы коммуникативной теории, франкфуртцы пытаются подойти к общесоциологическим выводам. Тотальность «индустрии культуры» философское сознание воспринимает как собственную фатальность, приписывая духовную скудость «индустрии» природе философского знания. Философское сознание «переадресует» себе неподлинность массовой коммуникации, некоммуникабельность — массовой коммуникации.

Массовая культура не отвергает ни определенных, ни идеалов прежней философии, но влетает в такой контекст сознания, что они сами по себе теряют прежний социокультурный смысл. В условиях повсеместного диктата массовой коммуникации многие культурные процессы принимают совсем иной, зачастую парадоксальный облик.

Воспринимая этот контекст сознания как единственно возможный, франкфуртцы однозначно связывают судьбу философской деятельности с западным обществом и о действующей в нем по «манипулятивной программе» массовой коммуникацией. Формальность сознания, характеризующую массовую коммуникацию, представители Франкфуртской школы приписывают просветительской философии, вследствие чего она обвиняется в том, что в ней полагалась идея «массовой культуры» и что именно экспликация этой идеи приводит к формальности сознания. Отсюда Адорно заключает, что философская деятельность порождает формальность сознания и тем самым благословляет массовую культуру. Получается, будто массовая коммуникация как тип общения порождена просветительской традицией.

Усилие сознания, стихийно старающегося преодолеть формальность, западные философы

интерпретируют как отрицание философии. Тем самым они отвергают ту форму сознания, в которой оно только и может снять собственную формальность. Именно поэтому теория неадекватно воспроизводит смысл массовой коммуникации и массовой культуры.

Проблематику массовой коммуникации Адорно анализирует в рамках теории массовой идеологической практики, рассматривая при этом механизм, приводящий к фетишизации идей. Представители Франкфуртской школы обратили внимание на странную амбивалентность, присущую разуму в современном обществе. Идеи разума по природе своей — фетиши¹⁵. Адорно и его единомышленники решили, что любая идея разума, помимо ее исторического понятийного потенциала, несет строго определенное и отнюдь не случайное социальное значение, выполняет сугубо определенную социальную функцию¹⁶. Социальная функция идеи может быть совершенно иной, нежели полагалось в понятийном потенциале. Социальная практика современного общества подтверждает, что именно таким путем социальность «продвигает» свои цели, что она выигрывает при помощи фетишизации идей. В современной социально-исторической ситуации социальность и идеологичность «выкачивают» при помощи фетишизации идей воистину огромные прибыли, работая на стабилизацию структуры массового общества.

Притом маска идеи придает этой операции оттенок благородства, как будто господствующий класс действительно озабочен гуманизацией человеческого существования. Те идеи, которым еще не нашлось непосредственного практического социального применения, становятся элементами комплекса развлечений. Таким путем глушатся порывы духовности. В массовой коммуникации, работающей по манипулятивной программе, любая идея, вырванная из контекста культуры, теряет гуманистический смысл и как пустая форма может быть наполнена содержанием, в котором заинтересована идеология. Однако, не понимая всего механизма, который обуславливает работу культуры, Адорно трактует сознание как единый контекст идей, не различая обыденное сознание и сознание, взятое в его духовности. Поэтому Адорно

¹⁵ Adorno Th. Einleitung in die Musiksoziologie: Zwölf Vorlesungen von Th. Adorno. Frankfurt a.M., Suhrkamp. 1962. 224 s.

¹⁶ Там же. С. 129.

и его единомышленники из Франкфуртской школы отвергают культуру вообще, интерпретируя ее как проституцию, как обесценивание культурного сознания в целом. Между тем эта опасность реальна не для культуры вообще, а лишь для массовой культуры современного общества.

Характерно, что в массовой культуре самоопределение и становление культурно-личностного сознания утрачивает статус смысла и предмета философской деятельности как таковой. Но поскольку философская деятельность по природе своей тянется к смыслу культуры, а массовая коммуникация воспроизводит формальность идеи культуры, то сознание в массовом обществе не может прорваться к смыслу подлинной философии, а обречено колебаться между ощущением социокультурной действительности и невозможностью выразить его через контекст формального сознания.

