

УДК 316.28 : 331.104 : 008

Олександр Виходець



**ПРО ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
НА ПІДСТАВІ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ПРОБЛЕМИ**

Автор розглядає певні проблеми аналізу соціальних комунікацій в ЗМІ щодо підвищення загальної культури.

Ключові слова: *аналіз, інформація, комунікації, культура, соціальні.*

Автор рассматривает некоторые проблемы анализа социальных коммуникаций в СМИ для повышения общей культуры.

Ключевые слова: *аналіз, інформація, комунікації, культура, соціальні.*

The Author analyse some Media social communication problem for increase general culture.

Key words: *analyse, information, communication, culture, social.*

Аналізування культури ЗМІ за допомогою моделей комунікації слід віднести до соціального хронотипу, для якого характерний рух сенсів у соціумі; поведінка, взаємини й результати діяльності членів цього соціуму, значною мірою, залежать від культури.

Для цього необхідна інформація, яка рекомендована в [3] у вигляді послідовних етапів — програма дослідження, збір інформації, візуалізація проблеми.

Дослідження систем культури має певні труднощі. Так, відсутня матеріальна складова. У зв'язку з цим, особливого значення набуло питання формулювання сенсу соціальних і культуруотворюючих чинників, сенс яких повинен не лише бути чітким, але й відображати знання, уміння, досвід, емоції, стимули співробітників [5].

Головним питанням дослідження культури є постановка проблеми, яка повинна бути пов'язана з характеристикою діяльності.

ЗМІ було обрано тому, що їх діяльність, значною мірою, впливає і на розвиток суспільства, і на його політичну стабільність. Тобто, загальна культура соціуму, до певної міри, залежить від культури

ЗМІ. У свою чергу, культуру ЗМІ слід розглядати, як сукупну характеристику культури окремих співробітників.

При дослідженні поставленої проблеми можливе використання соціально-комунікативного моделювання, математико-статистичних методів, формалізація та систематизація, інтерпретація, також вимір.

Питання вивчення соціальних комунікацій слід розглядати і з позицій соціології, і з позицій менеджменту. Менеджмент управління розглядає широкі питання організаційного і соціально-економічного плану.

Підтвердженням цього служить видання в США журналу «Економіка і соціологія».

Комплексний підхід дає можливість вивчити вплив на культуру окремих блоків — соціологічних, економічних, політичних, психологічних, організаційних. Це, в результаті, приводе до декомпозиції, тобто, складний динамічний процес культури буде представлений у вигляді окремих питань спрощених складових, культура яких може бути описано оперативно і з достатньою вірогідністю. Такий похід до проведення дослідження підкреслює важливість висунення гіпотез, експеримент та їх перевірку з наступним коригуванням (кореляцією) в якісному й кількісному сенсі.

Загальна блок-схема управління дослідженням представлена на рис. 1.1. З цієї схеми випливає, що створенню загальної теорії культури організації передують, також, вивчення зовнішнього середовища організації і її культури, куди входять культури продажів, переміщення в просторі, дорожнього руху, культура спілкування з випадковими суб'єктами, відношення до своїх і чужих матеріальних цінностей і тому подібне.

Перед усім необхідно ввести поняття «Культури ЗМІ», під якою слід розуміти сукупність ідеологічних чинників і поведінкових характеристик для підвищення використання творчих ресурсів і видавничих можливостей для підвищення загальної культури і політичної свідомості населення.

