

Валерій ІВАНОВ

Основні теорії масової
комунікації і журналістики

Навчальний посібник

Академія Української Преси
Центр Вільної Преси
Київ — 2010

УДК 070:007:316.28

ББК 76+60.5я73

I-20

ISBN 978-966-2123-22-7

Валерій Іванов

I-20 Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна — К.: Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с.

За науковою редакцією докт. філол. наук, проф. В. В. Різуна.

Рецензенти:

В. Д. Демченко, докт. філол. наук, проф.

(Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара),

Г. Г. Почепцов, докт. філол. наук, проф.

(Маріупольський державний університет).

Рекомендовано Вченою Радою Інституту журналістики

(прот. № 3 від 24.11.10)

Навчальний посібник «Основні теорії масової комунікації і журналістики» присвячений дослідженню основних теоретичних підходів до вивчення та пояснення процесу масової комунікації. Також багато уваги приділено основним моделям масової комунікації.

Призначена для студентів та аспірантів з спеціальностей напряму «Журналістика та інформація».

Здійснено в рамках проекту за підтримки Фонду розвитку українських ЗМІ Посольства США в Україні. Погляди авторів не обов'язково збігаються з офіційною позицією уряду США. / Supported by the Media Development Fund program of the U.S. Embassy in Ukraine. The views of the authors do not necessarily reflect the official position of the U.S. Government.

ISBN 978-966-2123-22-7

© Іванов В., 2010

© Центр Вільної Преси, 2010

Зміст

Вступ.....	4
Методологія вивчення масової комунікації.....	6
Вивчення ефектів масової комунікації.....	21
Теорія стереотипів.....	32
Теорія когнітивного дисонансу.....	35
Теорія користі та задоволення.....	42
Теорія навчання і теорія пізнання.....	46
Структурно-функціональний підхід.....	52
Теорія спіралі мовчання.....	67
Теоретичні погляди Г. М. МакЛюена.....	70
Інформаційна теорія.....	88
Неомарксистський напрямок у вивченні масової комунікації.....	95
Теорії представників Франкфуртської школи.....	98
Комунікаційні погляди Н. Лумана.....	102
Структуралізм і постструктуралізм.....	116
Теоретичні погляди теоретиків постмодернізму.....	137
Культурологічні теорії масової комунікації.....	145
Мас-медіа в теоретичних поглядах П. Бурдьє.....	159
Інші концепції масової комунікації.....	171
Теоретичні основи свободи преси.....	178
Сучасні теорії журналістики.....	183
Теорія порядку денного М. МакКобса і Д. Шоу.....	198
Теорія гейткіперів К. Левіна.....	203
Теоретичні розробки новинних програм.....	206
Теоретичні узагальнення Д. МакКуела.....	213
Інші теорії та моделі журналістики.....	220
Заключне слово.....	232
Післямова.....	233
Література.....	237

Вступ

Останні десятиріччя характеризуються гострими дискусіями про природу та функції мас-медіа, характер та глибину їхнього впливу на суспільство та окремі соціальні групи. При цьому настанови побутового дискурсу суттєво відрізняються від наукового. Зокрема, вчені не дотримуються типових уявлень про всесилля масової комунікації, які артикують політики, частина бізнесменів та більшість журналістів. Гарячі суперечки виникають і навколо відповідальності журналіста за результати своєї праці. Тут традиційно стикаються кілька основних точок зору. Розбіжності в поглядах, звичайно, диктуються різними методологічними підходами та настановами при вивченні масовокомунікаційного процесу. Однак ці відмінності виникають також через слабку розробленість основних дефініцій. Традиційно розмитим є зміст терміна «інформація», її класифікація та форми існування. По-різному розуміється сутність процесу комунікації та її цілей.

Проблеми масової комунікації широко розглядалися у працях вітчизняних та закордонних вчених. Це насамперед спроби розробити загальну методологію процесу масової комунікації Г. Лассвелла, Г. МакЛюена, Ю. Хабермаса, В. Шрамма, О. Алексеева, Н. Костенко, Г. Почепцова, В. Різуна та багатьох інших. Дослідники виходили з різних уявлень про сутність масової комунікації, процес сприйняття інформації людиною, закономірності формування громадської думки. Однак слід відзначити, що більшість учених, які займалися цими важливими, досі не вирішеними питаннями, були соціологами, філософами, психологами, а не журналістами. Звичайно, вони намагалися знайти розв'язання цих проблем, базуючись на уявленнях своїх наук. Так трапилося, що журналістику розглядали, і це продовжується і в наш час, як суто практичну сферу, досліджувати котру мають представники інших наук.

Мас-медіа охоплюють фактично все суспільство і певним чином впливають на нього. У наш час мас-медіа відіграють роль інструмента формування громадської думки, через те, що роблять можливим дискурс у масштабах всього соціуму. Існує нагальна потреба вивчати різні шляхи оптимізації їхньої роботи. Це неможливо без дослідження теоретичних механізмів функціонування медіа, здійснення впливу на аудиторію.

Наш посібник є результатом роботи останніх років і спробою систематизувати знання, накопичені наукою у сфері дослідження масовокомунікаційних процесів. Особливу подяку висловлюємо Наталці Лігачовій, без чийх ідей та допомоги робота могла б і не здійснитися.

Методологія вивчення масової комунікації

Спочатку слід з'ясувати значення терміну «методологія». Незважаючи на те, що цей термін вживається вже досить давно, остаточно його зміст ще не визначений. Більшість західних дослідників вкладають у це поняття винятково утилітарний зміст. Так, у «Словнику з соціальних досліджень», виданому за редакцією З. Лазарсфельда та М. Розенберга, методологія «означає, що конкретні дослідження ретельно аналізуються з боку використаної ними техніки, зроблених передбачень і форм їх організації. У цьому значенні методологічний аналіз створює основу для майбутнього розвитку філософії соціальних наук» [251, 4]. Подібних поглядів дотримуються Г. Беккер та А. Босков: «Методологію можна визначити як принципи організації та дослідження, норми, за допомогою яких обираються та оформлюються процедура і техніка» [12, 218]. Цей підхід правильно відзначила Г. М. Андреева: «Для сучасних соціологів-емпіриків є характерним зведення методології до методики, до простої сукупності технічних прийомів» [3, 21]. Такі тенденції стали проявлятися і у вітчизняних дослідників. Так, у «Соціологічному довіднику» за методологію дослідження приймалася «стратегія наукового пошуку, яка спирається на усвідомлення завдань, методу чи методів його проведення, програмних настанов, ціннісних характеристик, нормативів і регуляторів теорії предметної галузі, що вивчається... Методологія включає методи, методику і техніку дослідження» [154, 198]. Для дослідників радянської доби більш притаманним було твердження про ширше розуміння методології пізнання. Г. М. Андреева вважала, що «методологія взагалі і є філософським методом осмислення дійсності» [3, 21], «застосування методів світогляду до процесу пізнання» [4, 181], В. А. Ядов писав, що «методологією називають систему принципів наукового аналізу дослідження» [187, 24], Д. Ф. Козлов

і В. К. Ліпінський дали ще коротше визначення: «Методологія — це філософське вчення про метод» [69, 28]. Як бачимо, всі ці визначення мають суперечливий характер, хоча у них є і дещо спільне. У нашій роботі ми будемо розуміти під методологією наукову теорію, яка слугує основою для проведення конкретного дослідження. При цьому маються на увазі не якісь вузькі положення, а теорії середнього рівня, які презентують достатньо узагальнені погляди на об'єкт дослідження в цілому, зв'язки у цьому об'єкті та закономірності його функціонування.

Виділяють ще поняття методу як шляху наукового пізнання. В основному, під ним розуміють «розроблений у науці спосіб пізнання дійсності» [67, 21] або «шлях пізнання, який прокладається на основі сукупності раніше отриманих знань (принципів)» [123, 4]. «Філософська енциклопедія» визначала метод як «форму практичного і теоретичного освоєння дійсності, яка виходить із закономірностей руху об'єкта, що вивчається» [163, 409]. Автори «Словника-довідника з соціології» вважають, що соціологічний метод — це «збірне поняття, що характеризує онтологічні і методологічні установки соціолога, які реалізуються в процесі соціологічного дослідження і ведуть до розширення і поглиблення сфери соціологічного знання» [41, 267].

На їхню думку, соціологічний метод складається з кількох елементів: «сфери застосування; процедури вживання методу; інструментарію (якщо він є); критеріїв оцінки правильності вживання методу і достовірності отриманих результатів» [41, 270]. Є ще декілька підходів до визначення поняття «метод». Науковим методом вважають «деяку внутрішню закономірність руху людського мислення, яке узятє як суб'єктивне віддзеркалення об'єктивного світу і свідомо? планомірно використовується як знаряддя пояснення і зміни світу» [125, 498], «своєрідний аналог законів існування, який виражає діалектико-суперечливі відносини суб'єкта і об'єкта в процесі суспільно-історичної практики. Подібно до знарядь праці, метод є, з одного боку, продуктом, з другого, засобом активної цільовідповідної (цілеспрямованої) людської діяльності» [102: 22]. Існує також погляд на метод, як на «певний шлях, спосіб, прийняття розв'язання будь-якого завдання теоретичного, практичного, пізнавального, педагогічного, побутового характеру» [2, 227]. Або як на «регулятивні

норми або правила, відповідно до яких можна автоматично діяти» [141, 466].