Теоретики Франкфуртской школы вывели феномен идеологии в качестве основной черты западной культуры XX в. В рамках Франкфуртской школы понимание идеологичности духовной жизни стало методологическим принципом эмпирической социологии, описывающей реальность современного общества в терминах массовой коммуникации.

Представители этой школы рассматривают идеологичность как социальную деформацию, как искажение культуры и коммуникации, сталкивая два уровня понимания духовного явления: духовное явление как идею и как реальное ощущение феноменальности. Вся картина современной социокультурной действительности строится как разрыв между идеей явления и ощущением феноменальности, как разрыв, порождаемый массовой культурой и массовым обществом и одновременно скрываемый ими, используемый ими как условие манипулирования сознанием. Разрыв между идеей и ощущением ее как социальной функцией, объективно выявляющий наличие формально-духовного сознания, является основной характеристикой «индустрии культуры», порожденной массовой коммуникацией. Массовая коммуникация в современном обществе приводит сознание в соответствие с нуждами «индустрии культуры», стабилизирует контекст формального сознания, обесценивает смысл культуры.

Взгляды Т. Адорно, Г. Маркузе становятся теоретической базой деидеологизации, захватывающей в свою среду многие явления современной культуры. В другой же ветви культуры происходит

встречный процесс — суперидеологизация, которая также восходит к теоретическим построениям массовой коммуникации. Важно заметить, что представители Франкфуртской школы выступают против социологичности и идеологичности сознания вообще, не анализируя их разную классовую и историческую направленность. Это-то и делает теоретические идеи Франкфуртской школы, при всей их видимой критичности по отношению к массовой культуре, на деле идеями, легко совместимыми с господствующим сознанием.

В «индустрии культуры» можно вычленишь, по Адорно, полярные умонастроения, которым соответствуют полярные личностные позиции. Философское сознание, целиком определяемое сознанием массовой коммуникации, пребывающее в формально-духовном состоянии, не различает нетождественность контекстов философского сознания и массовой коммуникации. Это сознание тем самым, по определению, перестает быть философским, в сциентистских рассуждениях формально уподобляясь философской деятельности. На этот тип «философской деятельности» опирается массовая культура.

В коммуникативной теории Адорно существенное место занимает понятие «абсурд». Выявив неустранимые парадоксы коммуникации, немецкий философ в качестве «позитивной программы» предлагает определенную философскую позицию, смысл которой состоит в демонстрации ужаса абсурдности¹⁷.

Философское сознание, различающее в западной социокультурной действительности феномен идеологичности, осуществляет себя в позиции абсурда¹⁸. Для Адорно позиция абсурда состоит в том, что философская деятельность должна устранить себя. Абсурдное умонастроение рассматривает идеологичность фатально, как закономерное следствие развития человеческой культуры, устремившейся в лоно манипуляции. Позиция абсурда воспринимает время, историю как нечто чуждое и

¹⁷ Гуревич П.С. «Бред полноценной смысла» // Филология: научные исследования. 2013. № 1.

¹⁸ Т. Адорно по этому поводу пишет: «Старый протестантский мотив абсурдности, присущий вере субъекта, от Лессинга к Киркегору возвышается к пафосу существования против выпавшего, чужого человеку результата, стратегически объединяется с критикой позитивной науки, из которой, по тезису Киркегора, выхолощен субъект» (Adorno Th. Jargon der Eigentlichkeit. Zur deutscher Ideologie. 3 Aufl. Frankfurt a. M., 1967. S. 27).

враждебное, неизбежно приводящее к «индустрии культуры»¹⁹. Идеологичность, оснащённая техникой коммуникации, рассматривается, как ужас истории, но ужас фатальный, неизбежный. Единственный выход — принятие массовой культуры. В бессмысленности «индустрии культуры» утверждать смысл абсурда — вот единственное достоинство человека культуры в современном обществе, вести себя так, как будто абсурд существования есть смысл существования — таковы теоретические «решения» загадок социального бытия, предлагаемые теоретиками коммуникации из Франкфуртской школы.