Аналіз проблемної ситуації ґрунтується на виявленні протиріч, характерних для сьогоденного стану суспільства. Найважливішими з них є наступні:

- протиріччя між рівнем життя і державною політикою,
- протиріччя між ментальністю (інтелектом) особи і його культурою,

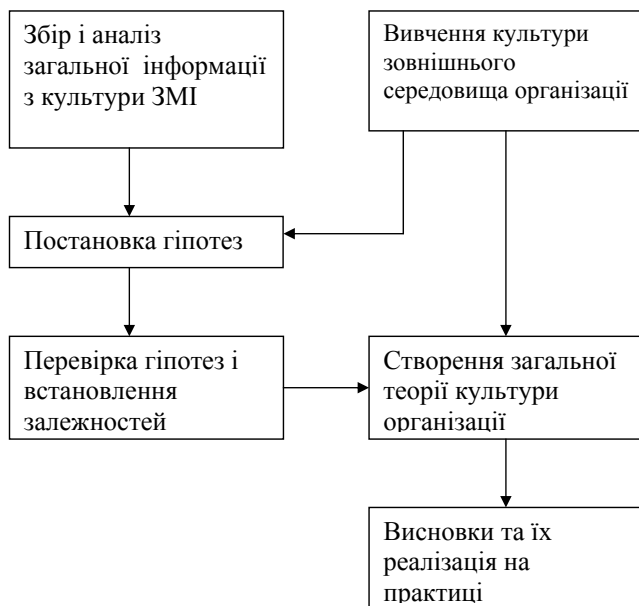


Рис. 1.1. Блок-схема управління дослідженням

– протиріччя між культурою особи та його матеріальним становищем,

– протиріччя між знаннями й можливістю задоволення потреб.

Теорія культури — це база для емпіричних досліджень багатокутних залежностей соціальних комунікацій [1]. Які дають не лише чітке уявлення про культурологічні угруповання. Але і представляють, в перспективі, основу для створення математичних (розрахункових) взаємозалежностей. Експертне опитування в малій групі дає уявлення про соціометричні результати [2].

Методологія формується з пізнання та аналізу комунікативних систем на основі теоретичних і функціональних структурних підходів. Структурний підхід характеризується стабільністю системи культури. Функціональний підхід припускає наявність чинників культури з метою виявлення функцій угруповань культури. Взаємозв'язок функцій і процесу має прикладне значення [4] при протиріччях в соціальній структурі, наприклад, при міжособових комунікаціях.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Виходець О. М.* Соціальні комунікації в культурі української організації / О. М. Виходець. — Одеса : Олтех, 2005. — 285 с.
2. *Зайчук В. О.* Економічна освіта молоді і дослідження впливу соціуму на особистість / ред. кол. Задихайло Д. В., Кібенко О. Р., Назарова Г. В. — Луцьк : Вежа, 1999. — 299 с.
3. *Лапина Т. А.* Корпоративная культура / Т. А. Лапина — Омськ : Изд.ОМГУ, 2005. — 96 с.
4. *Мурылев В. А.* Теоретическая культурология / В. А. Мурылев // Аналитика и культурология. — 2008. — № 1 (10). — С. 26–32.
5. *Петров Л. В.* Массовая коммуникация и культура. Введение в теорию и историю / Л. В. Петров. — СПб., 1999. — С. 15–34.

Ніна Зражевська



КУЛЬТУРНІ ВІЙНИ В КОНТЕКСТІ МЕДІАКУЛЬТУРИ

У статті аналізується поняття «культурна війна». Поняття культурної війни вводиться в контекст медіакультури. Показано принципи ведення такої війни, розкрито феномен медіавійни, а також, у якій якості виступають культурні війни в історичному контексті.

Ключові слова: медіакультура, культурні війни, медіавійни, комунікаційний інжиніринг, ідеологія, політика, маніпуляція, глобалізм.

В статье анализируется понятие «культурная война». Понятие культурной войны вводится в контекст медиакультуры. Показаны принципы ведения такой войны, раскрыт феномен медиавойны. Показано, в каком качестве выступают культурные войны в историческом контексте.

Ключевые слова: медиакультура, культурные войны, медиавойны, коммуникационный инжиниринг, идеология, политика, манипуляция, глобализм.

The article examines the concept of «cultural war». The concept of the culture war introduced in the context of media culture. The principles of such a war, a phenomenon discovered media war. Shown, which serve as a cultural war in historical context.

Key words: media culture, culture wars, media war, communications engineering, ideology, politics, manipulation, globalism.