М. В. Мостепаненко розглядає взаємозв'язок між методом і методологією: «Метод — шлях пізнання, який спирається на деяку сукупність отриманих раніше загальних знань (принципів)... Методологія — вчення про методи і принципи пізнання. Оскільки метод пов'язаний з попередніми знаннями, методологія, звичайно, розділяється на дві частини: вчення про вихідні основи (принципи) пізнання і вчення про способи і прийоми дослідження, яке спирається на ці основи» [115, 18].

Деякі учені, наприклад, Р. Декарт, метод визначають як систему дотримання певних правил: «Під методом... я розумію точні і прості правила, суворе дотримання яких завжди перешкоджає прийняттю брехливого за достеменно і без надмірної витрати розумових сил, але поступово і безперервно збільшуючи знання, сприяє тому, що розум досягає дійсного пізнання всього, що йому доступно» [44, 89]. Близьке до цього визначення з «Практикуму з прикладної соціології»: «Метод — це спосіб дій, який склався у практичній діяльності» [135, 4]. Там вчені розрізняють такі групи методів: прикладних соціологічних досліджень; соціальної орієнтації; соціального проектування; навчання. У методі виділяється три групи елементів: нормативна, інструментальна і процедурна. Засобом орієнтації в методі є норми. Зміст методу — це його процедури [135, 5-8].

Близький до цього і такий погляд: «Метод... — це сукупність принципів, яких потрібно дотримуватися для здобуття нового знання про існуючу дійсність» [104, 8]. Виділяють такі основні методи збору первинних даних: опитування, спостереження, дослідження змісту документів, експеримент [33, 15-19; 122, 17-19; 143]. Розвиток методу не є самоціллю. Він слугує розв'язанню наукових завдань і саме при цьому відбувається процес його вдосконалення [106, 5]. Є різні міркування і про роль методу, включаючи іронічні. Наприклад, Дж. Бернал писав, що «вивчення наукового методу відбувається значно повільніше, ніж розвиток самої науки. Учені спочатку знаходять щось, а потім вже — зазвичай безрезультатно — міркують про способи, якими це було відкрито» [16, 21].

В. Г. Гречихін так побудував ряд «метод—методика—техніка—процедура»: «Метод... — це спосіб побудови і обґрунту-

вання системи знання. Методика соціологічного дослідження — це сума окремих прийомів, яка дає змогу застосувати той чи інший метод до даної специфічної предметної області з метою накопичення і систематизації емпіричного матеріалу. Техніка соціологічного дослідження — це сукупність спеціальних прийомів, мета яких — найбільш раціональне використання того чи іншого методу... Процедура соціологічного дослідження — це послідовність усіх пізнавальних і організаційних дій, спосіб організації дослідження» [42, 31].

Є. П. Прохоров виділив два методи — вивчення і виклад. Метод вивчення, з його точки зору, — «це система прийомів пізнання явищ дійсності, при вживанні яких публіцист приходять до розуміння явищ, які розглядає, в сутнісних межах і властивостях, розкриває його природу, закономірні межі його функціонування і розвитку, зв'язки і відносини з іншими явищами... Метод викладу — це система прийомів представлення аудиторії матеріалу, який отриманий в ході пізнання» [138, 9]. Інший дослідник журналістики, Г. В. Лазутіна визначала метод як «систему науково обґрунтованих дій, спрямованих на розв'язання певних завдань» [80, 41].

Окремо потрібно сказати про методіку і техніку досліджень. Вони не є «автономною сферою наукової діяльності» [35, 6], і їх вибір залежить від мети, глибини розробки, ресурсів дослідження. Методіку зазвичай визначають, як сукупність прийомів [77, 11; 72; 59, 13-14] або ще точніше «сукупність прийомів і засобів, за допомогою яких здійснюється певна робота, в т.ч. процес пізнання» [103, 75]. У словниках вказується, що методіка — це «засіб адаптації загальних теоретичних і методологічних принципів соціологічного дослідження до унікальних особливостей конкретної дослідницької ситуації...» [99, 163]. Або як «застосування методу до конкретного питання дослідження» [67, 21]. Завдання методіки — «розробка деякого алгоритму дослідницької діяльності в конкретних умовах, з певним об'єктом, з використанням обумовленої системи засобів і тому подібне» [52, 15-16]. Вона повинна відповідати набору правил: «1. Результат, досягнутий при аналізі, може бути відтворений іншим дослідником. 2. Всі вихідні дані, припущення і оцінки представляються в наочній формі і доступні для перевірки. 3. Правила мають бути досить надійні і з великою достовірністю забезпечувати отримання результату. 4. Правила мають бути економними, здатними давати

результат із найменшими витратами засобів і часу» [47, 132]. Болгарський дослідник Н. Стефанов розділяє методика і техніку таким чином: «Якщо методика представляє систему правил, які регулюють порядок, тобто черговість і послідовність здійснення відповідних операцій і вживання того чи іншого технічного прийому, то техніка — це сукупність самих прийомів, за допомогою яких проводиться дослідження» [157, 148]. А Дж. Маккіні писав, що «техніка відрізняється від процедури як спеціальна операція встановлення фактів або маніпулювання ними, яка виділена з основної процедури» [12, 219].

Виділяють ще поняття техніки як «сукупності операцій зі встановлення фактів і маніпуляції ними», процедури як «загальної форми або системи дій при дослідженні» [3, 15], виміру як «процедури приписування чисел значенню ознаки» [126, 9]. Якщо говорити про загальні наукові принципи збору інформації, то до них звичайно належать: а) правильне розуміння специфіки соціальної інформації, б) науковий підхід до джерел інформації, в) системний характер збору, г) вираження соціальної інформації в показниках і індикаторах» [105, 130].

Ми розглянемо основні теорії масової комунікації. Ще раз підкреслимо, що маються на увазі саме теорії середнього рівня, а не «робоче позначення набору емпіричних знань і експериментальних даних та гіпотез, які у більшості випадків не перевірені і не створюють систему» [140, 287], як визначив теорію масової комунікації Я. Пруха. [140, 287], або «набір ідей, різних за статусом і походженням, які можуть пояснити або інтерпретувати будь-яке явище» [272, 4; за 9, 7]. Приступаючи до аналізу різноманітних теорій масової комунікації, потрібно відразу погодитися із зауваженням Ю. А. Сорокіна: «Основні поняття теорії масової комунікації залишаються погано визначеними і багатозначними» [152, 49].

Якщо говорити про методологію як про складну систему теорій, то потрібно розділити два види теорій. Це, по-перше, когнітивні або метатеорії про ті або інші аспекти пізнавального процесу в науці. Ці теорії складають гносеологічний напрям у методології конкретної науки. По-друге, теорії про об'єкти, які не входять у процес людського пізнання. Це онтологічний напрям у методології.

Значення методології полягає в тому, що вона дає загальний напрямок проведення конкретного дослідження, є його теоретичною

основою. Від методології багато в чому залежить успіх дослідження. Річ у тому, що помилкова методологія може спрямувати дослідження в хибному напрямку, і тоді жодна методика не допоможе стати на правильний шлях. Хоча тут, звичайно, не можна погодитися з тими, хто вважає методологію простою «сукупністю тих загальних принципів і методів, які використовуються в науковому дослідженні у тій чи іншій галузі науки, незалежно від того, наскільки точно вони сформульовані, і чи сформульовані взагалі» [37, 10]. Слід одразу ж підкреслити, що ми не зводитимемо методологію до якихось конкретних методик, як це прийнято на Заході, а відводимо їй самостійну і важливу роль.

Для правильного визначення поняття «методологія» велике значення має розмежування методології та теорії методології.

У цьому випадку відмінність дуже велика. Якщо метод — аналог, тобто відбиття предмета, то теорія методу з'ясовує сутність і специфіку визначених методів, межі та можливості його застосування тощо. Для визначення предмету теорії методології соціології масової комунікації треба відповісти на три запитання: що це за теорії, які складають методологію соціології; яким чином організуються принципи методології; який шлях для найефективнішого практичного використання методології у процесі наукового дослідження. Іншими словами, тут кілька закономірностей. Закономірності, які визначають зміст методології, закономірності побудови методології як системи і закономірності практичного її використання. Так склалося, що теорія методології вирішує перш за все питання змісту методології. Взагалі, методологію можна поділити на загальну (яка займається загальними методами наукової роботи) та конкретну (яка розглядає особливості окремих наук) [76, 610]. Інші вчені пропонують поділ методології на загальну (для всіх суспільних наук), особливу (для різних типів наукових знань) і конкретну (для окремих наук) [157, 139-162].

Російська вчена Н. Н. Богомоллова виділяє медіацентровані та людиноцентровані теорії в масовій комунікації. При цьому в медіацентрованих теоріях досліджуються переважно соціальні функції масової комунікації, а в людиноцентрованих — аудиторія, реципієнти масової комунікації [18, 29; за 148, 16].

Інша російська дослідниця В. П. Конецька спробувала виділити основні проблеми масової комунікації: 1) обґрунтування її суті і функцій; 2) механізм зворотного зв'язку; 3) моделювання масової комунікації; 4) роль соціологічних домінант; 5) вплив масової комунікації на соціальну нормативність мови; 6) специфіка основних каналів масової комунікації [71, 217; за 174, 21].

