

УДК 1(091)

Мазоренко М.О., кандидат філософських наук, завідувач кафедри культури, Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. П.Василенко (Україна, Харків), mazorenko_m@mail.ru

**Роль культурологічних досліджень зарубіжжя в осмисленні феномену
мас–медіа**

Показано, яким чином в сучасній культурній ситуації мас–медійний феномен виявляється в центрі уваги різних гуманітарних наук, що зумовило поліваріантність його тлумачень. Центральними темами цих інтерпретацій позначені поняття власне медіа, комунікації, механізмів їх функціонування та впливу на суспільство; співвідношення медіа, з одного боку, і влади, культури, реальності, з іншого; медіаповорот як спосіб трансформації інформаційних технологій. Виявлена динаміка осмислення феномену засобів масової інформації в сучасній культурі від медіасоціології через роботи М.Маклюєна до медіаантропології, в якості основних представників якої виступають Д.Спітульнік, М.Петерсон, М.Аллен та ін. На матеріалі зарубіжних публікацій показано, чим викликаний загострений інтерес до феномену медіа, медіальності, чому «медіа» та її похідні сьогодні заявляють про себе набагато більш наполегливо, ніж у минулому столітті.

Ключові слова: медіа, інформаційне суспільство, ЗМІ, медіаповорот, медіакультура, медіаантропологія, Маклюєн.

Mazorenko M.O., Ph.D., Head of Department of Culture, P.Vasilenko Kharkov National Technical University of Agriculture (Ukraine, Kharkiv), mazorenko_m@mail.ru

**Role of the Cultural Studies Abroad in the understanding of the mass
media phenomenon**

The paper shows how in the contemporary cultural situation phenomenon of the mass media has been focus of the various humanities which led to diversity of its interpretations. The central themes of these interpretations are marked as concepts of media itself, communication, mechanisms of their functioning and impact on society;

interactions of the media, on the one hand, and the power, culture, reality, on the other; media turn as a way of transforming information technology. Dynamics of comprehending the phenomenon of mass media in the contemporary cultural space has been characterized as moving from media sociology through McLuhan's writings to media anthropology. Last trend is represented mainly by D.Spitulnik, M.Peterson, and M.Allen etc. The material of the English-language publications show what caused keen interest to the phenomenon of media, mediality, and why the «media» and its derivatives announce themselves today much more aggressively than in the past century. It is stated risks associated with the media make necessary to provide permanent analytical monitoring of the dynamic media phenomenon.

Keywords: media, information society, media turn, media culture, media anthropology, McLuhan.

Мазоренко М.О., кандидат философских наук, заведующая кафедры культуры, Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства им. П.Василенко (Украина, Харьков), mazorenko_m@mail.ru

Роль культурологических исследований зарубежья в осмыслении феномена масс-медиа

Показано, каким образом в современной культурной ситуации масс-медийный феномен оказывается в центре внимания различных гуманитарных наук, что обусловило поливариантность его толкований. Центральными темами этих интерпретаций обозначены понятия собственно медиа, коммуникации, механизмов их функционирования и воздействия на общество; соотношение медиа, с одной стороны, и власти, культуры, реальности, с другой; медиаповорот как способ трансформации информационных технологий. Выявлена динамика осмысления феномена средств массовой информации в современной культуре от медиасоциологии через работы М.Маклюэна к медиаантропологии, в качестве основных представителей которой выступают Д.Спитульник, М.Петерсон, М.Аллен и др. На материале зарубежных публикаций показано, чем вызван обостренный интерес к феномену медиа,

медиальности, почему «медиа» и ее производные сегодня заявляют о себе гораздо более настойчиво, чем в минувшем столетии.

Ключевые слова: медиа, информационное общество, СМИ, медиаповорот, медиакультура, медиаантропология, Маклюэн.

