

**ВЛИЯНИЕ МАСС-МЕДИА НА СОЗНАНИЕ ЧЕЛОВЕКА
В ПЬЕСАХ АЛЕКСАНДРА МАРДАНЯ**
**WPŁYW MASS MEDIÓW NA ŚWIADOMOŚĆ CZŁOWIEKA
W SZTUKACH ALEKSANDRA MARDANIA**
**THE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON THE HUMAN'S
CONSCIOUSNESS IN ALEXANDER MARDAN'S PLAYS**

Maria Sibirnaya

Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów – Polska,
maria.sibirnaya@gmail.com

Abstract: Nowadays the influence comprehension of the mass media as one of the most significant factors affecting contemporary culture, acquires the special significance. All kinds of new information receiving by media channels obtain the stereotyped, frequently repeatedly cultural and axiological orientations, which become fixed in people's consciousness. Skillful manipulation of information makes the power of suggestion from mass media practically unlimited. Therefore, the public opinion is created by the mass media. Being so closely intertwined with the mass media, the modern mass culture is coming through all elements of people's lives. Moreover, it appears in the literary works, which reflect the influence of the mass media on the consciousness, mentality, point of view and decisions of the literature characters, using their set example in the literature. Odessian playwright Aleksander Mardan presents his characters in the context of the events, which entails new circumstances both due to the characters decisions and out of more extensive economic and political changes. One may notice the presence of mass media in the form of music, information broadcasts and press almost in all Mardan's play. One may track out the influence on the character's consciousness and reveal the difference between the official version and what happened in the real life. Using the performance tool, there is the action in the play showing the influence of the stereotypes implicated by the mass media. The performance reveals not only the stereotypes affection influencing the mentality of the characters, but also the viewers whose interpretation of the play's direction is not always critical enough. Therefore, the question about the relationship between the society and mass media, about the level of freedom in mass media from the society and concerning the influence exerted by mass media on the modern culture and the human's consciousness is repeatedly presented in Alexander Mardan's plays.

Ключевые слова: масс медиа, стереотипы сознания, пьесы Александра Мардана.

Słowa kluczowe: mass media, stereotypy świadomości, sztuki Aleksandra Mardania.

Keywords: mass media, stereotypes of human consciousness, Alexander Mardan's plays.

Осмысление влияния средств массовой информации (СМИ) как одного из наиболее существенных факторов, оказывающих воздействие на современную культуру, приобретает сегодня особое значе-

ние. Качество информационных технологий и их использование все в большей степени определяют характер жизни общества, оказывают исключительно большое влияние как на жизнь общества в целом, так и на социально-психологический и нравственный облик каждого из членов этого общества. Всякая новая информация, поступающая по каналам СМИ, несет в себе стереотипы, многократно повторяемые культурные ориентации и ценностные установки, которые закрепляются в сознании людей. Таким образом, благодаря СМИ формируется общественное мнение — состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение различных социальных общностей к проблемам, событиям действительности¹. Манипулирование информацией со стороны СМИ создает возможность не только формировать общественное мнение, но и влиять на него посредством гипнотизации и зомбификации общества.

Роль средств массовой информации и их влияние на человека являются обширным актуальным предметом исследования социологов, культурологов, журналистов, филологов, цель которых состоит в многоаспектном анализе деятельности СМИ и выявлении факторов, способствующих их влиянию на массовое сознание. Поскольку СМИ стараются освещать значимые для общества проблемы и во многом рассматривают их с точки зрения общественного мнения, можно сделать вывод, что и общественное мнение может определять деятельность СМИ. Но и само общественное мнение формируется под воздействием СМИ и других различных факторов².

Массовая коммуникация, приобретающая все новые формы вследствие увеличения объема информации, характерна для урбанизированных территорий с большим скоплением людей. Термин понимается как процесс производства массовой информации, а также ее дальнейшего распространения при непосредственном общении, или как использование СМИ для распространения информации на численно большие и рассредоточенные аудитории. Воздействие СМИ на субъекта-носителя массового сознания при совершенствовании технических возможностей передачи и воспроизведения информации существенно увеличило это влияние. Умелое манипулирование информацией делает возможности внушения

¹ „Происхождение термина «общественное мнение» английское. В 1759 г. его впервые употребил в парламентской речи Джон Солберн” (см. электронный ресурс: https://ru.wikipedia.org/wiki/Общественное_мнение (10.01.2017.)).

² А. А. Чичановский, *Инстанция истины: СМИ и жизнь: возможность, поиск, ответственность*, Политиздат, Москва 2007.