Розглядаючи медіакультуру через критичну теорію, необхідно звернути увагу на таке явище, як культурні війни. Культурні війни сучасності безпосередньо пов'язані з такими технологіями як комунікативний інжиніринг, пропаганда, маніпуляції, а також технологіями в галузі освіти, виробництва масових товарів, індустрії моди, кіно, музики, ЗМІ та ін. *Основне завдання статті* — довести, що культурні війни є частиною загальної медіакультури, а не тільки різновидом інформаційної війни. Спробуємо також описати деякі з таких війн, розкрити їх сутність і вплив на медіакультуру загалом. На нашу думку, культурні війни, з одного боку, війни ідеологічні, політичні, з іншого, це війни економічні. Обидві сторони цього явища поєднані або пря-

мо, або опосередковано. Медіакультура як панівна, більш впливова сьогодні галузь культурного та ідеологічного виробництва, активно залучена в процес культурних війн, а інколи стає основним полем їх битви.

Словосполучення «культурні війни» стало популярним відносно недавно — в 1980-ті роки. Політики часто використовують його як ключове слово політичної програми. Як зазначає В. Ванчугов, в історії США в числі найбільш яскравих прикладів культурних воєн — знаменитий «мавпячий процес», коли в 1925 році вчитель Джон Скопс \ John Scopes був визнаний винним у тому, що викладав теорію еволюції Чарльза Дарвіна, яка в той час була заборонена в штаті Теннесі, оскільки суперечила біблійній версії створення людини. Це судовий розгляд було розцінено прихильниками науки і модернізації як велика перемога, оскільки виступали на процесі свідки змогли поставити під сумнів буквальну інтерпретацію біблійних текстів. Пізніше релігійні фундаменталісти безуспішно намагалися заборонити викладання теорії еволюції в інших штатах [3].

Культурну війну визначають по-різному: культурна війна — різновид психологічної агресії, культурна війна — різновид ідеологічної боротьби, культурна війна — різновид аксіологічної боротьби, культурна війна — геополітична боротьба, культурна війна — духовне протистояння.

Ми вважаємо, що культурна війна — це, по-перше, частина інформаційної війни, по-друге, вона здебільшого сьогодні представлена й у медіавійнах. Культурні війни та медіавійни є невід'ємними частинами медіакультури. Вони розгортаються навколо різних контентів і мають різні рівні: економічний, освітній, релігійний, ідеологічний, політичний, міфологічний, ціннісний, національний, культурний, психологічний, духовний. Культурні війни часто переносяться в площину медіавійн: реклами і антиреклами в ЗМІ, пропаганди і контрпропаганди.

Щодо ідеологічної площини, то в цьому випадку культурна війна спрямована на руйнування фундаментальних світоглядних орієнтирів великих груп людей і зміни їх на інші вигідні протилежному боку.

Культурна війна здійснюється за допомогою трансформації культурних орієнтирів: інтерпретації історії, трансформації мови, створення нових героїв, розриву устояних культурних зв'язків та ін. [4].

Культурні війни відбувалися завжди, але лише в середині ХХ ст. вони почали осмислюватися, особливо у зв'язку із збільшенням ролі медіа і значення інформаційного впливу, які ставали все більш продуктивним у зв'язку із розвитком інформаційних технологій. Вічна боротьба між консерваторами та лібералами, правими й лівими, славянофілами та западниками, комуністами і демократами в ХХ ст. набула нових форм у зв'язку з новими можливостями впливу і новими засобами опору. Ці нові засоби були новими на той час медіа, такі як, насамперед, телебачення, згодом — Інтернет. Боротьба за інформаційний простір — це перший засіб ведення інформаційної війни. Тому тут конкуренція виникає на рівні захоплення ефіру, тобто телестудій, редакцій, блокування сайтів і т. п. Другий засіб — це робота з контентом, це засоби психологічного і пропагандистського впливу через ЗМІ. Третій спосіб — це зарахування інших засобів масової комунікації в арсенал інформаційної війни: освіта, культурна індустрія, політика, піар, реклама та ін.