У теорії масової комунікації часто використовується термін «парадигма». Під ним розуміється «комплекс теоретичних принципів, прийнятих як модель, зразок для класифікації досліджуваних засобів, форм і систем інформаційних зв'язків» [57, 159-160]. Цікаво порівняти його з визначенням теорії, як низки взаємозв'язаних тверджень, що дають можливість систематизувати знання, пояснити і передбачати явища соціального життя і покоління нових дослідницьких гіпотез [213; за 144, 17] або як вищої, найрозвиненішої форми організації наукового знання, що дає цілісне уявлення про закономірності та зв'язки певної області дійсності [164, 676; за 9, 7]. Російська дослідниця Л. М. Землянова виділяє парадигми аутопойезису (інформація розглядається як процес самовиробництва в еко- і ноосферах, а комунікація як найважливіша стабілізуюча сила, яка, з одного боку, є невід'ємною частиною соціальної організації, а з другого, її створює), контролю (традиційна концепція, що передбачає маніпулятивне керування свідомістю з боку мас-медіа), відкритої системи (розглядаються атрибути аудіовізуальних медіа, такі як інтерактивність, транзактивність, еволюційність, орієнтація на процеси розвитку електронної усності і сприйняття новаторських тенденцій), мережевої конвергенції (комунікаційні процеси розглядаються як серії конвергаційних циклів інформаційних обмінів, учасники яких прагнуть до взаєморозуміння і згоди). Виділяються також парадокси комунікацій і різноманітності. Перший полягає в можливості некомунікабельності комунікацій. Тобто суспільство складається з безлічі самостійних систем зі своїми життєвими імпульсами і інформаційними зв'язками (у економіці — жадання збагачення, в політиці — влади). Моральні узи при цьому зникають, а комунікації стають некомунікабельними. Другий парадокс представляє один із можливих результатів інформаційної революції. З розвитком інформаційної індустрії та збільшенням обсягу інформації її якісна різноманітність може знизитися. Також виділяється парадокс: глобалізація створює локалізацію. Він полягає в тому, що надмірна глоба-

лізація створює перешкоди до здобуття відомостей про безпосереднє місце проживання особи. Це спричиняє прагнення підпорядкувати медіа інтересам місцевих общин і культур. До цього парадоксу додається теорія відвертості і закритості, яка виникла в результаті впливу і оперує термінами інформатики. Закритими тут вважаються замкнені етнічні та релігійні співтовариства, для яких характерне насторожене (обережне) ставлення до медіа і нових інформаційних технологій. Відкритими вважаються суспільні формації що активно сприймають нову інформацію, незважаючи на небезпеку інформаційних перевантажень і можливість виникнення кризових ситуацій [57: 160, 228-229].

Взагалі, ледве не кожен дослідник комунікацій робить спроби скласти власні теорії розвитку і функціонування масової комунікації. Причина тут, мабуть, і в наукових амбіціях, і в слабкій дослідженості питання. Проте існує понад сотня теорій, які витримали перевірку часом і пояснюють функціонування різних складових процесу масової комунікації (американський вчений Андерсон лише при аналізі семи підручників із теорії комунікації нарахував 249 теорій [27]). Тобто єдиної теорії масової комунікації не існує, і найближчим часом навряд чи з'явиться комплекс наукових знань, що допоможуть досить повно пояснювати і давати змогу прогнозувати розвиток і функціонування такого складного процесу, як масова комунікація.

В цілому, у загальних рисах повторюється історія з розвитком соціології. Частина дослідників дотримуються у своїх теоретичних дослідженнях принципів і методів, характерних для точних наук. Безліч не лише теоретичних положень, а й термінів запозичуються з фізики, хімії, біології. Інша частина дослідників вважають, що масова комунікація як частина суспільної діяльності не дає можливості буквально слідувати за точними науками, і намагаються відкрити нові закономірності, спираючись на це.

При цьому з виникненням нових явищ в сфері медіа негайно з'являються теорії, які можуть їх пояснити. Найчастіше пізніше вони поступаються місцем іншим теоріям, які краще інтерпретують ті чи інші тенденції і явища.

Якщо дивитися на історію розвитку комунікації, то прийнято виділяти три революції. Перша пов'язана з появою і розвитком писемності. Хоча частина вчених вважають, що вона відбулася близько 40 тис. років тому і пов'язана з розвитком мови як основного засобу

спілкування людей. Друга — це за влучним висловом Г. М. МакЛюена, революція Гутенберга. Тобто використання друкарського верстака для тиражування інформації. Третя — поява електронних медіа. При цьому, на думку структуралістів, перша революція створила письмові символи, друга — трансформувала їх у друкарські, а третя — в електронні. У Новому часі виділяють також модерністський і постмодерністський цикли розвитку медіа (в основному це характерно для прибічників соціологічного напрямку). Для модерністського етапу, що почався в кінці XIX ст., характерний доцентровий характер, що привів до створення загальнонаціональних медіа. Постмодерністський етап (з другої половини XX ст.) характеризується відцентровими силами, тобто під впливом глобалізації превалюють не національні, а загальнопланетарні інтереси. Конфлікт при цьому переходить від просторової до часової сфери (конфлікт поколінь). Також характерною для цього періоду є гомогенізація смаків [57: 130-131, 162, 239].

Російський учений Г. П. Бакулев розуміє під теорією «перш за все засіб узагальнення..., набір взаємопов'язаних конструкцій (концепцій), визначень і гіпотез, що створюють впорядковану картину явищ через уточнення відносин між змінними» [9: 31]. При цьому він виділяв нормативні, суспільно наукові, функціональні та здорового глузду теорії.

Швейцарські вчені Г. Бонфаделлі та В. Геттеншвілер вважали, що в соціальних науках, на відміну від природничих, немає загальновизнаних методологічних підходів. Вони виділили три основні напрями розвитку: 1) марксистська або історико-діалектична система орієнтується, на думку дослідників, на вузьке співвідношення теорія-практика, що веде до відсутності нейтральності та об'єктивності соціальної науки; 2) феноменологія і герменевтика особливу увагу приділяють принциповій різниці в предметі соціальної науки: особі й суспільству, що стосується медіа, то тут існують цікаві дослідження їх змісту як культурного продукту; 3) емпірично-аналітичний підхід до соціальних наук властивий передовсім американським дослідникам і характеризується багато в чому загальними підходами до вивчення природи і суспільства [23, 255-257]. В останньому випадку явно мався на увазі неопозитивізм. Дійсно, в соціології та інших со-

ціальних науках уже на новому рівні продовжується дискусія між спадкоємцями феноменологічної та позитивної школи.

Необхідно погодитися з тією думкою, що власне комунікаційні теорії виникли як реакція на виклики часу. «Її (теорії комунікації) виникнення було пов'язане з необхідністю рефлексії з приводу власної діяльності представниками засобів масової комунікації в умовах «інформаційного вибуху», що зумовило переважання в цій сфері знання журналістів і лінгвістів, а також вибір як теоретичне обґрунтування загальнонаукових принципів інформаційного підходу» [28, 348]. Звичайно, не варто перебільшувати значення чисто гуманітарного підходу до теорії комунікації. Вона була і залишається породженням кібернетичного підходу до дослідження суспільних явищ. Не випадково багато моделей масової комунікації явно ведуть своє походження від дослідження ліній зв'язку.

Були в історії теорії комунікацій спроби створення єдиної теорії. Ф. І. Шарков писав, що «перший об'єднувальний підхід до розгляду теорії комунікації базується на класичній позитивістській методології суб'єктно-об'єктних диспозицій. Він представлений концепціями структурного функціоналізму (Г. Спенсер, Т. Парсонс, Р. Мертон); системного підходу (Ч. Дарвін, К. Маркс, Н. Луман, вітчизн.- Афанасьєв В. Г., Гвішиані Д. М.); інформаційного суспільства (Д. Белл, Н. Луман, М. МакЛюен, Д. Масунда, М. Понятовський, П. Серван-Шрайбер, А. Тоффлер, А. Турен, Ю. Хабермас, М. Хоркхаймер); технологічного детермінізму (Т. Веблен, Д. Белл; вітчизн. — Кравченко С. А., Тітаренко Л. Г.); комп'ютерної футурології (А. Тоффлер, Е. Шумахер, С. Мендловіц, Р. Фолк, Г. Гендерсон; вітчизн. — Араб-огли Е. А., Бестужев-Лада І. В.) та інші. Онтологія соціальних комунікацій у цьому підході ґрунтується на системних зв'язках і функціях. Комунікативні технології ставлять завдання сконструювати бажані образ певного суб'єкта і соціальні зв'язки в системі. В управлінському аспекті такий підхід можна порівняти з принципом класичної кібернетики, який передбачає суворий контроль за поведінкою системи, при якому виключаються всі непотрібні взаємозв'язки» [173, 167]. Звичайно, подібне об'єднання хибує на еклектичність (як, утім, і саме визначення теорії комунікації: «система основних ідей в комунікативістиці, що дає цілісне уявлення про ті чи інші закономірності або істотні взаємозв'язки» [173, 215]).