(статья друкється мовою оригіналу)

Актуальность поставленной в статье проблемы прежде всего связана с отсутствием обобщающих работ как в зарубежной, так и отечественной культурологии в области генезиса масс-медиа как социокультурного явления, анализа расширения их структуры. Цель статьи: показать поливариантность масс-медийной интерпретации, обозначить генезис и функции ее составляющих на материалах зарубежных источников, выявить динамику развития историко-культурологических подходов к феномену медиа, исследования масс-медийной тематики в различных отраслях гуманитарного знания.

Осмысление феномена масс-медиа как междисциплинарного предмета гуманитарных наук началось во второй половине XX в. прежде всего в работах зарубежных исследователей. Отечественные гуманитарные науки к указанной проблеме обратились уже на исходе прошлого столетия, когда их предметное и методологическое поле стало открытым, как и само общество. Хотя отдельные аспекты функционирования средств массовой информации, прежде всего воспитательные и эстетические, изучались еще советскими авторами, среди которых, в частности, можно назвать С.Пензина, Ю.Рабиновича, А.Шарикова и др., но именно анализ зарубежных источников свидетельствует о динамике в интерпретации медиа, осмыслении их генезиса, расширения и появления новых медийных составляющих, таких как интернет, компьютер, аудиовизуальные средства медиа, виртуальные сети, информационные войны. Особое внимание исследователи с самого начала обратили на социальные параметры масс-медиа, включая собственно социологические и этнографические.

В целом в зарубежных исследованиях масс-медиа мы считаем возможным выделить несколько этапов: к первому из них следует отнести публикации 50–

60-годов XX ст., или домаклюэновский период, собственно маклюэновский период, хронологически 1970–1990-е гг., и, наконец, постмаклюэновский. Такая периодизация основывается на том, что в работах Маклюэна впервые поставлены вопросы трансформации медиа, и в связи с трансформациями самого человека и общества не только на событийном, но и на бытийном уровне.

Важным поворотным моментом в придании междисциплинарного характера изучению медиа стала публикация в 1950 году сборника под редакцией М.Яновича «Читатель в общественном мнении и коммуникации» [16]. Три темы доминируют в данном издании: компаративистское исследование (на материале США, Канады, Европы); медиа, государство и рынок; исследование и политика. Авторы сборника рассматривают *Cultural Studies*, или то, что у нас принято называть культурологией, как способ вхождения в проблемное поле масс-медиа, вовлекающий определенный набор концептов и методов, показывают, как стремительные изменения в технологическом и регуляторном окружении радиовещания и телекоммуникаций влияют на формирование эффективной медиаполитики в Европе и эффективной стратегии исследований в этой области, указывают на различные взаимосвязи (институциональные и социальные) между разными участниками медиасобытия: дикторами, маркетологами, дипломатами, журналистами, специалистами паблик-рилейшнз, обозревателями, экспертами, фанами, техниками и т.д. В этом плане заслуживают внимания работы Дж.Бургельмана, Э.Каца и Д.Даян. Ч.Сипман в работе «Радио, телевидение и общество» (1950) [17] раскрывает социальный и психологический эффект теле- и радиовещания, его влияние на наши вкусы, мнения и ценности.

Фундаментальное значение для последующих медиаисследований имели работы М.Маклюэна «Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего» (1962) и «Понимание медиа: внешние расширения человека» (1964). «Галактика Гутенберга» – живо написанная история печати, начиная с прессы Гутенберга и далее через пространство времени и литературы. О

характере этого обзора говорят заголовки некоторых коротких глав: «Король Лир» – рабочая модель процесса обнажения личности, посредством которого люди переходят из мира ролей в мир должностей»; «Шизофрения, по-видимому, является закономерным следствием распространения письменности»; «Преемственность древнегреческого и средневекового искусства была обеспечена связью между *caelatura* (чеканкой) и искусством иллюминирования». Сама теория Маклюэна достаточно хорошо изучена и подробно прокомментирована в исследованиях отечественных и зарубежных авторов, и в данной статье мы не ставим задачу давать собственную интерпретацию его идей, но хотелось бы обозначить то обстоятельство, что, с одной стороны, они придали новый импульс социологическим исследованиям, спроектировав их на область массовых коммуникаций; с другой стороны, очевидно, сообщили последней отчетливый междисциплинарный характер с преобладанием, тем не менее, антропологической и широкой культурологической проблематики.