Якщо звернутися до історії, то починаючи з 60-х рр. ХХ ст. як на Заході, так і в нас відбулася низка важливих змін в культурі та суспільстві. Це була епоха поступового соціального бунту з новими соціальними рухами, які швидко поширювалися і змінювали форми істеблішменту, суспільство і культуру, а також продукували нові контркультурні та альтернативні форми повсякденного життя. Це була ера «культурних війн» між лібералами, консерваторами та радикалами за реконструкцію культури й суспільства. Протягом 70-х років на Заході економічний спад, рецесія, яка була названа «постдефіцитним суспільством», були змінені дискурсом очікування, обмеженим зростанням економіки й потребою реорганізації економіки та суспільства.

Така реорганізація торкнулася більшої частини країн Заходу в 1980-х рр., які очолили консервативні уряди. Вони обмежили соціальні програми та розвинули військовий сектор, що спричинило федеральний дефіцит і призвело до несплати боргів. У цей час також відбувся колапс радянської комуністичної системи, закінчилася холодна війна. Обидві системи протягом цього часу створили потужну пропагандистську машину, епоху, де люди були залякані холодними й гарячими війнами, де залякування населення було добре відпрацьованою технологією.

Потужні воєнні машини з обох сторін і зброя масового знищення створили епоху, де бюрократи та циніки залякували населення, для

того, щоб воно сприйняло їх політику, яка в основному приносила користь їм самим, а в той же час відклала особливо потрібні соціальні реформи та потребу в більш справедливому соціальному порядку. Руйнування Берлінської стіни й розпад Радянського Союзу, здавалося, привели до закінчення цієї епохи, однак в результаті не була створена система миру й стабільності. Замість цього почалися національні та релігійні війни й принесли нову еру страху та нестабільності, де жодна політична сила була неспроможна запропонувати способи виходу з економічної рецесії, політичної нестабільності та культурного шоку.

У США культурні війни посилювалися, коли праві почали тиснути на представників політичної коректності, а медіакультура стала зброєю для атаки на прогресивні сили та ідеї.

Саме в цей час відбулася революція в галузі інформаційних технологій. Нові технології змінили повсякденне життя й дуже сильно реструктурували дозвілля та працю людей. Ці технології змінили форми праці й створили нові робочі місця, пропонуючи нові форми доступу до інформації, спілкування з іншими людьми, насолоди новою комп'ютерною публічною сферою. Але реальним фактом стало те, що нові медіа й комп'ютерні технології можуть нести протилежні демократії ефекти. Із одного боку, нові комп'ютерні технології забезпечують більшу різноманітність і автономність культури і більш можливостей для втручання альтернативної культури і ідей, з іншого боку, вони забезпечують новими формами спостереження й контролю, що може бути назване як втілення ідеї «Великого брата».

Нові медіатехнології також можуть забезпечувати нові форми соціального контролю, завдяки більш ефективним, тонко прихованим технологіям маніпуляції та індоктринації. Навіть саме їх існування може позбавляти політичної енергії і тримати людей всередині оселі, всередині своїх домашніх центрів розваг, подалі від місць масових політичних акцій.

Таким чином, сучасне суспільство та культура перебувають у стані постійного бродіння й змін, а конкуруючі теорії намагаються пояснити ці нові тенденції розвитку.

На Заході територією сперечання стають теорії, заангажовані культурними війнами між консерваторами, лібералами і прогресистами, зі спробами консерваторів відкинути прогресивний рух 60-х рр.

і нав'язати більш традиційні цінності й форми культури. Це критичні теорії, що походять із традиції неомарксистської парадигми, а також Західний світ та консервативні сили намагалися захопити гегемонію і політичну владу для того, що б ввести її в економічний, соціальний і культурний порядок денний. Вони використовують свою політичну й економічну владу, щоб винести на порядок денний культурні трансформації, повернути час до більш ранніх форм консервативного порядку. У США інтенсивні культурні війни тривають з кінця 60-х, коли вперше був здійснений напад на традиційні консервативні цінності й інститути. Річард Ніксон тимчасово встановив хитку консервативну гегемонію на початку 70-х рр., а його провал в Уолтергейтському скандалі запустив новий раунд культурних війн. Консервативна контрреволюція стала гегемоном в 80-х рр. і привела нових правих до перемоги над демократами, лібералами й іншими радикалами, що сповідували цінності 60-х рр.