В философии экзистенциализма, во многом благодаря ее выходам в искусство, схвачено эмпирическое многообразие состояний абсурда в современном обществе, абсурда, фиксированного продукцией массовой коммуникации. Романы, повести, драмы, на которые обращают внимание критики массовой культуры, шаг за шагом воспроизводят душевные состояния героев, их мироощущения, крушения их надежд, тоску и разочарования. Из этой стихии эмпирических наблюдений также складывается определенная модель массовой коммуникации, тяготеющей к абсурду, который становится уже не только элементом коммуникативной теории, но также изначальной и абсолютной характеристикой бытия.

Экзистенциализм осмысляет человеческий опыт как основную ценность культуры, как подлинность коммуникации. Любовь, исповедь, озарение рассматриваются ими как идеальная форма общения, а массовая коммуникация как артефакт. При этом опыт существования приравнивается к опыту философского сознания, но поскольку экзистенциалистское сознание целиком не рассталось с рассудочностью, покинуло и преодолело обыденность в интуиции, а не в идее, не в понятийной форме, то этот опыт всегда дан в форме символа. Любое же партийное толкование впадает в рассудочную скудость, с точки зрения экзистенциализма. Поэтому в экзистенциализме смысл опыта существования соотнесен со смыслом традиционной культуры, воздействующей сегодня на массовую коммуникацию чисто отрицательно, он противопоставляется смыслу традиционной культуры.

¹⁹ Adorno Th. Einleitung in die Musiksoziologie: Zwölf Vorlesungen von Th. Adorno. Frankfurt a.M., Suhrkamp. 1962. 224 s.

Французский экзистенциалист А. Камю²⁰ называет абсурдом современную историческую ситуацию, современное состояние западной культуры, «индустрию культуры», в которой повисают в воздухе идеалы разума, в которой культура теряет контроль над собственными образованиями и вынуждена признать свое бессилие и проклинать свои «блудные идеи», принявшие значение массовой культуры. Для Камю абсурдно то, что «чистая, гуманистическая идея» вдруг становится «своей» в контексте массовой культуры, сливается с социальным интересом буржуазного общества, «отчуждается» от духовного субъекта, лишая его свободы, надевая еще одни путы, самые бессмысленные и самые тяжкие, вызывая абсолютное отчаяние. Оценивая общение, коммуникацию в тех же абсурдистских терминах, Камю вместе с тем пытается проследить истоки этой позиции бессмысленности. Согласно Камю, генезис абсурда — это возникновение ощущения абсурда. В состоянии отчаяния из глубин существования просачивается и вспыхивает ощущение абсурдности бытия человека. В современной западной культуре содержание внутреннего мира индивида не совместимо с ощущением жизни, они противоречат друг другу. Ощущение жизни не подтверждает идею жизни, идею человека как субъекта культуры, как духовной сущности, как личности. В самоощущении человек предстает как элемент противостоящей, чуждой, непостижимой субстанции, детерминирующей его судьбу. Отсюда возникает представление о фатальности и враждебности идеи времени, об обреченности самосознания, принявшего идею и метафизику времени. Массовая коммуникация эмпирически и каждодневно разрушает течение реального времени, вовлекая в поток сознания разные исторические пласты. В массовой коммуникации вообще идея не переходит в состояние сознания, не становится самосознанием, а порождает формальность самосознания, влетает в контекст формальной духовности. В таком контексте идея времени оправдывает и узаконивает «индустрию культуры» как явление естественно-историческое.

По мнению Камю, прошлое тяготеет над человеком через воспитание, через культурную и мыслительную традицию. Оно навязывает современному человеку гуманистические идеалы, убеждая,

²⁰ Camus A. Der Mythos von Sisyphos: ein Versuch über das Absurde. Duaseldorf, Rauch, 1967. 191 p.