Это отразилось даже на тех исследованиях масс-медийной сферы, которые несли на себе отпечаток социологического и классового подхода, как публикации британского теоретика культуры и литературы, неомарксиста Р.Уильямса. Его книга «Коммуникации» (1966) суммирует философию коммуникаций, которую он определяет в широком контексте социальной и культурной политики. На этой основе Р.Уильямс рассматривает историю и содержание различных медиа. В работе «Культура и общество, 1780–1950» Р.Уильямс поясняет: «Принципиальным является положение о том, что идея культуры, как и само слово в его самом общем современном смысле, пришло в английское мышление в период, который обычно определяется как эпоха индустриальной революции. В книге делается попытка показать, как и почему это произошло, проследить развитие этой идеи до наших дней. Таким образом, это описание и интерпретация нашего ответа на перемены в мыслях и чувствах в английском обществе, начиная с конца восемнадцатого столетия» [20,р.9]. «Только в таком контексте может быть наше использование слова «культура» и

проблем, к которым это слово нас отсылает, быть адекватно понятым», полагает Р.Уильямс и находит соответствие этому тезису в произведениях романистов, экономических и политических философов и критикой XIX–XX вв. В книге «Долгая революция» он объясняет факторы, которые определяют культуру, особое внимание обращая на печатные средства массовой информации в контексте индустриальной революции.

Тем не менее в 60–70-е гг. XX ст. магистральным направлением исследований стал социологический анализ масс-медиа, в том числе в области популярной культуры. Так, предметом внимания Х.Мендельсона стали социологические и психологические функции развлечения, парадигмы удовольствия, соотношение эстетики, культуры и развлечения [18]. Вышли книга Д.МакКуэйла «В направлении социологии массовых коммуникаций» (1969) и коллективная работа «Социология массовых коммуникаций» (1972). Автор первой из упомянутых публикаций и один из наиболее влиятельных авторов в области массовых коммуникаций дает социологический анализ: идет ли речь о масс-медиа или индивидуальной коммуникации [11]. Он оценивает текущее состояние изучения феномена СМИ, обсуждает эмпирическую традицию и главные проблемы в сфере масс-медиа, обозначая в то же время основные принципы и дальнейшие направления исследования. Среди авторов второй работы Д.Смит, Дж.Гербер, Ф.Фиринг, Ф.Элиотт, Х.Ганс. Это антология концептуальных статей, которые имеют важное теоретическое значение для понимания масс-медиа. Определенной вехой в изучении масс-медиа явился сборник работ социологической направленности под редакцией Дж.Танстола, вышедший в 1970 г. Сам Танстолл во вступительной статье обозначил основные медиамодели и подвел итоги изучения этой сферы в социологии. Другие авторы на основе конкретного эмпирического материала охарактеризовали определенные особенности, проблемы и перспективы в развитии отдельных разновидностей медиа, магистральных на тот момент не только для англо-американского мира [13], но и для бывшего советского теле- и радиопространства. Затрагиваются также вопросы, связанные с рекламой

(*Joseph Bensaman*), журналистским профессионализмом и этикой (*Oliver Boyd-Barrett*).