Вайгель Джордж (Weigel, George) — католицький теолог, старший співробітник Центра етики й суспільної політики у Вашингтоні (США), вважає, що сьогодні відбувається на Заході два типи культурних воєн.

Перша із них — «культурна війна А» — це загострена модифікація наявного в Америці поділу на «червоні» і «сині» штати: війна сил постмодерна, що сповідають моральний релятивізм, і захисників традиційної моралі. Друга — «культурна війна В» — це боротьба за визначення природи цивільного суспільства, змісту толерантності й плюралізму й усвідомлення меж мультикультуралізма в старіючій Європі, де народжуваність, що опустилася нижче рівня простого відтворення, відкрила двері галопуючому росту мусульманського населення, що не страждає комплексами Старого Світу [2].

У СРСР культурні війни відбувалися в напрямку критики панівної ідеології в основному рухом дисидентів і націоналістичними рухами в різних колишніх республіках. Зрозуміло, що всі медіа були в руках у правлячої партійної еліти. Тому культурні війни відбувалися у вигляді самвидаву: «Дисидентський рух 1960–1980 років через самвидав доносив правду про суспільно-політичні події в Україні та за її межами, боровся проти національних утисків в СРСР, вказував вихід із становища в умовах духовного засилля і терору» [7, 216]. Пізніше, в часи перебудови засоби масової інформації почали відкрито

формувати національну свідомість, а заборонені культурно-духовні надбання переходили в площину української героїки [7, 268]. Культурні війни проти радянської держави та її ідеології відбувалися в глобальному медіапросторі через спеціальні радіостанції «Голос Америка» та «Свобода», а також через пропаганду західного стилю життя через предмети, речі, моду й стиль. Як вказує С. Кара-Мурза: «Речі (матеріальна культура) створюють навколишнє середовище, в якому живе середня людина. Вони несуть “повідомлення”, що мають потужний вплив на буденну свідомість. А якщо речі проектується з рахунком цієї функції як «знаків» («інформаційних систем із символів»), то в силу великих масштабів і різноманітності їх потоку вони можуть стати вирішальною силою формування повсякденної свідомості» [5, 64]. В умовах ізоляції та стандартизації життя радянських людей нові віяння Заходу сприймалися як вияв свободи. І сьогодні існують потужні сили імперської, комуністичної, ліберальної, націоналістичної ідеологій, які продовжують вести ідеологічну боротьбу за гегемонію в суспільстві. На їх фоні відбуваються війни за національну ідентичність або проти неї, за мультикультуралізм і проти глобалізму. І все це відбувається на фоні глобальних культурних воєн між Заходом і Сходом, мусульманською та західно-християнською цивілізацією, славяно-православними і греко-католиками, візантистами і європейцями і т. п. В основі цивілізаційних конфліктів, на думку С. Удовіка, «лежать більшою мірою не етнічні, релігійні або культурні відмінності, а наступні фактори — бідність і пов'язані з нею негативні наслідки: голод, епідемії... що призводять до пошуку ворогів, як правило, ними стають члени іншої етнічної групи; майнова нерівність різних етнічних груп; акцентування на “історичній несправедливості”, статусні відмінності, конкуренція за обмежені ресурси, соціальна конкуренція» [10, 322]. Спостерігається також потужний рух антиглобалістів, які виступають проти «глобальної гомогенізації» суспільства.

Із розпадом СРСР культурні війни посилилися на пострадянському просторі в зв'язку з геополітичними планами колишніх республік СРСР. В Україні сьогодні спостерігаємо культурні війни, що ведуться на ґрунті встановлення ідентичності нації. У цю війну задіяні всі структури сучасного українського соціуму: політика, номенклатура, мистецтво, мас-медіа, виробництво, наука.