что они абсолютны, навязывают веру в сознание, в самодостаточность сознания, в смысл культуры как смысл человеческого существования. В то же время ощущение социокультурной действительности современного общества опровергает максимы гуманистического сознания, доказывает несовместимость идеала и действительности, ставит человека в разлад с собственным сознанием. Человек, руководствующийся гуманистической идеей, становится чуждым действительности²¹.

А. Камю пишет, что «абсурд — это метафизическое состояние сознающего себя человека», утратившего ощущение достоверности. Абсурд — это состояние всеобщей относительности ценностей, идеалов, желаний. Идея, имеющая одно значение в контексте метафизического сознания, значит нечто другое в массовом обществе, которое для Камю превращается в «общество вообще». «Налицо совершенно очевидная и ясная моральная ситуация: человек всегда оказывается жертвой собственных истин»²², — утверждает Камю в своей основной философской работе «Миф о Сизифе», являющейся исследованием феномена абсурда.

Камю всесторонне описывает тему «времени» и «сознания», закладывая тем самым основу для еще более радикальной критики массовой коммуникации. Абсурдность сказывается в том, что «насмешливый разум ставит меня в противоречие со всем творением»²³. Абсурден не человек и не мир в отдельности, а способ их соотношения, полагаемый идеями гуманистического сознания прошлого. К абсурду приводит метафизическое сознание культуры, отстаивающее абсолютность, ценность и смысл своих идей, а с другой стороны, допускающее возникновение «индустрии культуры». Эта двойственность метафизического сознания, по традиции называемого «разумом», является признаком кризиса рационалистической культуры, того типа личности, который зарождался в эпоху Возрождения и был развит далее европейским Просвещением. Связь с таким конформистским «разумом» позорит человека культуры. Человек

должен размежеваться с этим «разумом», снять с него претензию на абсолютность.

В практической ситуации абсурда «иррациональность» становится предпочтительной формой сознания. И в этом проявляется разрыв современного сознания с гуманистическими традициями мировой культуры. Таким образом, критика коммуникации становится важным элементом всего экзистенциалистского мышления, которое значительно расширяет рамки коммуникативной теории, вводя в нее понятия «иррациональность», «подлинность» и т.д.

«Иррациональность» стремится преодолеть абсурдность ситуации и также апеллирует к смыслу культуры, как «имморальность» Ф. Ницше. В этой парадоксальной форме философское сознание старается сохранить преемственность культурной традиции. Философское сознание, погруженное в контекст массовой коммуникации, не узнает собственной формальности. В современном массовом обществе происходит мифологизация многих социальных явлений, как бы преобразованных массовой коммуникацией.

С одной стороны, мифологизируется обыденное сознание: «Сегодня в электрический век органический миф возникает автоматически. Потому что миф — мгновенное видение сложного процесса, охватывающего длительный исторический период, — это не что иное, как сгущение, имплозия. И в наши дни мгновенное действие электричества придает мифологический характер обычным производственным и хозяйственным явлениям. Современный человек мыслит еще фрагментарно, но живёт уже мифологически, и всё это благодаря магическим импловивным свойствам современных средств коммуникации»²⁴. Как видно, Маклюэн оценивает положительно мифологизацию сознания, придающую сознанию уверенность в себе и самомнение. Сознание, формируемое массовой коммуникацией, оценивает себя как всеобщее и культурное сознание. Так уже в самой коммуникативной теории, чётко специализированной, закрепляются и мифологизируются парадоксы, зафиксированные экзистенциалистами.

С другой стороны, и подлинная духовность в формах массовой коммуникации, не находящая адекватности выражения, обращается к форме мифа. Таким образом, западная культура целиком

²¹ Проблема «неудобства пребывания в культуре» типична для современного сознания. Она выдвигается как в теоретических (Freud S. Dae UnBehagen in der Kultur. Frankfurt a.M., 1963), так и в художественных произведениях (Heave H. Der Steppenwolf. B., 1956).