В статьях, вошедших в сборник «Процесс и воздействие массовой коммуникации» (1971) [19], дискутируются медиасообщения, адресованные аудитории массовой коммуникации; воздействие последней на политику, общественное мнение и социальные перемены, а также технологический аспект масс-медиа. В одноименной работе из серии «Аспекты современной социологии» коммуникация рассматривается как социальный процесс в отношении к обществу в контексте различных взглядов на суть, механизмы действия, структуру и аудиторию коммуникации. Исследуется теория общественного мнения, процесс его формирования и воздействия на принятие политических решений. В вышедшей двумя годами позднее объемной хрестоматии по коммуникациям *Handbook of Communication* (1973) [9] описываются системные концепты; вербальная и невербальная межличностная коммуникация; масс-медиа и аудитория; влияние коммуникации на детей, убеждения и пропаганду, а также прослеживается коммуникативный процесс на разных уровнях: масс-медиа, малые группы, бюрократия, рекламные компании, политические партии, научные институты. Сравнение коммуникативных процессов в «западных демократиях», коммунистических странах и развивающемся мире не представляет интереса на сегодняшний день, но приведенные методы коммуникативного исследования, в частности, экспериментальное исследование коммуникативных эффектов, сохраняют свою актуальность. К этой же серии примыкает и сборник «Пропаганда и коммуникация в мировой истории» (1979) [15], где представители разных академических дисциплин презентуют свои исследования на тему воздействия коммуникации на историю человеческого общества.

Примерно в это же время Ф.Манкевич и Дж.Свердлоу (1977) на основе широкого круга источников рассмотрели телевидение в контексте насилия, семейных программ, новостей, сексуальных ролей, чтения, обучения и поведения детей, покупателей, политических и квазиполитических институтов

[10]. В публикациях этого времени достаточно много внимания уделяется анализу ТВ как культурной формы, которая приводит во взаимодействие технологию, социальные институты и культуру в целом. Исследования телевизионных медиа затрагивают и такие его аспекты, как контроль над ними индустрии, власти, аудитории, каким образом масс-медиа способствуют изменению или усилению позиций общественного мнения и в чем специфика различных разновидностей масс-медиа в этом отношении, воздействие средств массовой коммуникации на модели политического поведения. Предметом рассмотрения становятся разновидности медиа: газеты, журналы, радио, телевидение, книги. Социологические аспекты функционирования коммуникативной системы представлены в публикациях по медиасоциологии [18;20]. Так, К.Черри, используя т.н. социотехнический подход, заполняет брешь между исследованиями на тему коммуникации техническими экспертами и обществоведами. Он обсуждает природу человеческой коммуникации, ее формы в античности и современности, коммуникацию как удовольствие и политику; коммуникацию и благосостояние, другие социальные аспекты [8].

Появляются публикации о соотношении медиа и популярной культуры. Сборник «Подходы к популярной культуре» (1976) [1] стал «площадкой» для изложения академических подходов к популярной культуре через призму социологии, структурализма, лингвистики, марксизма, исторических свидетельств. В сборнике под эгидой ЮНЕСКО (1977) [5] ведущие специалисты и организации в области индустрии развлечений обсудили взаимодействие между развлечением и обществом, особенно роль последнего в формировании социального и индивидуального поведения. Дискуссия сосредоточилась вокруг соотношения элитарной/ массовой культуры; финансирования и субсидирования сферы развлечения; администрирования; целей и назначения различных форм развлечения. Отдельное внимание было уделено популярным развлечениям в целом, СМИ, спортивным состязаниям, исполнительным видам искусства, особенно музыки. Эта тема нашла свое

продолжение в работах А.Бриггса. В них содержится теоретический анализ развлечений, продуцируемых масс–медиа. А.Бриггс подошел к сфере массовых развлечений с экономической и технологической точек зрения, проанализировав превращение ее в отрасль индустрии, проследив ее развитие в XIX–XX вв. и обратив особое внимание на кино и радио [7].

В постмаклюэновский период обострилась проблема взаимодействия медиакультуры и книжной классической культуры. Интересные мысли об особенностях их взаимосвязи представил У.Эко в работе «От интернета к Гуттенбергу». В борьбу вступают две установки, два дискурса: стремление к верификации, полифонии, многозначности слова, открытости, незавершенности его смыслов, трансформацией от экзегетики к пониманию, с одной стороны, и саморазрушением самого слова вместе с Богом и автором. Слово повисает в воздухе, лишается своей укорененности в социальном, коммуникативном пространстве, а человек – своей субъектной роли в отношениях с культурой. Слово все больше переходит от вербальных форм к визуальным и интегрированным. От масс–медиа зависит в значительной степени, будет ли это окончательной утратой смыслов или их обрастанием визуальной плотью или новой, еще более интересной фазой развития [3].