со стороны СМИ практически безграничными, это привело к тому, что индивиды, составляющие массу, стали жить в мире „информационных фантомов“, насажденных медиа³.

Культурологи отмечают распространение во всем мире с середины XX века процессов стандартизации повседневной жизни людей. Утрачивая свою индивидуальность, человек растворяется в толпе и легко становится жертвой манипуляций, подтверждая понятие „человек массы“. Именно его, „человека массы“, Хосе Ортега-и-Гассет сделал главным „персонажем“ блестящего по форме философского эссе *Восстание масс* (1930). Он писал:

Ни одна власть в мире никогда не покоилась ни на чем, кроме общественного мнения... У большинства людей мнения нет, мнения надо им дать, влить как смазочное масло в машину⁴.

В кризисные периоды исторического развития люди в состоянии социального беспокойства особенно подвержены внушению, легко откликаются на различные новые стимулы и идеи, а также более податливы влиянию пропаганды.

Современная массовая культура настолько тесно переплетена с масс-медиа, что трудно выделить в ней какие-либо автономные области: „Текст массовой культуры быстро „переводится“ на языки различных медиа: бестселлеры трансформируются в телесериалы (и наоборот), песни существуют в форме клипов, на основе популярных фильмов тут же создаются компьютерные игры“⁵.

Таким образом, популярная культура, проникая во все сферы человеческой жизни, также проявляется в литературных произведениях, которые на примере представленных персонажей отражают влияние масс-медиа на их сознание, ментальность, взгляды и решения, тем самым подчеркивая значительное влияние СМИ на психологию человека.

Одесский драматург Александр Мардань в своих произведениях часто представляет героев в контексте явлений, которые несут за собой новые жизненные обстоятельства, возникшие как в связи с личными решениями героев, так и вследствие более масштабных экономических и политических перемен. Довольно частым элемен-

³ Т. В. Конюхова, *Влияние СМИ на массовое сознание в информационном обществе*, „Фундаментальные исследования“ 2005, № 3, с. 71–72.

⁴ Г. Ю. Чернов, *Сущность культурцентристского (ортегианского) подхода к массовым явлениям*, [в:] электронный ресурс: <http://psyfactor.org/lib/chernov4.htm> (01.04.2017).

⁵ Е. Н. Шапинская, *Массовая культура в контексте современных социальных процессов*, [в:] *Основы культурологии*. Учебное пособие для ВУЗов, под ред. И. М. Быховской, Москва 2005, с. 294–313.

том в пьесах является отображение мышления и всех жизненных событий героев на определенном отрезке времени для того, чтобы проиллюстрировать некую зависимость происходящего в фиктивном пространстве от внешних событий в стране и мире. Обо всех аспектах, влияющих на персонажей, мы узнаем как из главного текста, так и ремарок автора, которые также формируют представленные картины мира художественного пространства пьесы:

Комната в хрущевке — гостиная, она же столовая, она же кабинет. Интерьер, по которому можно проследить всю историю этого жилья. На стенах — фотографии в рамочках. Типичная советская мебель: стенка с хрусталем, диван, ковер на стене. В центре комнаты стоит ведро, в которое с ритмичным звуком падают капли⁶.

Присутствие масс-медиа в виде музыки, информационных передач, а также прессы можно отметить почти во всех пьесах Мардана. Прослеживается их влияние на сознание героев или выявляется отличие между официальной версией событий и тем, что происходит в жизни на самом деле.

Первая пьеса Мардана *Лист ожидания* представляет события, которые происходят в течение двадцати пяти лет. Благодаря продукции масс-медиа можно восстановить исторический контекст событий, в которых разворачивается история любви героев. Так, в начале пьесы мы узнаем о реальности Советского Союза не только благодаря типичному интерьеру номера гостиницы 1975 года, но также посредством сообщений по „радиоточке“, передающей гимн СССР и новости „о трудовых победах строителей БАМа“. Ритмические фразы, лозунги, клише из телевизионных передач, пропагандирующие успехи советских трудящихся, противопоставляются высказываниям героя, настроенного критически по отношению к советской власти. Также заметна ирония автора в указании на различия между советскими масс-медиа и „тлетворным влиянием Запада“, которое, в данном случае, осуществляется в нелегальном просмотре порнофильма на видеомагнитофоне:

ОН: [...] Знаешь, как у нас борются с тлетворным влиянием? Приходит милиция и выкручивает в парадном пробки.