²² Camus A. Der Mythos von Sisyphos: ein Varsuch Uber das Absurde. Duaseldorf, Rauch, 1967. 191 p. P. 32.

²³ Там же. С. 33.

²⁴ McLuhan M. Understanding media. The extension of man. L., 1969. 382 p. P. 34.

пропитана неадекватным сознанием, выражающим себя через форму мифа и пребывающим в этой форме.

Сознание, конституирующееся в массовой коммуникации, через массовую коммуникацию приобщающееся к социокультурному опыту прошлого, усваивает формальность метафизических идей и духовных ценностей. Формальность сознания может снять философское сознание, но в массовой культуре, в «индустрии культуры» она сама осмыслена так, что становится оплотом формальности. Философия, отыскивая противоречия массовой коммуникации, сама пребывает во всеобщей неадекватности массового сознания.

Средства массовой коммуникации в современном обществе соединяют воедино массовую культуру и массовое сознание. Лишённая истинной

духовности, обезличенная и опустошенная массовая культура, доставляемая средствами массовой коммуникации, обезличивает и разобщает людей. Это и приводит к парадоксам современного общества: массовая культура оказывается лишенной истинной народности, будучи обращена к народу, она стремится превратить его в массу; обращаясь к личности, стремится ее обезличить; техническое развитие и наращивание средств массовой коммуникации, разобщая людей, приводит к абсурду некоммуникабельности. Философия дает подчас феноменологически точное описание парадоксов массовой коммуникации, ее трудностей, коллизий, противоречий, раскрывая явления абсурдизма и некоммуникабельности («муки коммуникации»). Однако она не в состоянии научно проанализировать и объяснить эти процессы.

Список литературы:

1. Адорно Теодор. Жаргон подлинности. О немецкой идеологии. М., 2011.
2. Адорно Теодор. Проблемы философии морали. М., 2000.
3. Архангельская И.Б. Теория коммуникации в трудах Х.А. Инниса и Г.М. МакЛюэна // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского: Серия Социальные науки. № 3 (8). Н. Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2007. С. 148–152.
4. Гуревич П.С. «Бред полноценней смысла» // Филология: научные исследования. 2013. № 1 (09). С. 3–4.
5. Гуревич П.С. Духовный опыт нации // Философия и культура. 2013. № 7. С. 1020–1027.
6. Кириллова Н.Б. Человек и миф в пространстве медиареальности // Культура и искусство. 2012. № 2. С. 78–86.
7. Спирина Э.М. Маклунатизм в аранжировке постмодернизма // Философия и культура. 2008. № 7. С. 56–69.
8. Терри Иглтон. Идея культуры. М., 2012.
9. Урсул А.Д. Исследование информационных и глобальных процессов: междисциплинарные подходы и связи // NB: Проблемы общества и политики. 2012. № 3. С. 154–201. (URL: http://www.e-notabene.ru/pr/article_259.html).
10. Урсул А.Д. Культура как информационный феномен // NB: Философские исследования. 2013. № 8. С. 295–355. (URL: http://www.e-notabene.ru/fr/article_508.html).
11. Щупленков О.В., Щупленков Н.О. Проблемы информационно-коммуникационного потенциала современного общества // NB: Проблемы общества и политики. 2013. № 12. С. 70–96. (URL: http://www.e-notabene.ru/pr/article_10537.html).
12. Яковлев В.А. Сакральное триединство бытия // Философия и культура. 2013. № 6. С. 746–755.
13. Adorno Th. Einleitung in die Musiksoziologie: Zwölf Vorlesungen von. Th. Adorno. Frankfurt a.M., Suhrkamp, 1962. 224 s.
14. Adorno Th. Negative Dialektik. Frankfurt a.M. Suhrkamp, 1970. 406 s.
15. Camus A. Der Mythos von Sisyphos: ein Varsuch Uber das Absurde. Duaseldorf, Rauch, 1967. 191 p.
16. Horkheimer M., Adorno Th. Dialektik der Aufklarung. Philosophische Fragments. Frankfurt a.M., Fischer, 1969. 275 s.
17. Lazarsfeld P.F., Merton R.K. Mass communication, popular taste and organised social action. — In: The procese and effects of mass communication. Chicago, 1971. P. 554–578.
18. McLuhan M. Culture is our business. N.Y. — Toronto, McGraw-Hill, 1970. 336 p.
19. McLuhan M. Understanding media. The extension of man. L., 1969. 382 p.