Масштабы обволакивающей нас масс–медийной реальности возрастают в геометрической прогрессии, так же как всевозможные или, по крайней мере, многие связанные с ней опасности. Этим объясняется неподдельный интерес к явлению медиа, медиальности в наши дни, а дефиниция «медиа» и ее производные заявляют о себе еще более настойчиво, чем в минувшем столетии, когда впервые заговорили о «коммуникационной революции» и «информационном обществе». С.Х. Шайхитдинова высказала мнение, что одна из причин состоит именно в том, что сегодня стали очевиднее различные медиариски. «Шок от будущего» вызывает необходимость постоянного аналитического мониторинга этого динамично развивающегося феномена, что отчасти избавит нас от его демонизации и мистификации [2]. Одновременно с этим становится все более понятно, что медийное измерение фактически

изначально присуще человеку и без философского анализа коммуникативной практики в этой сфере невозможно более или менее цельное понимание постиндустриальной личности.

Именно различные философские подходы преобладают в постмаклюэновский период в медиаисследованиях. Важные вопросы социального бытия медиа и прежде всего отношения с властью и обществом изучены в отдельных публикациях Ж.Бодрийяра, представителей Франкфуртской философской школы Т.Адорно, Ю.Хабермаса; других авторов, таких как С.Холл, А.Кун и др. Медиапроизводство рассматривают П.Сканнелл, Н.Гарнхман, Г.Мердок, Дж.Танстолл; медиатекст Б.Берельсон, Э.Криселл, Дж.Фиске, Р.Дайер; идеологию и дискурс Дж.Вулакотт, Э.Тольсон. Феминистское направление в медиаисследованиях представлено такими именами как Дж.Уиншип, Д.Кларк, К.Сквайр. Соотношению медиа, гендера и идентичности посвящена работа Д.Гаунтлетта. Постмодерные медиа стали предметом анализа в публикациях таких авторов, как Дж.Коллинз, А.Макробби, Б.Николс.

Но наиболее ценным и наиболее современным подходом мы считаем тот, который в западной гуманитарной науке получил название медиаантропологии. Его философские и кросс–культурные основания сформулированы в работах Д.Рашкоффа, М.Кастельса, и мн. др., но только в последние годы в работах Д.Спитульник, М.Петерсона, М.Аллена и др. проведено обоснование медиаантропологии как философско–антропологического дискурса современной реальности, в котором концепт информационного общества выполняет инструментальную роль, помогающую очертить хронологические и содержательные рамки рассматриваемой проблемы. В этом контексте масс–медийное пространство понимается прежде всего как коммуникативное пространство, в котором взаимодействуют медиа и человек как индивид и как социальное существо. В последние годы было опубликовано немало антологий и статей по медиаантропологии, среди которых выделяется одноименная антология (2005) [12]. Выходят работы по медиасоциологии, медиапамяти,

вопросам коммуникации и культуры в эпоху медиатехнологий, проблемам медиа и насилия, в которых медиантропологическое измерение играет ключевую роль.