ОНА: Зачем?

ОН: Да-а, воздух свободы... А затем, что когда они с понятами входят в квартиру, (Костя зажимает себе пальцами, как прищепкой, нос и измененным голосом переводчика видео продолжает) „Эммануэль“ еще в видике. Встать, суд идет! Пять лет за распространение порнографии. [...]

⁶ А. Мардань, *Последний герой*, [в:] Его же, *Пьесы „У нас не все дома“*, Изд-ство Рада, Киев 2016, с. 259–308.

(Костя включает телевизор, переключает каналы. На одном из них – встреча Горбачева с трудящимися. Слышны фразы: „Главное – начать, но процесс уже пошел“. Женский голос: „Михаил Сергеевич, вы только будьте к народу поближе!“ Горбачев: „Куда же еще ближе, товарищи?“). Наконец, Костя подключает видеоманитофон, раздаются характерные охи и вздохи, и через несколько секунд в номере гаснет свет)⁷.

В постсоветские годы все воспоминания о прошлом в литературе или искусстве наполнялись идеологической догматикой, наигранностью и утопичностью, основанной на стереотипах и клише, связанных с тоталитарным сознанием, советской пропагандой и советскими масс медиа.

В пьесе указаны также два события, существенно повлиявшие на состояние мировой истории, а также на обыкновенную жизнь героев. В 1998 году, во время путешествия в Венецию, Константин и Вера весь день не включают мобильные телефоны и поэтому узнают о внезапной девальвации („дефолте“) только вечером. Информация об экономическом кризисе внезапно меняет всю обстановку встречи героев, а мы можем обратить внимание на существенное влияние СМИ, благодаря которым информация о политических и экономических изменениях быстро распространяется по странам и континентам. Подобным образом представляются и события 11 сентября 2001 года. Вера, находясь в гостиничном номере, узнает о случившемся в США террористическом акте из телевидения. Паника, возникшая из-за невозможности связаться с Константином, который как раз находится в Нью-Йорке, проходит только после налаженного с ним контакта по мобильной связи. В отличие от других картин в пьесе, данная сцена одновременно представляет пространство двух разных городов и даже стран, что указывается в ремарке автора:

Половина сцены затемнена. На второй половине – гостиничный номер. Вера сидит в легком халатике, на голове у нее – чалма из махрового полотенца, на лице – темная косметическая маска. Она листает журнал, поглядывая на настольные часы. Звонит телефон. [...] На второй половине сцены зажигается свет. Теперь на сцене – два гостиничных номера, между которыми – двуспальная кровать, которая объединяет и в то же время разделяет комнаты. Во второй номер входит Костя. Он набирает номер на мобильном телефоне⁸.

Такое сценическое решение, представляющее двух персонажей в разных концах мира, но в то же время разговаривающих по теле-

⁷ А. Мардань, *Лист ожиданий*, [в:] Его же, *Пьесы „У нас не все дома“*, указ. соч., с. 395–445.

⁸ Там же.

фону, позволяет осмыслить, как изменился мир вследствие развивающихся технологий и, прежде всего, мобильной / сотовой связи, благодаря которой можно поддерживать личные контакты на расстоянии и передавать информацию.

В пьесе *У нас не все дома* происходит своеобразный конфликт между официальной информацией, передаваемой масс-медиа, и реальным ходом событий в стране и в жизни героев:

Софья Андреевна поправляет кактусы на полке, подходит к столику, берет пульт, включает телевизор, увеличивает громкость и уходит на кухню.

ДИКТОР: Более половины трудовых мигрантов работает за границей нелегально, что приводит к нарушению их прав — это ненормированный рабочий день, несоблюдение техники безопасности, несвоевременная выплата зарплаты⁹.

Тема пребывания нелегальных трудовых мигрантов в США, о которой постоянно говорят по телевизору, прослеживается в поведении и высказываниях одной из героинь пьесы, Али, бывшего врача-психиатра, вынужденной эмигрировать за границу и стать уборщицей, чтобы заработать средства на лечение внучки.

Софья Андреевна возвращается с бутылочкой корвалола и рюмкой в руке, капают в рюмку, считая капли, ставит бутылочку на столик, продолжая слушать диктора.

ДИКТОР: Медицинская помощь, как правило, предоставляется нелегально, то есть о нормальном лечении речь не идет, при этом высока опасность летального исхода.

Софья Андреевна убирает звук телевизора.