Необхідно погодитись із думкою, що «жодній «теорії комунікації» шляхом додавання знань, накопичених у різних наукових дисциплінах, виростити не можна. «Теорія комунікації» не може складатися з розділів, запозичених із антропології, мистецтвознавства, педагогіки і так далі. Щоб пізнати суть і структуру універсуму соціальної комунікації в цілому, потрібне не додавання, а узагальнення знання, здобутого антропологією, мистецтвознавством, педагогікою, історією і так далі. Таке узагальнення, тобто здобуття нового знання шляхом критичного аналізу, зіставлення, оцінки, систематизації конкретних фактів і концепцій, властиве не теорії, а метатеорії, або узагальнювальній теорії» [149].

Вдало визначив стан теорії комунікацій К. Розенгрэн: «сфера комунікації виглядає так, ніби розділена на кілька ізольованих жаб'ячих ставків. Між ними не чути дружнього квакання, дуже мало продуктивного спілкування, мало випадків успішного перехресного запліднення» [293; за 27]. Таким чином, на сьогоднішній день ще немає достатніх передумов для створення цілісної теорії комунікації.

Теорія комунікації відіграє видатну роль у сучасному житті. Вона дає можливість пояснити процеси масової комунікації, яка набула особливого значення в процесі глобалізації (власне, глобалізація не могла б здійснюватися без масової комунікації).

Під питанням залишається назва і предмет самої науки про комунікації. На думку Д. П. Гаври, вона повинна включати: загальну теорію комунікації, міжособистісну і ділову комунікації, теорію масової комунікації, теорію організаційної комунікації, комунікаційний менеджмент, історію комунікацій, методи комунікаційних досліджень, теорію крос-культурних комунікацій, теорію вербальної і візуальної комунікації, політичну економію і економію комунікацій, комунікативні дослідження, міжнародні та глобальні комунікації, теорію віртуальних комунікацій і так далі. М. А. Василик пропонує називати науку про комунікації комунікологією (хоча сам термін з'явився ще на початку 1980 рр. в книзі Е. Уйтмора «Медіаамерика. Форма, зміст і вплив масових комунікацій» [за 150, 94]), визначити її як науку про місце і роль комунікацій у суспільстві, про комунікаційні системи, структури і процеси, закономірності їх розвитку і функціонування. Центральними проблемами цієї науки, на думку російського вченого, мають бути пояснення комунікативної при-

роди соціальної реальності; визначення механізму комунікативних зв'язків, комунікативної взаємодії в різних комунікативних системах, структурах і процесах; з'ясування суті «комунікативних систем», механізму і закономірностей їх самоорганізації, впорядкування й еволюції; проблема структуризації комунікативних систем у суспільстві; визначення місця і ролі комунікації в суспільстві; визначення і характеристика основних етапів розвитку комунікацій; концептуальні підходи, основні теорії та моделі комунікацій; форми, рівні і види комунікацій та інше [27].

Витоки теорії масової комунікації спробував простежити В. М. Березін. На його думку, вона визривала у філософії Аристотеля, Д. Локка, Т. Гоббса, соціології та психології Г. Тарда, Г. Лебона, Л. С. Виготського, Т. Адорно, Г. Лассвелла, Г. Маркузе, М. Хоркхаймера, П. Лазарсфельда, Р. Мертона, Ю. Хабермаса, С. Московічі, А. Менегетті, теорії інформації і кібернетики Н. Вінера, К. Шеннона, С. Біра, культурології та естетики сприйняття М. Бахтіна, А. Моля, Ю. Лотмана, теорії журналістики. Особливо підкреслював дослідник роль філософії Т. Гоббса, який розглядав пізнання і мислення здебільшого як процес комунікації. Т. Гоббс виділяв «мітки», тобто об'єкти, які є матеріальними формами реалізації духовного (наприклад, слово). Також Т. Гоббс увів поняття «знаку», який робить інформацію доступною і корисною не лише для певного індивіда, а й усього суспільства. В. М. Березін виділяє два історико-концептуальні підходи до поняття теорії масової комунікації. Перший походить від вивчення спілкування первісних людей через обумовлений виробничими потребами розвиток комунікаційних засобів. Другий обумовлений вивченням феномену нагромадження комунікації. Особлива увага тут приділяється поняттю «публіка» [14, 18-22].

Також досліджувалася і роль Г. Тарда, одного з перших соціологів, який досліджував комунікаційні процеси (на звання першого претендує і німецький соціолог М. Вебер, який у 1910 р. висунув цілісну програму вивчення преси). Він пояснював походження суспільства розвитком соціально-комунікаційної діяльності у формі наслідування. Тобто спочатку новатори здійснюють відкриття, а потім інші люди переймають від новаторів і затверджують нові знаряддя, відносини, соціальні інститути. У соціальній психології багато для дослідження комунікаційних процесів зробили засновники символь-

ного інтеракціонізму Дж. Мід і Г. Блумер, які вивчали взаємодію за допомогою символів, тобто вербальними і невербальними діями, що мають певний смисл. Завдяки символній інтеракції люди обмінювалися знаннями, духовними цінностями, зразками поведінки, здійснювали функції управління. Комунікаційну діяльність досліджував і П. А. Сорокін, який вважав, що «Взаємодія людей за своєю природою є, перш за все, взаємодія психічна, — обмін відчуттями, ідеями, вольовими імпульсами» [151, 16; за 149].

Американські учені виділяють чотири рамкові теорії комунікації та дві базові моделі переконання. Теорії комунікації включають структурний функціоналізм (структура суспільства забезпечує його стабільність, форми передачі інформації залежать від суспільства і сприяють його рівновазі); теорія еволюції (суспільні зміни обумовлені законами природи і масова комунікація розвивається, відповідаючи на потребу в ній аудиторії завдяки розвитку технологій); суспільний конфлікт (суспільство розвивається завдяки боротьбі між групами з конкуруючими цілями, мас-медіа є активними учасниками цієї боротьби); теорія інструменталізму (мас-медіа створюють картинку дійсності, базуючись на обмеженій кількості джерел, тому суспільство і особа створюють власні картинки дійсності). Моделями переконання є соціокультурна парадигма (інтерпретація соціальних і культурних змінних, які дають особі можливість уявляти реальність) і психодинамічна модель (передбачає, що ефективне повідомлення приводить до адекватних дій особи) [121, 250-251].

Займалися проблемами методології масової комунікації і радянські учені. Так, Ю. П. Буданцев критикував позиції західних колег, перш за все Г. М. МакЛюена за техніцизм і недооцінку живих, природних засобів комунікації. Як методологію вивчення масової комунікації він висунув системний, конкретно-історичний підхід. Його основним положенням є те, що виникнення і розвиток засобів масової комунікації синхронне розвитку суспільства, причому визначальним є саме суспільний розвиток. Масову комунікацію Ю. П. Буданцев розумів як широкий простір спілкування за допомогою природних засобів (їх він поділяв залежно від типу суспільно-політичної формації), а на останньому етапі й технічних засобів. Розвиток масової комунікації невіддільний від розквіття людських «сутнісних сил» [24; 14, 22-23].

Відомий український учений Г. Г. Почепцов умовно поділив науки, які займаються комунікацією, на п'ять підходів: традиційний, загальнотеоретичний, прикладний, філологічний, а також психологічний і соціологічний підходи. До традиційного напрямку належать науки, які давно розробляють тему комунікацій. Це герменевтика, яка займається розумінням тексту, його правильною інтерпретацією; гомілетика, що об'єднує теологію і комунікацію; риторика як мистецтво впливу за допомогою мовлення, філософія і логіка; теорія аргументації. Загальнотеоретичний підхід представлений теорією комунікації, об'єднувальною концепцією, що базуються на розгляді загальних питань комунікації; теорією масової комунікації; семіотикою, яка займається знаковим аспектом комунікації. Прикладний підхід втілює психоаналіз, який за допомогою комунікації дає можливість з'ясувати підсвідоме; теорія перформансу; ділова комунікація; теорія інформації (математична); теорія комунікативних обмінів (Г. Г. Почепцов запропонував цю назву, щоб об'єднати розгляд різних типів обміну інформацією). Філологічний підхід представляє лінгвістика, що вивчає форми, в які оформлюється комунікація; семантика, що вивчає значення мовних одиниць; соціолінгвістика, котра досліджує співвідношення соціальних і мовних структур; психолінгвістика, що займається пошуками еквівалентів комунікаційних процесів у психіці; паралінгвістика, що вивчає процеси, які супроводжують комунікацію, і прагматика [132, 31-40].

С. В. Борисньов запропонував свою типологію теорії масової комунікації. На його думку, її вивчення проводилося в трьох аспектах: теоретичному, прагматичному і експериментально-прикладному. Теорії поділені на три групи. До першої, в якій комунікація розуміється як політичний контроль, вираження концентрації політичної влади, належать дві підгрупи. Теорії першої підгрупи розглядають матеріально-економічні чинники. До них належать теорія масового суспільства, або теорія масового відвернення, з її положенням про взаємодію авторитарних і владних інститутів суспільства, і мас-медіа, інтегрованих у ці структури; політико-економічна теорія Г. Мердока і П. Голдінга з марксистськими положеннями про економічні й політичні чинники, що впливають на медіа; критична теорія М. Хоркхаймера, Г. Маркузе, Т. Адорно, що котра репрезентує неомарксистський підхід. Друга підгрупа, в якій домінує ідеологічний

підхід, представлена теоріями гегемонії мас-медіа Н. Пулантзаса і Л. Альтюссера і радянською соціологічною школою в галузі масової комунікації. У другій групі теорій зібрані концепції, побудовані на базі структурного функціоналізму. Медіа тут розглядаються як самоконтролююча і самоорганізуюча підсистема, яка функціонує за певними правилами. У третій групі представлений соціокультурний підхід. Це пізня Франкфуртська школа з Т. Адорно і Г. Енценсбергером, Бірмінгемська школа (С. Холл), теоретичні погляди Г. МакЛюена і А. Моля. В окрему групу виділені теорії інформаційного суспільства Д. Белла й інших, а також соціопсихологія (А. У. Хараш), яка займалася проблемою зворотного зв'язку) [22, 23-28].