Таким образом, исследования феномена масс–медиа показали, что они затрагивают широкий круг тем и проблем и имеют довольно богатую историю, хотя и не слишком продолжительную. Последнее обстоятельство объясняется в значительной степени относительной краткостью существования самого феномена, о котором идет речь. Тем не менее за последние несколько десятилетий в информационном обществе произошла медийная революция во всем социокультурном пространстве, когда в обиход вошли совершенно новые средства передачи и распространения информации, а традиционные перешли в разного уровня электронный, цифровой, виртуальный формат. В современных работах как зарубежных, так и отечественных аналитиков понятия СМИ и СМК стали заменяться понятиями медиа, масс–медиа. Но только сейчас становится в полной мере очевидным антропологический поворот в культурном пространстве информационного общества и в академической науке, пытающейся осмыслить это явление. При этом мы должны признать немаловажную роль зарубежных медиаисследований в этом отношении, но вместе с тем обозначить то обстоятельство, что с самого начала эти работы отличались преимущественно социологическим и, скажем так, культурологическим характером, а сама антропологическая проблематика соответствовала западному пониманию этого термина в науке, предполагающем в первую очередь комплексное изучение происхождения и развития человека, его существования в определенной природной и культурной среде, прежде всего этнографической, социальной, конфессиональной.

Таким образом, начиная с 1950–60–х годов были намечены основные стратегии дальнейшего анализа масс–медиа, выдвинуты ключевые положения о наличии медийной реальности и ее месте в социальном пространстве, важнейших особенностях функционирования и восприятия информационных технологий, и, наконец, о первостепенной роли во всех этих процессах

человека. Мы считаем важным, чтобы дальнейшие исследования в этом направлении способствовали выдвижению на первый план именно философско–антропологического подхода к масс–медиа и соответствующего теоретико–методологического инструментария, превращению медиаантропологии в «общее место» не только в зарубежной, но и украинской науке на человековедческих философских основаниях.

Список использованных источников

1. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / Маршалл Маклюэн. – М.: Академический проект, 2005. – 496 с.
2. Шайхитдинова С.К. Дуальные и медиальные структуры в культуре / С.К. Шайхитдинова // Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия / под ред. В.В. Савчука. – СПб., 2008. – С.34–38.
3. Эко Умберто. От Интернета к Гуттенбергу // Умберто Эко; пер. с англ. Л.В. Эйм // Издательское дело и редактирование. Теория: методика, практика. – 2000. – Вып.4. – С.9–29.
4. Approaches to Popular Culture / [ed. By C. W. E. Bigsby]. – L.: Edward Arnold, 1976. – 280 p.
5. Australia National Commission for UNESCO. Entertainment and Society. – Canberra: Australia National Commission for UNESCO, 1977. – 242 p.
6. Bennett T. Theories of the media, theories of society / T.Bennett // Culture, society, and the media / edited by M.Gurevitch, T.Bennett, J.Curran, J.Woollacott. – London; New York: Methuen, 1982. – P.30–55.
7. Briggs C.L. Anthropology, Interviewing, and Communicability in Contemporary Society / C.L. Briggs // Current Anthropology. – 2007. – Vol. 48, №4. – P.551–580.
8. Cherry C. World Communication: Threat or Promise? A Socio–Technical Approach / C.Collin. – NY: Wiley–Interscience, 1971. – 229 p.
9. Handbook of Communication / [ed. by Ithiel de Sola Pool]. – Chicago: Rand McNally College Pub. Co., 1973. – 1011 p.

10. Mankiewicz F. Remote Control: Television and the Manipulation of American Life / F.Mankiewicz, J.Swerdlow. – NY: Times Books, 1977. – 308 p.
11. McQuail D. Toward a Sociology of Mass Communication / D.McQuail. – London: Collier–Macmillan, 1969. – 122 p.
12. Media anthropology / [edited by Eric W. Rothenbuhler, Mihai Coman]. – Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2005. – xii, 350 p.
13. Media Sociology: A Reader / [ed. by J. Tunstall]. – London: Constable, 1970. – 574 p.
14. Mendelson H. Mass Entertainment / H.Mendelson. – New Haven, Conn: College and University Press, 1966. – 203 p.
15. Propaganda and Communication in World History / [ed. by Harold D. Lasswell, Daniel Lerner, Hane Speier]. – Honolulu: East–West Center by the University Press of Hawaii, 1979. – 631 p.
16. Reader in Public Opinion and Mass Communication / [ed. by M.Janowitz, P.M. Hirsch]. – NY: Free Press, 1981. – 440 p.
17. Siepmann C.A. Radio, Television and Society / C.A. Siepmann. – NY: Oxford University Press, 1950. – 410 p.
18. Sociology of Mass Communication: Selected Readings. – Harmondsworth: Penguin, 1972. – 477 p.
19. The Process and Effects of Mass Communication / [ed. by W.Schramm and D.F. Roberts]. – Urbana: University of Illinois Press, 1971. – 997 p.
20. Williams R. Culture and Society, 1780–1950 / R.Williams. – NY: Harper and Row, 1966. – 362 p.