СОФЬЯ АНДРЕЕВНА: Как говорила моя мама: „Не про нас сказано“. (Выпивает лекарство). Первую — до дна, вторую — натоцк¹⁰.

Реакция Софьи Андреевны на новости свидетельствует о ее манере фильтровать информацию официальных новостей, так как она понимает, как дела обстоят на самом деле. За годы жизни в СССР Софья Андреевна привыкла не воспринимать реально все то, о чем говорилось в новостях. Она продолжает по-своему „делить пополам“ и то, что передают американские СМИ.

С другой стороны, в разговорах героинь постоянно прослеживается влияние советской пропаганды. Реалии американской жизни героини воспринимают через призму „былой жизни“ — молодости, проведенной в СССР:

⁹ А. Мардань, *У нас не все дома*, [в:] Его же, *Пьесы „У нас не все дома“*, указ. соч., с. 5–47.

¹⁰ Там же.

СОФЬЯ АНДРЕЕВНА: Нет, Аля, мне, как и многим другим, хочется не в Советский Союз, а в свою молодость... В Союзе до самой старости жили для детей. Тут по-другому. Детей вырастили и все, у них своя жизнь. А у стариков свои желания.

АЛЯ: Тут и старики на стариков не похожи...

СОФЬЯ АНДРЕЕВНА: Старость это не тогда, когда болят ноги и плохо видят глаза, а когда живешь только прошлым. Поэтому есть старики в двадцать и молодые в девяносто... А я хочу увидеть Париж — и не умереть!

АЛЯ: Вряд ли я себе смогу это позволить.

СОФЬЯ АНДРЕЕВНА: В Америке мне быть старой не страшно. Лучшая проверка на человечность — это отношение общества к старикам...¹¹

Если Софья Андреевна способна взглянуть на социалистические времена критически, то Аля жалеет о прошлом, „американская жизнь” ей не нравится:

АЛЯ: Вы довольны, что прие — тоже не рай. Хотя все улыбаются, и по поводу и без повода...

Но при Союзе было лучше. Меньше дразнящих факторов. Спокойно было, не то что сейчас. Воюем с братским народом. У нас же теперь все стали независимыми, с голым задом, правда!

СОФЬЯ АНДРЕЕВНА: Ну, это ты преувеличиваешь.

АЛЯ: Вы телевизор не смотрите или у вас не показывают наших каналов?

СОФЬЯ АНДРЕЕВНА: Показывают, еще как показывают. Только я стараюсь новости не смотреть...¹²

Автор как бы сознательно противопоставляет в пьесе, с одной стороны, влияние масс-медиа на сознание людей: советская пропаганда о том, что „социализм — благо для всех”, или американская пропаганда об „американском рае для каждого”, а с другой стороны — психология взаимоотношений между реальными людьми, когда ценятся порядочность и чувство взаимопомощи. Таким образом, напрашивается мысль о том, что, несмотря на усилия СМИ и официальной пропаганды, человек может оставаться человеком в каждом обществе, если для него важны моральные, христианские нормы.

В свою очередь, в пьесе *Последний герой* не только обращается внимание на влияние масс-медиа на сознание человека, но также весь сюжет пьесы разворачивается в форме реалити-шоу. Мардань повторяет принципы массовой беллетристики, используя прочно вошедшие в массовое сознание клише и направляя на них свою авторскую иронию. Название реалити-шоу также подзаголовок пьесы

¹¹ А. Мардань, *У нас не все дома*, [в:] Его же, *Пьесы „У нас не все дома”*, указ. соч., с. 5–47.

¹² Там же.

сы, что может выявить желание драматурга показать, как действительность заменяется игрой, симулякрами и т. п. Главной мыслью реалити-шоу под названием *Последний герой*, в котором участники живут на необитаемом острове, является еженедельная элиминация участников „по закону джунглей”. Начало представления сопровождается звуком этой передачи, которую смотрит героиня Катя:

В углу – телевизор, развернутый экраном от зрительного зала. Перед экраном застыла девушка... Девушка держит в руках свитер и неотрывно смотрит на экран. Мужской голос вещает: „Лена. Лена. Вика. Олег. Наташа. Вика. Вика. Михаил. Вика”. Голос умолк. Девушка издает победный клич, хватается телефонную трубку, набирает номер¹³.

Следует обратить внимание на объединение двух поколений в переживании за судьбы жителей острова, а точнее, за то, „кого выгонят в следующий раз”. Вопрос озадачивает как Катю вместе с ее молодым человеком, так и пожилую соседку героев – Сталину Петровну. Будучи очевидцем далеких, оставшихся в прошлом, событий, пенсионерка воплощает собой традиционность, консерватизм, но и в то же время она поглощена просмотром реалити-шоу, что свидетельствует о масштабном влиянии современных СМИ на сознание как молодежи, так и людей старшего поколения.