Взагалі, теорія масової комунікації розумілася як складова частина гносеології, а її напрями — суміжними і взаємнопроникними з соціологією, культурологією, журналістикою, історією, філософією, психологією, лінгвістикою, кібернетикою, інформатикою. Сама теорія активно використовувала науковий апарат і методологію цих наук. В. М. Березін відзначав три «камені спотикання» на шляху становлення теорії масової комунікації в Росії. Це 1) питання, звідки вести теорію мас-медіа: від первісності (екстраполяція) чи книгодрукування (інтраполяція). 2) Суперечки тривають довкола питання, що є спільним, а що особливим — комунікація чи інформація. 3) Актуальним залишається питання, чи повинна теорія масової комунікації увібрати в себе теорію журналістики [14, 35-36]. Як ще одну ілюстрацію до останнього положення, можна навести погляд білоруського дослідника Є. І. Дмитрієва, який штучно розмежовує соціологію масової комунікації та соціологію журналістики і вважає їх «абсолютно самостійними теоріями середнього рівня» [46, 10]. Мабуть, ці проблеми пов'язані з довгим розривом між дослідженнями в СРСР і на Заході в галузі гуманітарних наук. На жаль, в СРСР цей процес був повністю ідеологізований, що перешкодило прагматичним дослідженням, які проходилися на Заході.

Література

1. Алексеев А.Н. Опыт построения социологической модели массовой коммуникации // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973. — С. 58-71.
2. Андреев И.Д. Теория как форма организации научного знания. — М., 1979.
3. Андреева Г.М. Проблемы методологии эмпирического исследования в современной буржуазной социологии: Автореферат дисс. ... филос. наук. — М., 1965.
4. Андреева Г.М. Современная буржуазная эмпирическая социология: Критический очерк. — М.: Мысль, 1965.
5. Апель К.О. Трансформация философии. — М., 2001.
6. Аристотель. Политика. — Минск, 1998.
7. Аронсон Э., Пратканис Э.Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление. — СПб: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. — 384 с.
8. Ахмадулин Е.В. Краткий курс теории журналистики: Учебное пособие. — М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: ИЦ «МарТ», 2006. — 272 с.
9. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 176 с.
10. Барт Р. Мифологии. — М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996.
11. Барт Р. Смерть автора // Избранные работы: семиотика, поэтика. — М., 1989. — С. 384-291.
12. Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория: (В ее преемственности и изменении) / Пер. с англ. В.М. Корзинкина и Ю.В. Семенова. Об. ред. Д.И. Чеснокова. — М.: Изд-во иностран. лит-ры, 1961.
13. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. — М.: Медиум, 1996.

14. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М.: «РИП-холдинг», 2003. — 174 с.
15. Берлин М. Пособие по преподаванию журналистской этики // pri.iip.net/forjour/vbibl.htm
16. Бернал Дж. Наука в истории общества. — М., 1956.
17. Бирюков Н.С. Буржуазное телевидение и его доктрины. — М.: Мысль, 1977. — 278 с.
18. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. — М., 1991. — 127 с.
19. Бодрийяр Ж. Симулякри і симуляція / Пер. з франц. В.Ховхуна. — К.: Основи, 2004.
20. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа // S/A'98. Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. ³/₄ М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1999. ³/₄ С. 193-226.
21. Бодрийяр Жан // Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2004. — 1072 с. <http://ariom.ru/wiki/>
22. Бориснёв С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
23. Бофаделлі Г., Геттеншвілер В. Методи дослідження емпіричної публіцистичної науки // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна. — К., 2001. — С. 254-285.
24. Буданцев Ю.П. В контексте жизни. — М., 1979.
25. Бурдые П. О телевидении и журналистике / Пер. с франц. Т.В.Анисимовой и Ю.В.Марковой. Отв. ред. Н.А.Шматко. — М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры, Институт экспериментальной социологии, 2002. — 159 с.
26. Бурдые П. Общественное мнение не существует // Социология политики. — М., 1993. — 161-177.
27. Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации // Актуальные проблемы теории коммуникации: Сборник научных трудов. — СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. — С. 4-11 http://www.russcomm.ru/rca_biblio/v/vasilik.shtml

28. Василькова В.В., Демидова И.Д. Социология коммуникаций — дисциплинарный статус и методологические очертания // Социология и общество. Тез. Перв. Всерос. социол. конгр. «Общество и социология: новые реалии и новые идеи». — СПб.: Изд-во «Скифия», 2000.
29. Винер Н. Кибернетика и общество / Перевод Е.Г. Панфилова; Общая редакция и предисловие Э.Я. Кольмана. — М.: Издательство иностранной литературы, 1958.
30. Винер Н. Кибернетика или Управление и связь в животном и машине. — М., Сов. радио, 1958. <http://grachev62.narod.ru/Cybern/contents.htm>
31. Владимиров В.М. Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння: Монографія / Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. — К.: Б.в., 2003. —220 с.
32. Владимиров В.М. Хаос — Розуміння — Масова комунікація: Монографія. — К.: КиМУ, 2006. — 366 с.
33. Волович В.И. Проблема надежности эмпирических данных в социологическом исследовании: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — К., 1973.
34. Володина Л.В. Эстетика «коммуникативного действия» Ю. Хабермаса // Эстетика сегодня: состояние, перспективы. Материалы научной конференции. 20-21 октября 1999 г. Тезисы докладов и выступлений. — СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 1999. — С.25-27. http://anthropology.ru/ru/texts/volodina/aestt_08.html
35. Вопросы методики и техники социологических исследований (Методы сбора информации). — М.: ИСИ АН СССР, 1975.
36. Ворожко Т. Засоби масової інформації і зовнішня політика // Держава та регіони. — Серія: Гуманітарні науки. — 2007. — № 1. — С. 82-84.
37. Ворожцов В.П., Москаленко А.Т. Методологические установки ученого: Природа и функции. — Новосибирск, 1986.
38. Воронцов Ю.В. К вопросу о структуре коммуникационного потока // Предмет семиотики: теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовой коммуникации: Материалы научного симпозиума «Семиотика средств массовой коммуникации». Москва, 20-23 ноября 1974 г. / Отв. ред. А.Г.Волков. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. — С. 22-35.

39. Гейтс Б. Дорога в будущее <http://www.kgtu.runnet.ru/E-Library/RoadInFuture/cover.htm>
40. Гидденс А. Опосредование опыта // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 169-173.
41. Голофаст В.Б. Социологический метод // Социология: Словарь-справочник. Т. 4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. — М.: Наука, 1991.
42. Гречихин В.Г. Лекции по методике и технике социологических исследований: Учеб. пособие. — М.: Изд-во МГУ, 1988.
43. Давыдов Ю.Н. Критика социально-философских воззрений Франкфуртской школы. — М.: Наука, 1977.
44. Декарт Р. Избр. произв. — М., 1950.
45. Деррида Жак // Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. — М.: Гардарики, 2004. — 1072 с. <http://arjom.ru/wiki/>
46. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций. — Мн.: БГУ, 2001. — 150 с.
47. Долныкова Р.Н. Методология и методика прогнозирования внешней политики несоциалистических государств: Опыт системной организации понятий. — М., 1986.
48. Донсбах В. Зміст, використання та вплив політичної комунікації // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна. — К., 2001. — С. 144-176.
49. Дубровский Е.Н. Информационно-обменные процессы — факторы социального развития (Редакция 1999 г.) // Хрестоматия по информатике / Юдаев А.В. (сост.) <http://www.i-u.ru/biblio/archive/noname%5Fhrestpoinf>
50. Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. — М.: Вагриус, 1997. — 383 с.
51. Дятлов С.А. Принципы информационного общества // Информационное общество. — 2000. — Вып. 2. — С. 77 — 85 <http://di.iis.ru:82/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/34a0170934d95e29c32569e5004d643>
52. Еркин А.Г. Методика как средство научного познания: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — Л., 1985.