Культурні війни нерозривно пов'язані з медіавійнами як ззовні, так і внутрішньо. Після помаранчевої революції стало зрозуміло, що культурні війни лише розпочалися. Революція 2004 р. — це було продовження боротьби проти наслідків тоталітаризму в країні та боротьбою за становлення ідентичності української нації. У галузі медіа такі війни відбувалися на рівні, зокрема, ідеологічного протистояння «5 каналу» і каналу «Україна». С. Квіт переконує, що: «Помаранчева революція була революцією цінностей» [6, 81]. Сьогодні культурні та медіавійни перенесені майже на всі головні канали телебачення і, відповідно, в пресу та інтернет. Медіавійни, як було зазначено вище, ведуться на різних рівнях, починаючи з прямої цензури, джинси, і завершуючи ідеологічним протистоянням політиків в медіапередачах.

Часто вони є результатом впливу редакційної політики, а інколи — політичного й ідеологічного протистояння. Наприклад, в «Телекритиці» читаємо: «Заступник голови Верховної Ради України Микола Томенко заявив, що події, пов'язані з візитом до України Патріарха Кирила, показали, що телеканал “Інтер” є інструментом для поширення російської ідеології на території України...»

Крім того, віце-спікера дивує той факт, що один із власників каналу, який є першим заступником голови СБУ і якого призначив Президент, замість того, щоб опікуватися захистом інформаційної безпеки України, на своєму каналі забезпечує пріоритет інформаційній політиці іншої держави [9]. Ідеологія стає основою культурної експансії, вважає він.

Приклад використання медіа як інструменту не тільки як ідеологічного, культурного впливу, а і психологічного, є стаття Н. Лігачевої «Посмотреть телевизор — и удавиться?» [8], вона називає теми перших 20 хвилин випуску «Подобиць» на «Інтері»:

- У результаті катастрофи вертольота МІ-26 в Афганістані загинули шість українців.
- Авіакатастрофа в Ірані (відео з місця події).
- За останні 10 років відбулося вже кілька трагічних випадків з літаками ТУ-154 (нарізка відео з місць катастроф).
- Іранський суд зняв всі обвинувачення в навмисному вбивстві із трьох американських військових (в Ірані тоді загинув український телеоператор Тарас Процюк).

- Українські ЗМІ повідомили про те, що в Одесі арештований еменський літак МУЛ-76 нібито зі зброєю на борті.
- У Раді нацбезпеки заявили, що збройовий скандал, пов'язаний із затримкою українського АН-12 у Нігерії, буде вичерпаний.
- У місті Ізмаїл Одеської області попрощалися із Сергієм Вартековим (власний сюжет каналу, із численними кадрами з похорону).
- Колишній нардеп-бютовець Віктор Лозинський користувався мисливськими вгіддями незаконно.
- У Києві арештовані двоє підозрюваних в організації вибуху в житловому будинку.

Н. Лігачева зазначає, що повідомлення видавала в ефір з абсолютно похмурим, без єдиної посмішки (яка й дійсно у такому контексті була б недоречною) ведуча Ірина Юсупова. Далі в програмі теж не було нічого особливо позитивного, але ці перші 20 хвилин були просто апофеозом суцільного негатива [8]. Журналістка допускає, що таким чином ведеться прихована психологічна обробка людей шляхом залякування на фоні критики одного з кандидатів в президенти. Взагалі технологія залякування добре спрацьовує для відволікання уваги й переключення на інші контексти. Наприклад, створення образу ворога дає можливість проводити внутрішню політику, або геополітику. Культурна війна переноситься в область міфологізації, символізації (приклад з червоним прапором у Львові). Насправді провокативні дії з залученням міфів і символів загострюють культурні війни, призводять до ідеологічного, культурного протистояння.