Сам сюжет пьесы очень жизненный, будто услышанный в масс-медиа, по своей структуре также напоминает сценарий реалити-шоу. Квартира, на стенах которой запечатлена история поколений, живущих в ней, постепенно разрушается вследствие многолетней эксплуатации. В то же время бросаются в глаза семейные проблемы жителей квартиры: отсутствие материальных средств, несогласие между поколениями (родителей и их дочери), а также непрочный брак Людмилы и Виктора.

Образ главного героя Виктора сочетает в себе способ мировосприятия „реликта прошлого” и облик легендарного „последнего героя”. Таким образом, осуществляется воплощение авторской мысли: действие в пьесе развивается по модели реалити-шоу *Последний герой*, а Виктор и является „последним героем”, единственным „не сдавшимся” участником игры, в которую превращается довольно обыкновенная ситуация нашего времени: выселение жильцов из дома, подлежащего сносу. Аналогичными являются также условия, в которых происходит „игра”: в телевизионной передаче это дикие джунгли, необитаемый остров, а в пьесе – постепенно разрушающийся жилой дом.

¹³ А. Мардань, *Последний герой*, [в:] Его же, *Пьесы „У нас не все дома”*, указ. соч., с. 259–308.

Виктор представлен в качестве модели несуществующего более советского человека, объединяющего в себе все утраченные качества, присущие людям прошедшей эпохи. Одним из таких качеств является своеобразный героизм, не позволяющий герою сдаться в борьбе за обретение достойной жизни и настоящей личности. Целью создания автором такого типа героя может быть представление иллюзии советского героизма, присущей массовому сознанию, как следствие влияния советской пропаганды, представленной в печати, радио, телевидении, кино, театре и литературе прошедшей эпохи.

Жилой дом, в котором живут герои, также обретает сакрализованый характер. В свое время жильцы практически самовольно вселились в этот дом и отстаивали право на проживание в нем в течение полугода (спустя полгода жильцам выдали ордера), эта героическая история всегда сравнивалась с военным сражением под Сталинградом.

Автор иронично представил аналогию между историческим событием (защита Сталинграда), присутствующим в сознании героев, и передачей реалити-шоу *Последний герой*, популярной в наше время. Таким образом, героизм людей, переживших войну, о чем постоянно напоминала официальная пропаганда советского периода, противопоставлен современной концепции СМИ, предлагающей наблюдать „героизм“ на экране телевизора в реалити-шоу.

В последнее время телевизионные передачи, такие как реалити-шоу и ток-шоу, очень популярны и являются своего рода театральным действием, порождающим некую псевдо- или фиктивную реальность. В ток-шоу то, что зрителю кажется импровизацией или внезапно выявившимися фактами, на самом деле не что иное, как точно продуманный сценарий, который зрители-актеры воспроизводят в студии, почти так же, как театральные актеры играют свои роли на сцене.

В пьесе *Кошки-мышки* заметны элементы интриги и элементы скандальности ток-шоу, которые, как и телевизионные передачи, влияют на сознание зрителей, формируют общественное мнение. Автор, таким образом, старается показать важные проблемы психологического и этического характера, значимые и актуальные для общества.

Ситуация скандала в сюжете пьесы *Кошки-мышки* еще более усиливает сходство театрального переживания, перформанса и ток-шоу. Зритель сталкивается со скандальными проявлениями героев уже в начале пьесы: под видом массажистки пришла в дом журналистка Елена, которая пытается собрать материал для сенсационной статьи об актрисе Тамаре Леонидовне и ее бывшем муже – ак-

тере и режиссере, народном артисте России, юбиляре Валентине Ивановиче Платонове, отношения между которыми окутаны скандальной атмосферой после развода.

[Лена] ...Поворачивается к сумке, которая лежит на полу, и наклоняется к ней. Из кармана халатика на пол падает диктофон. Хозяйка поворачивается на стук. Смотрит на упавший предмет. Пауза... Лена хочет взять диктофон, но Хозяйка успевает первой поднять его...¹⁴

Развитие событий таким образом привлекает внимание зрителей и повышает популярность пьесы так же, как глянцевого журнала и ток-шоу обычно повышают свой рейтинг популярности.