53. Єрмоленко А.М. Комунікативна практична філософія: Підручник. — К.: Лібра, 1999. — 488 с.
54. Жабский М.И. Социология кино: истоки, предмет, перспективы. — М.: Знание, 1989.
55. Завгородня Л.В. Стереотипи породження та сприймання журналістського твору (на матеріалі газетних текстів): Автореферат дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 — журналістика / Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. — К., 2003.
56. Засурский И.И. Мас-медиа второй республики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. — 272 с.
57. Землянова Л.М. а Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. — 301 с.
58. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / НАН України. Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. — К.: Освіта, 1999. — 351 с.
59. Зотов И. Структура научного мышления. — М., 1973.
60. Зражевська Н.І. в Масова комунікація і культура: Лекції. — Черкаси: Брама-Україна, 2006. — 172 с.
61. Иванов В.Ф. Социология і журналістика: Тексти лекцій. — К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
62. Как провести социологическое исследование / Под ред. М.К.Горшкова, Ф.Э.Шереги. — М.: Политиздат, 1990.
63. Карлсон Дж. Телевизионное развлечение и политическая социализация // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 224-233.
64. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. — 206 с.
65. Кепплінгер Х.М. Вплив насильства у мас-медіа // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 104-114.
66. Кепплінгер Х.М., Ноель-Нойманн Е. Вплив мас-медіа // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 53-103.
67. Ковалев А.Г. Курс лекций по социальной психологии. — М.: Изд-во „Высшая школа”, 1972.

68. Коган В.З. Теория информационного взаимодействия: Философско-социологические очерки. — Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 1991. — 319 с.
69. Козлов Д.Ф., Липинский В.К. Теория и методы социологических исследований на путях перестройки: Проблемные лекции ф-та переподготовки кадров / Моск. ин-т управления им. Серго Орджоникидзе. — М.: МИУ, 1989.
70. Конрад Н.И. Ответное письмо А. Тойнби // Конрад Н.И. Избранные труды. — М., 1974.
71. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник. — М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997.
72. Копнин П.В. Диалектика как логика и теория познания.
73. Корню Д. Етика засобів масової інформації / Пер. з франц. С.Гринцевич. — К.: «К.І.С.», 2004. — 130 с.
74. Косериу Э. Синхрония, диахрония и история // Новое в лингвистике. — III. — М., 1963.
75. Костенко Н.В. Цінності і символи в масовій комунікації: Автореферат дис. ... докт. соціолог. наук: 22.00.04 / АН України. ІС. — К., 1994. — 32 с.
76. Котарбинський Т. Избр. произв. — М., 1963.
77. Кропотов Л.А. Журналистика на путях социологии: Методы социологического исследования в журналистской практике: Учеб. пособие. — Свердловск: УГУ, 1976. — 69 с.
78. Куртенэ де Б. Избранные труды по общему языкознанию. — В 2-х т. — М.: Изд-во АН СССР, 1963. — Т. 1.
79. Лазарфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Макаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире. — М., 2000.
80. Лазутина Г.В. Технология и методика журналистского творчества: Метод. Указания к курсу «Теория и практика советской журналистики» для студентов-заочников фак-в и отд-ний журналистики гос. университетов. — М.: Изд-во Моск.ун-та, 1988.
81. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: Глобальний підхід / Пер. з англ. О.Гриценка, С. та І.Гарастевич, А.Гриценко. — К.: К.І.С., 2002. — 264с.
82. Лауристин М.Й. О некоторых методологических вопросах анализа содержания массовой информации // Вопросы философии. — 1974. — N 6.

83. Лауристин М. О теоретических посылах контент-аналитических сообщений массовой коммуникации // Методологические и методические проблемы контент-анализа: (Тезисы докладов рабочего совещания социологов) / АН СССР. Институт социологических исследований; Отв. ред. А.Г.Здравомыслов. — М.-Л., 1973. — Вып. 1.
84. Левада Ю.А. Игровые структуры в системах социального действия // Системные исследования: Методологические проблемы: Ежегодник 1984. — М.: Наука, 1984.
85. Лотман Ю.М. О двух моделях коммуникации и их соотношении в общей системе культуры // Труды по знаковым системам. — Тарту, 1973. — Вып. 6. — С. 227-243. lepo.it.da.ut.ee/~avramets/TMSh.4sk.5sem.rtf
86. Лотман Ю.М. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки. — Санкт-Петербург: «Искусство-СПБ», 2000. — 704 с.
87. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика: Підручник. — Львів: ПАІС, 2005. — 176 с.
88. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А.Ю.Антоновского. — М.: Практикс, 2005. — 256 с.
89. Луман Н. Что такое коммуникация // Социологический журнал. — 1995. — № 3 — С. 114-128.
90. МакКуэл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 179-188.
91. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: Становлення людини друкованої книги. — К.: Ніка-Центр, 2001. — 464 с.
92. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).
93. Маклюэн М. Робкий гигант // Телевидение вчера, сегодня, завтра. Вып. 7. — М., 1987.
94. Мак-Комбс М. Встановлення пріоритетів: масмедіа і громадська думка / Пер. с англ. — К.: К.І.С., 2007. — 256 с.
95. Малахов В. Етика. — К.: «Либідь», 2001.

96. Марков В.А. Контент-анализ в комплексном исследовании функционирования прессы: (Опыт конкретно-социологического исследования): Автореферат дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10. — М., 1974.
97. Маркс К. Введение (Из экономических рукописей 1857-1858 годов) // Маркс К. и Энгельс Ф. Соч. — Т. 12.
98. Маркузе Г. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. — М.: АСТ, 2003. — 526 с.
99. Маслова О.М. Методика социологического исследования // Социология: Словарь-справочник. Т. 4. Социологическое исследование: Методы, методика, математика и статистика. — М.: Наука, 1991.
100. Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / Б.А.Грушин, Л.Н.Федотова, Е.Я.Таршис и др.; Под общ. ред. Б.А.Грушина, Л.А.Оникова. — М.: Политиздат, 1980. — 446 с.
101. Меріт Д. Громадянські активна журналістика: погляд редактора (Матеріали Програми сприяння парламентаві України). — 8 с.
102. Методика и техника конкретно-социологических исследований. — Вып. 1. — М., 1969.
103. Методика и техника конкретно-социологических исследований (Методическое пособие) / Под общ. ред. И.Ф.Надольного. — К.: Изд-во Киев. ун-та, 1968.
104. Методика социологических исследований: Курс лекций / Под ред. А.В.Тихонова. — Л.: Высш. проф. шк., 1975.
105. Методологические и методические основы социологического исследования:Метод. пособие / Левыкин И.Т., Осипов Г.В., Ионин Л.Г. и др.; Отв. ред. А.А.Росляков и И.Т.Левыкин; АН ТССР. Отд-ние философии и права. — Ашхабад: Ылым, 1985.
106. Методы современной математики и логики в социологических исследованиях. — М.: ИСИ АН СССР, 1977.
107. Миллер Э. Шарлоттский проект: как помочь гражданам взять демократию в свои руки. — М.: НИП, Виоланта, 1998.
108. Миллс Р. Инертное общество / Властвующая элита. — М., Иностранная литература, 1959.
109. Мильтон Д. О свободе печати. Речь к английскому парламенту (Ареопагитика) / Полный перевод с английского под редакцией П. Когана / <http://evartist.narod.ru/text2/28.htm>

110. Милль Дж. О свободе / Пер. с англ. А. Фридмана // Наука и жизнь. — 1993. — № 11. — С. 10–15; № 12. — С. 21–26.
111. Милль Дж. О свободе / Пер. с англ. А. Н. Неведомского // О Свободе. Антология мировой либеральной мысли (I половины XX века). — М.: Прогресс-Традиция, 2000. — С. 288–392.
112. Моль А. Социодинамика культуры. — М.: Прогресс, 1973. — 406 с.
113. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. — М., 1966.
114. Москаленко А.З. Ера інформації й демократичне суспільство // Вісник Київського університету. Сер. Журналістика. — 1996. — Вип. 3. — С. 3-16.
115. Мостепаненко М.В. Философия и методы научного познания. — Л., 1972.
116. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — 240 с.
117. Назарчук А. В. Этика глобализирующегося общества. — М.: Директмедиа Паблишинг, 2002. — 382 с.
118. Новик И.Б. Кибернетика: (философские и социологические проблемы). — М., 1963.
119. Ножин Е. Закон предшествования // Проблемы телевидения и радио: Исследования. Критика. Материалы. — М.: Искусство, 1971. — С. 43-51.
120. Ноель-Нойманн Е. Громадська думка // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 74-87.
121. Ньюсом Д., Тёрк ВанСлайк Д., Крукеберг Д. Всё о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. — 7-е изд. / Пер. с англ. — М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2001. — 628 с.
122. Об'єкт і метод соціологічних досліджень: (Матеріал 196 на допомогу лектору). — К., 1967.
123. Овсянников В.Г. Методология и методика в прикладном социологическом исследовании. — Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1989.
124. Олдырева Л.П. Аннотированная библиография по тематике научного семинара «Семиотика средств массовой коммуникации» // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973. — С. 384-419.
125. Павлов Т. Избранные произведения: В 10 т. — Т. 3. — М., 1962.