References

1. Maklyuen M. Galaktika Gutenberga. Stanovleniye cheloveka pechatayushchego / Marshall Maklyuen. – M.: Akademicheskii proyekt, 2005. – 496 s.
2. Shaykhitdinova S.K. Dualnyye i medialnyye struktury v kulture / S.K. Shaykhitdinova // Mediafilosofiya: formirovaniye distsipliny // Mediafilosofiya. Osnovnyye problemy i ponyatiya / pod red. V.V. Savchuka. – SPb., 2008. – S.34–38.

3. Eko Umberto. Ot Interneta k Guttenbergu // Umberto Eko; per. s angl. L.V. Eim // Izdatelskoye delo i redaktirovaniye. Teoriya: metodika, praktika. – 2000. – Vyp.4. – S.9–29.
4. Approaches to Popular Culture / [ed. By C. W. E. Bigsby]. – L.: Edward Arnold, 1976. – 280 p.
5. Australia National Commission for UNESCO. Entertainment and Society. – Canberra: Australia National Commission for UNESCO, 1977. – 242 p.
6. Bennett T. Theories of the media, theories of society / T.Bennett // Culture, society, and the media / edited by M.Gurevitch, T.Bennett, J.Curran, J.Woollacott. – London; New York: Methuen, 1982. – P.30–55.
7. Briggs C.L. Anthropology, Interviewing, and Communicability in Contemporary Society / C.L. Briggs // Current Anthropology. – 2007. – Vol. 48, №4. – P.551–580.
8. Cherry C. World Communication: Threat or Promise? A Socio-Technical Approach / C.Collin. – NY: Wiley-Interscience, 1971. – 229 p.
9. Handbook of Communication / [ed. by Ithiel de Sola Pool]. – Chicago: Rand McNally College Pub. Co., 1973. – 1011 p.
10. Mankiewicz F. Remote Control: Television and the Manipulation of American Life / F.Mankiewicz, J.Swerdlow. – NY: Times Books, 1977. – 308 p.
11. McQuail D. Toward a Sociology of Mass Communication / D.McQuail. – London: Collier-Macmillan, 1969. – 122 p.
12. Media anthropology / [edited by Eric W. Rothenbuhler, Mihai Coman]. – Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2005. – xii, 350 p.
13. Media Sociology: A Reader / [ed. by J. Tunstall]. – London: Constable, 1970. – 574 p.
14. Mendelson H. Mass Entertainment / H.Mendelson. – New Haven, Conn: College and University Press, 1966. – 203 p.
15. Propaganda and Communication in World History / [ed. by Harold D. Lasswell, Daniel Lerner, Hane Speier]. – Honolulu: East-West Center by the University Press of Hawaii, 1979. – 631 p.

16. Reader in Public Opinion and Mass Communication / [ed. by M.Janowitz, P.M. Hirsch]. – NY: Free Press, 1981. – 440 p.
17. Siepmann C.A. Radio, Television and Society / C.A. Siepmann. – NY: Oxford University Press, 1950. – 410 p.
18. Sociology of Mass Communication: Selected Readings. – Harmondsworth: Penguin, 1972. – 477 p.
19. The Process and Effects of Mass Communication / [ed. by W.Schramm and D.F. Roberts]. – Urbana: University of Illinois Press, 1971. – 997 p.
20. Williams R. Culture and Society, 1780–1950 / R.Williams. – NY: Harper and Row, 1966. – 362 p.