В итоге, журналистка открывает правду, объясняя истинные мотивы своих действий попыткой отстоять отношения с сыном Тамары, скандальная жизнь которой должна была послужить материалом для компрометирующей статьи в качестве инструмента шантажа:

МАССАЖИСТКА: [...] Если у нас со Славиком все сложится – никакой статьи не будет. Из редакции уволюсь.

ХОЗЯЙКА: А если не сложится?

МАССАЖИСТКА: Тогда статья выйдет... Свои чувства надо защищать...¹⁵

Тем не менее пьеса построена не полностью по схеме срежиссированного телевизионного шоу. В течение всего действия перед зрителем предстают разные картины, переплетаются разные версии истории, одна скандальная „правда“ сменяется другой, доходя до апогея в финале пьесы. Стоит также обратить внимание на стереотипное поведение героини, использовавшей профессию журналиста для достижения личных целей. Тем самым, в пьесе представлено не только влияние масс-медиа на сознание человека, но и сознательное использование такого влияния на отдельную личность.

Средства массовой информации представлены в пьесах Марданя как сила, способная управлять мнениями и разумом людей посредством влияния на передаваемую информацию. Мы можем говорить также о том, что пьесы Марданя являются примером современного театра, сочетающего в себе приемы, почерпнутые из масс-медиа, с элементами популярной культуры, благодаря которым пьесы становятся более понятны и близки массовому зрителю. Само же слово „медиа“, по-латински „медиум“, обозначает посредника, а по другой дефиниции медиа являются средством коммуникации со многими адресатами на короткое время. Таким образом, театр

¹⁴ А. Мардань, *Кошки-мышки*, [в:] *Его же, Пьесы „У нас не все дома“*, указ. соч., с. 355–392.

¹⁵ Там же.

может являться медиумом, т. е. средством коммуникации со зрителями. Артур Дуда в работе *Перформанс вживую как медиум и объект медиатизации* замечает, что со второй половины XX века появились популярные перформансы не только на концертах рок-музыки или в реалити-шоу, но также в современном театре, поэтика которого в какой-то мере опирается на своеобразную игру формами и идеологией, притягивающих массового зрителя перформансов современной поп-культуры¹⁶.

Понятие „перформанс“ означает „выполнение“, „действие“ для осуществления какой-то цели, поэтому перформансы культуры популярной не являются только фоном в современном театре. Дуда видит в них автономные эстетические формы театрализованных представлений, публичных и „медиатизированных“, которые формируют вкусы и взгляды слушателей и зрителей, формируют также общественное мнение, используя стереотипы массового сознания. Блестящий мир огромных перформансов поп-культуры, по его мнению, заслоняет элитарный и интеллектуальный театр прошлого, но в то же время остается на волне рефлексии, беспокойства о состоянии современного мира и современного человека¹⁷.

Действие в пьесах Марданя разворачивается и представляет различные перформансы поп-культуры, иногда развлекательные, но чаще эмоциональные, поэтому влияние стереотипов на сознание не только героев пьес, но также зрителей, которые не всегда критически подходят к трактовке этого действия и замыслам автора, становится очевидным. Таким образом, вопрос о влиянии СМИ на современную культуру и сознание человека, о взаимоотношении общества и СМИ и о степени свободы СМИ от общества в пьесах Александра Марданя подтверждается неоднократно.

Библиография

Duda A. *Performans na żywo jako medium i obiekt mediatyzacji*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2011.

Конюхова Т. В. *Влияние СМИ на массовое сознание в информационном обществе „Фундаментальные исследования“* 2005, № 3.

Мардань А. Е., *Пьесы „У нас не все дома“*, Издательство Радуга, Киев 2016.

Термин: „Общественное мнение“, электронный ресурс: https://ru.wikipedia.org/wiki/Общественное_мнение (10.01.2017).

¹⁶ A. Duda, *Performans na żywo jako medium i obiekt mediatyzacji*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2011, с. 398.

¹⁷ Там же.

- Чернов Г. Ю. *Сущность культурицентристского (ортегианского) подхода к массовым явлениям*, [в:] электронный ресурс: <http://psyfactor.org/lib/chernov4.htm> (01.04.2017).
- Чичановский А. А. *Инстанция истины: СМИ и жизнь: возможность, поиск, ответственность*, Политиздат, Москва 2007.
- Шапинская Е. Н. *Массовая культура в контексте современных социальных процессов*, [в:] „*Основы культурологии*”. Учебное пособие для ВУЗов, под ред. И. М. Быховской, Москва 2005.