126. Паниотто В.И., Максименко В.С. Количественные методы в социологических исследованиях. — К.: Наукова думка, 1982.
127. Партико З.В. Образна концепція теорії інформації. — Львів: ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2001. — 133 с.
128. Пиаже Ж. Психология, междисциплинарные связи и система наук. — М., 1966.
129. Потятиник Б.В. Медіа: ключі до розуміння. — Львів: ПАІС, 2004. — 312 с.
130. Почепцов Г.Г. Информационные войны. — М.: «Реал-бук», 2000. — 576 с.
131. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. — К.: Альтер-пресс, 2008. — 408 с.
132. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. — К.: ВПЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
133. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. — 656 с.
134. Прайс М. Телевидение, коммуникации и переходной период: право, общество и национальная идентичность. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000. — 336 с.
135. Практикум по прикладной социологии / Под ред. Б.В.Князева, Н.И.Дряхлова, В.Я.Нечаева. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987.
136. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. — М.: «РИП-холдинг», 1998. — 310 с.
137. Прохоров Е.П. К вопросу о практическом использовании социологического знания // Опыт и перспективы конкретных социологических исследований журналистики / Отв. ред. В.П.Васильев; АОН при ЦК КПСС. Каф. журналистики. — М.: АОН при ЦК КПСС, 1984.
138. Прохоров Е.П. Методологические основы публицистического творчества // Методы журналистского творчества / Под ред. В.М.Горохова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982.
139. Прохоров Е.П. Семиотические проблемы деятельности средств массовой информации // Семиотика средств массовой коммуникации: Науч. семинар: В 2-х ч. — М.: Изд-во Моск. ун-та. — Ч. 1. — 1973. — С. 50-57.
140. Пруха Я. Теория речевой деятельности и исследования массовой коммуникации // Основы теории речевой деятельности. — М., 1974.

141. Рабочая книга социолога / Отв. ред. Г.В. Осипов. — М.: Наука, 1983.
142. Рамишвили Г.В. Социология и лингвистика (Ф. де Соссюр) // Социологические исследования. — Тбилиси: Изд-во Тбилисского ун-та, 1971. — С. 126-154.
143. Рензина И.М. Роль теории в обосновании методов социологического исследования: Автореферат дисс. ... канд. филос. наук. — М.: Изд-во МГУ, 1977. — 24 с.
144. Ритцер Дж. Современные социологические теории. — 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002. — 688 с.
145. Різун В.В. а Теорія масової комунікації // <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>
146. Сапунов В.И. Теоретико-методологический анализ современного медиапространства Запада в контексте концепций информационного общества // Акценты: Альманах. — Выпуск 7-8 (56-57). — Воронеж — 2005. — С. 6-17.
147. Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. — М.: «Вагриус», 1998. — 223 с.
148. Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей: Очерки теории прагматических коммуникаций. — М.: КГ «ИМИДЖ-Контакт», 2003. — 256 с.
149. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. — СПб., 2002 http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=398
150. Соловьев А. Факультет медиавистики БГУ // Журналістыка — 2005: на скрыжаванні часу і прасторы: Матэрыялы 7-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. — Вып. 7. — Мінск, 2005. — С. 93-95.
151. Сорокин П.А. Система социологии. — Т. 1. Социальная аналитика. — Л., 1920.
152. Сорокин Ю.А. Психолингвистические аспекты изучения текста. — М., 1985.
153. Соссюр де Ф. Курс общей лингвистики. — М., 1933.
154. Социологический справочник / Сост.: В.И.Тарасенко, В.И.Паниотто, А.И.Вишняк; Под общ.ред. В.И.Воловича. — К.: Политиздат Украины, 1990. — 382 с.
155. Социология сегодня: Проблемы и перспективы: Американская буржуазная социология середины XX века / Сокр. пер. с англ. Общ. ред. Г.В.Осипова. — М.: Прогресс, 1965.

156. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 455 с.
157. Стефанов Н. Теория и метод в общественных науках / Пер. с болг. И.С.Морозовой. — М.: Прогресс, 1967.
158. Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада: 2-е изд., перер. и доп. — М., 2000. — 224 с.
159. Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра. — К., 1997.
160. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2003. — 400 с.
161. Феллер М.Д. Текст як модель комунікативного акту (комунікативна ефективність тексту) // Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту: Зб. ст. / Різун В.В., Мамалига А.І., Феллер М.Д. — К.: РВЦ «Київський університет», 1998.
162. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса / Пер. с англ. — СПб.: «Речь», 2000. — 320 с.
163. Философская энциклопедия: В 5 т. — М., 1964.
164. Философский энциклопедический словарь. — М.: Политиздат, 1983.
165. Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — С. 174-179.
166. Фінклер Ю.Е. Мас-медіа та влада: Технологія взаємин: Монографія. — Львів: Аз-Арт, 2003. 212 с.
167. Фрідман Ю.Л. Методи, методика та напрями дослідження зарубіжних засобів масової інформації: Дис. ... магістра: Спеціальність журналістика. — К., 2006. — 110 с.
168. Хабермас Ю. Демократия, разум, нравственность: Московские лекции и интервью. — М.: Academia, 1995.
169. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. — М: Наука, 2001. — 384 с.
170. Хайдеггер М. Бытие и время. — М., 1997. http://lib.ru/HEIDEGGER/bytie.txt#_Тoc459301282
171. Хрестоматія по інформатике / Юдаев А.В. (сост.) <http://www.i-u.ru/biblio/archive/noname%5Fhrestpoinf>
172. Чопп К., Донгес П. Політична комунікація // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Іванова, В.Різуна. — К., 2001. — С. 115-143.

173. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 248 с.
174. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. — Ч. 1. Техника и технология сбора и обработки информации. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 264 с.
175. Шенк М. Міжособистісна комунікація // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 566-579.
176. Шенк М. Переконання // Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В.Ф.Іванова. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 566-579.
177. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. — Екатеринбург, 2003. — 142 с.
178. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. — М., 1984.
179. Шиллингер Э. Проблемы и перспективы развития журналистской этики в России // <http://www.medialaw.ru/selfreg/5/08.htm>
180. Шкробко О.М. Применение коммуникационной модели Уэстли и Маклина к сетевым СМИ // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В.И.Конькова. — СПб.: Роза Мира, 2003. — С. 228-229.
181. Шульц В. а Новина // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 502-537.
182. Шульц В. б Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. — К.: АУП, ЦВП, 2007. — С. 619-646.
183. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума» / Бердянский государственный педагогический институт. — Бердянск, 2001. — 252 с.
184. Эко У. Инновация и повторение // Философия эпохи постмодерна. — Минск, 1996.
185. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — СПб., 1998.
186. Этика СМИ. — М.: КноРус, 2003. — 260 с.

187. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / Отв. ред. В.Н.Иванов. — Изд. 2-е, перераб. и доп. — М.: Наука, 1987.
188. Яковлев И.П. Теория «привратника» о селекции информации // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В.И.Конькова. — СПб.: Роза Мира, 2003. — С. 233-234.
189. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. — № 12. — С. 17-23.
190. Ясперс К. Смысл и назначение истории: Пер. с нем. — М.: Политиздат, 1991. — 527 с. (Мыслители XX в.)
191. Яцимирська М. Психологічний феномен в сучасній комунікативістиці // Збірник праць кафедри української преси. Вип. 3. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. — С. 368-370.
192. Altshull G.H. Agents of Power: the role of news media in human affairs. — New York and London: Longman, 1984.
193. Anders G. Die Antiquiertheit des Menschen. Munchen: Beck, 1956.
194. Ball-Rokeach S., DeFluer M.L. A dependency model of mass media effects // Communication Research. — 1976. — 3.
195. Bandura A. Psychological Modeling: Convicting Theories. — Chicago, 1971.
196. Baudrillard J. Videowelt und fraktales Subjekt. 1989.
197. Bauer R. The process of influence from the point of view of social communication // C.Hollander. Current perspectives in social psychology. — N.Y., 1968.
198. Berelson B. Communication and Public Opinion // Communication in Modern Society. — Urbana, 1948.
199. Berger A.A. Media Analysis Techniques. — London: Sage, 1991.
200. Bourdieu P. In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology. — Cambridge, UK: Polity Press, 1990.
201. Brosius H.-B., Kepplinger H.M. The Agenda-Setting Function of Television News // Communication Research. — 1990. — 17. — P. 183-211.
202. Buckley W. Sociology and Modern System Theory. — Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Buffalohead, W.Roger, 1967.
203. Cazaneuve J. Les pouvoirs de la television. Gallimard. — P., 1970.

204. Cohen B.C. The Press and the Foreign Policy. — Princeton, NJ: Princeton University, 1963.
205. Cooley Ch.H. The Significance of Communication // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by Berelson B., Janowitz M. — New York, 1953.
206. Davison W.Ph. The Third-Person Effect in Communication // Public Opinion Quarterly. — 1983. — 47. — P. 1-15.
207. Dearing J.W., Everett M.R. Agenda-Setting. — Thousand Oaks usw. (Communications Concepts 6), 1996. — 187 p.
208. Donohue G.A., Tichenor P.J., Olein C.N. Mass Media and Knowledge Gap // Communication Research. — 1975. — 2.
209. Donsbach W. Medienwirkung trotz Selektion. Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten. — Köln, 1991.
210. Erikson E. The Life Cycle Completed. — New York: Norton, 1982.
211. Fages J.B. Comprendre le structuralisme. — Paris, 1968.
212. Fages J.B. Dictionnaire des media. — Paris, 1971.
213. Faia M.A. Dynamic Functionalism: Strategy and Tactics. — Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
214. Feshbach S. The Stimulation Versus Cathartic Effects of a Vicarious Aggressive Activity // Journal of Abnormal and Social Psychology. — 1961. — 63. — P. 381-385.
215. DeFleur M., Dennis E. Understanding Mass Communications. A Liberal Arts Perspective. — Boston, Toronto, Geneva, Illinois, Palo Alto, Princeton, New Jersey, 1996.
216. DeFleur M. The Theories of Mass Communication. — N.Y.: David McKay, 1966.
217. Folliet J. L'information moderne et le droit à l'information. — Lyon-Paris, 1969.
218. The free press in the world. — Naples, 1957.
219. Früh W., Schönbach K. Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen // Publizistik. — 27 (1982). — S. 74-88.
220. Funkhouser G.R. The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion // Public Opinion Quarterly. — 1973. — 37. — P. 62-75.
221. Funkhouser G.R. Trends in Media Coverage of the Issues of the Sixties // Journalism Quarterly. — 1973. — 50. — P. 533-538.