20. Morin E. Nouveaux courants dan l'etude des communications des masse // Essais sur les masses media at la culture. P., 1971. P. 23–48.

References (transliteration):

1. Adorno Teodor. Zhargon podlinnosti. O nemetskoj ideologii. M., 2011.
2. Adorno Teodor. Problemy filosofii morali. M., 2000.
3. Arkhangel'skaya I.B. Teoriya kommunikatsii v trudakh Kh.A. Innisa i G.M. MakLyuena // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo: Seriya Sotsial'nye nauki. № 3 (8). N. Novgorod: Izd-vo NNGU im. N.I. Lobachevskogo, 2007. S. 148–152.
4. Gurevich P.S. «Bred polnotsennei smysla» // Filologiya: nauchnye issledovaniya. 2013. № 1 (09). S. 3–4.
5. Gurevich P.S. Dukhovnyi opyt natsii // Filosofiya i kul'tura. 2013. № 7. S. 1020–1027.
6. Kirillova N.B. Chelovek i mif v prostranstve mediareal'nosti // Kul'tura i iskusstvo. 2012. № 2. S. 78–86.
7. Spirova E.M. Maklunatizm v aranzhirovke postmodernizma // Filosofiya i kul'tura. 2008. № 7. S. 56–69.
8. Terri Iglton. Ideya kul'tury. M., 2012.
9. Ursul A.D. Issledovanie informatsionnykh i global'nykh protsessov: mezhdistsiplinarnye podkhody i svyazi // NB: Problemy obshchestva i politiki. 2012. № 3. S. 154–201. (URL: http://www.e-notabene.ru/pr/article_259.html).
10. Ursul A.D. Kul'tura kak informatsionnyi fenomen // NB: Filosofskie issledovaniya. 2013. № 8. S. 295–355. (URL: http://www.e-notabene.ru/fr/article_508.html).
11. Shchuplenkov O.V., Shchuplenkov N.O. Problemy informatsionno-kommunikatsionnogo potentsiala sovremennogo obshchestva // NB: Problemy obshchestva i politiki. 2013. № 12. S. 70–96. (URL: http://www.e-notabene.ru/pr/article_10537.html).
12. Yakovlev V.A. Sakral'noe triedinstvo bytiya // Filosofiya i kul'tura. 2013. № 6. S. 746–755.
13. Adorno Th. Einleitung in die Musiksoziologie: Zwolf Vorlesungen von. Th. Adorno. Frankfurt a.M., Suhrkamp, 1962. 224 s.
14. Adorno Th. Negative Dialektik. Frankfurt a.M. Suhrkamp, 1970. 406 s.
15. Camus A. Der Mythos von Sisyphos: ein Varsuch Uber das Absurde. Duaseldorf, Rauch, 1967. 191 p.
16. Hockheimer M., Adorno Th. Dialektik der Aufklarung. Philosophische Fragments. Frankfurt a.M., Fischer, 1969. 275 s.
17. Lazarsfeld P.F., Merton R.K. Mass communication, popular taste and organised social action. — In: The procese and effects of mass communication. Chicago, 1971. P. 554–578.
18. McLuhan M. Culture is our business. N.Y. — Toronto, McGraw-Hill, 1970. 336 p.
19. McLuhan M. Understanding media. The extension of man. L., 1969. 382 p.
20. Morin E. Nouveaux courants dan l'etude des communications des masse // Essais sur les masses media at la culture. P., 1971. P. 23–48.