Культурні війни ведуться також в документальному та художньому кіно, радіо, телебаченні, Інтернеті. Журналіст Б. Бахтеев у статті «Як робиться пропаганда», критикуючи документальний фільм російських документалістів «Сухой закон. Схватка со змием» про сухий закон в СРСР у 1980-х рр. вказує, що режисер використовує тему алкоголізму як загальний дискурс, що охоплює всі республіки Радянського Союзу, в то час, коли ситуація не була такою однаковою в різних регіонах: «Цей момент, як і доведене до абсурду — на шкоду розкриттю теми — причісування всього СРСР під московську гребінку, затушовування розходжень між республіками й регіонами, можна вписати в підручники — як яскравий приклад ідеологічної обробки глядачів у неідеологічному, здавалося б, фільмі, що старанно уникав навіть чітко артикульованих оцінок політиків.

Як яскравий приклад впливу на підсвідомість глядачів. Зрозуміло, що при бажанні навіть кулінарну телепрограму можна нашпигувати сантиментами на адресу “союзу непоручника” і “зруйнованої америкосами великої країни”. Але зробити це так тонко, на перший погляд непомітно, щоб глядачі не здогадалися, що ними маніпулюють, — для цього потрібно й справді чимала майстерність» [1]. Про кіноіндустрію можна говорити окремо, оскільки вона сьогодні залишається одним із найвпливовіших культуротворчих чинників і часто виступає в якості експансиста в культурному просторі різних країн, особливо країн третього світу. Із цього боку кіно можна назвати також надто ефективною зброєю в проведенні культурних війн.

Медіакультура включає в свій контекст культурні війни як такі, що склалися на ґрунті релігій, культур і субкультур. Із іншого боку, в контекст культурних війн сьогодні активно включені комунікаційні технології пропаганди, конструювання новин, піар і реклама, всі форми маркетингу.

Культурні війни виступають як політичні війни (демократи і консерватори), війни ідеологій (ліві — праві), війни релігій (православ'я — мусульманство), війни цінностей (традиційні: традиційна родина-постмодерністські: фемінізм, мультикультуралізм). Медіакультура є основним полем ведення таких війн, і оскільки через медіа сьогодні відбувається найпотужніший вплив на свідомість, то вони і є головною зброєю їх ведення. Технології конструювання соціального життя все більше розвиваються. Разом із плюралізмом, демократизацією та мультикультуралізмом культивуються автократія, ізоляціонізм, нетерпимість до інакомислення. Результатом цього є використання або конструювання й культурних війн у сучасній медіакультурі.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Бахтеев Б.* Как делается пропаганда [Електронний ресурс] / Бахтеев Б. — Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/telekino/2009-11-10/49142>.
2. *Вайгель Д.* Две культурные войны в Европе [Електронний ресурс] / Д. Вайгель. — Режим доступу : http://www.perspektivy.info/oykumena/europe/dve_kult_voini.htm
3. *Ванчугов В.* Культурные войны [Електронний ресурс] / В. Ванчугов. — Режим доступу : <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/62666>

4. *Волга В.* Культурная война в Украине (2004–20??). Часть 1 [Электронный ресурс] / В. Волга. — Режим доступа : http://ppsls.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=215
5. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. — К. : Ори-яни, 2006. — 528 с.
6. *Квіт С.* Масові комунікації : підручник / С. Квіт. — К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. — 206 с.
7. *Колісник Ю.* Формування суспільної свідомості журнальною періодикою УРСР (1950–1980 рр.) / Ю. Колісник. — Черкаси : Вид-во Чабаненко Ю., 2008. — 290 с.
8. *Лігачева Н.* Посмотреть телевизор — и удавиться? [Электронный ресурс] / Н. Лігачева. — Режим доступа : <http://www.telekritika.ua/nl/2009-07-16/46864>.
9. Микола Томенко назвав «Інтер» інструментом поширення російської ідеології [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/news/2009-08-03/47110>
10. *Удовік С.* Глобализация. Семиотические подходы / С. Удовік. — М. : «Рефл-бук», «Ваклер», 2002. — 461 с.