222. Galtung J., Ruge M. The Structure of Foreign News: The Presentation of Congo, Cuba and Cyprus in four Foreign Newspapers // *Journal of International Peace Research*. — 1965. — # 1. — P. 17-32.
223. Gerbner G., Gross L., Jackson-Beeck M., Jeffries-Fox S., Signorielli N. Cultural Indicators: Violence Profile. — # 9 // *Journal of Communication*. — 1978. — # 28.
224. Gerbner G., Gross L., Morgan M., Singorelly N. Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientations // *Journal of Communications*. — 1982. — 32. — P. 100-127.
225. Gerbner G., Gross L., Singorelly N., Morgan M., Jackson-Beeck M. The Demonstration of Power: Violence Profile No 10 // *Journal of Communications*. — 1979. — 29. — P. 177-196.
226. Gerbner G. Mass media and human communication theory // *Human Communication Theory / Dance F.E.X. (ed.)*. — N.Y.: Holt, Rinehart and Winston, 1967. — P. 40-57.
227. Gray J.A. The neuropsychology of anxiety: An enquiry into the functions on the septohippocambal system. — Oxford, New York: Clarendon Press, 1982. — 132 p.
228. Grimm J. Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität—Erregungsverläufe — sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen. — Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. — 163 p.
229. Habermas J. *Communication and the Evolution of Society*. — Boston: Beacon Press, 1979.
230. Habermas J. *Der Philosophische Diskurs der Moderne*. — Frankfurt am Main, 1985.
231. Habermas J. *The Theory of Communicative Action*. — Vol. 2. *Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. — Oxford-Cambridge, 1987.
232. Habermas J. *Toward a Rational Society*. — Boston: Beacon Press, 1970.
233. Habermas J. *Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz* // Habermas J., Luhmann N. *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie?* — Frankfurt a.m., 1971.
234. Hagen L. *Informationsqualität von Nachrichten. Messmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*. — Opladen, 1995.

235. Hannerz U. Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning. — New York: Columbia University Press, 1992.
236. Harris H., Spark D. Practical newspaper reporting. — London, 1966.
237. Harvey D. The Condition of Postmodernity. — London, 1989.
238. Head S. Broadcasting in America. A Survey on Television and Radio. — Boston-Atlanta-Dallas-Geneva-Illinois-New Jersey-Palo Alto-London, 1976.
239. Heider F. Social Perception and Phenomenal Causality // Psychological Review. — 1944. — 51. — P. 358-374.
240. Henderson Britt S. Are So Called Successful Advertising Campaign Really Successful? // Journal of Advertising Research. — 1969. — 335. — P. 46-48.
241. Herzog H. Motivations and Gratifications of Daily Serial Listeners // Radio Research, 1942-1943 / Ed. by P.Lazarsfeld and F.Stanton. — New York, 1944.
242. Hirsch P.M. Occupational, Organizational, and Institutional Models in Mass Media Research: Towards and Integrated Framework // Strategies for Communication Research / P.M.Hirsch u.a. (Hrsg.). — Beverly Hills, 1977. — P. 13-42.
243. Horton D., Wohl R. Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance // Psychiatry, vol. 16. — 1956. — 79 p.
244. Iyengar Sh., Kinder D.R. More Than Meets the Eye: TV News, Priming, and Public Evaluations of the President // Comstock G.A. (Hrsg.) Public Communication and Behavior. — Orlando, 1986. — P. 135-171.
245. Jameson F. Postmodernism, or Cultural Logic of Late Capitalism. — Durham, 1991.
246. Katz E., Lazarsfeld P.F. Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Communications. — N.Y.: Free Press, 1955.
247. Key V.O. Public Opinion and American Democracy. — N.Y., 1961.
248. Klapper J. The Effects of Mass Communication. — Glencoe (Il), 1966.
249. Kreuzer H. Fernsehforschung und Fernsehkritik. — Goettingen, 1980.
250. Krippendorff K. Information Theory. Structural Models for Qualitative Data. Beverly Hills (Ca), 1986.

251. The language of social research: A reader in the methodology of social research / Ed. by P.F.Lazarsfeld & M.Rosenberg. — Glencoe: Free Press, 1962.
252. Lash S. Introduction // Post-Structuralist and Post-Modernist Sociology. — Aldershot, Eng.: Edward Elgar, 1991. — P. ix-xv.
253. Lasswell H.D. Propaganda // Jackall R. Propaganda. — N.Y.: University Press, 1995.
254. Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society // The Communication of Ideas / Ed. L. Bryson, L.B.Harber. — N.-Y.: Harper and Brothers, 1948.
255. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in the Presidential Campaign. — New-York: Free Press, 1944.
256. Lazarsfeld P., Merton R. Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action // The Communication of Ideas / Ed. L. Bryson, L.B.Harber. — N.-Y.: Harper and Brothers, 1948.
257. Lippmann W. Public Opinion. — N.Y.: MacMillan Company, 1957.
258. Luhmann N. Ökologische Kommunikation. — Opladen, 1986.
259. Luhmann N. Weltgesellschaft // Niklas Luhmann: Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft. Opladen, 1975.
260. McCombs M.E., Shaw D.L. The agenda setting function of mass media // Public Opinion Quarterly. — 1972. — Vol. 36. — P. 176-187.
261. McGuire W. The Myth of Massive Media Impact: Savagings and Salvations // Public Communication and Behaviour. — 1986. — Vol. 1. — P. 173-257.
262. McLean's. — 1977. — March 7.
263. McLuhan M. At the Moment of Spurnik... // Journal of Communication. — Winter, 1976. — P. 48-58 (Пер. В.П.Терина).
264. McLuhan M. Culture of Our Business. — N.Y., Toronto, 1970.
265. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man. — Toronto: University of Toronto Press, 1962.
266. McLuhan M. Hot & Cool. — N.Y., 1967.
267. McLuhan M., McLuhan E. Laws of Media: The New Science. — Toronto, 1988.
268. McLuhan M. The medium is the message. A bantam book. — N.Y.-Toronto-London, 1967.
269. McLuhan M. Understanding media: The Extension of Men. — N.Y., 1964.

270. McNelly J.T. Intermediary Communicators in the International News // *Journalism Quarterly*. — 1959. — # 27. — P. 176-181.
271. McQuail D., Blumer J.G., Brown J.R. The Television Audience: A Revised Perspective // McQuail D. (Hg.) *Sociology of Mass Communications*. — Harmondsworth, 1972. — P. 135-165.
272. McQuail D. *Mass Communication Theory: An Introduction*. — L.: Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi, 1987.
273. McQuail D. *Mass Communication Theory. An Introduction*. — London: Sage, 1993.
274. McShane D. *Using the media*. — London, 1979.
275. Maslow A.H. *Motivation and Personality*. — New York: Harper, 1954.
276. Maslow A.H. *Toward a Psychology of Being*. — Princeton (NJ): Van Nostrand, 1962.
277. Mead G.H. *Mind, Self and Society*. — Chicago, 1934.
278. Merrill J.C. *The imperative of freedom*. — New York: Hastings House, 1974.
279. *Le Monde*. — 1977. — 18 oct.
280. Murdock G., Golding P. *Capitalism, Communication and Class Relations // Mass Communication and Society / Ed. By J.Curran and al.* — London, 1977.
281. Neuman W.R. *The Threshold of Public Attention // Public Opinion Quarterly*. — 1990. — Vol. 54. — P. 159-176.
282. Noelle-Neumann E. *Advances of Spiral of Silence Research // KEIO Communication Review*. — 1989. — № 10.
283. Nordenstreng K., and Pielilainen J. *Normative Theories of the Media: Lessons from Russia // Media, Communications and the Open Society / Ed. By Y.N.Zassoursky and E.Vartanova*. — M., 1999.
284. Perloff R.M. *Third-Person Effect Research 1983-1992: A Review and Synthesis // International Journal in Public Opinion Research*. — 1993. — 5. — P. 167-184.
285. Piatila V. *On the Effects of Mass Media: Some Conceptual Viewpoints // Berg M. at all (eds.) Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. — Grenaa: GMT, 1975.
286. Postman N. *Amusing Ourselves to Death*. — Penguin Books, 1985.
287. Rayburn J.D., Palmgreen Ph. *Merging Uses and Gratifications and Expectancy-Value Theory // Communication Research*. — 11 (1984). — P. 537-562.
288. Riesman D. *La foule solitaire*. — P., 1964.

289. Roberts D., Maccoby M. Effects of Mass Communication // G.Lindzey, E.Aronson (Hg.) The Handbook of Social Psychology. — 1985. — Vol. 2. — P. 539-598.
290. Robinson J.P. Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step Flow Hypotheses // Public Opinion Quarterly. — 1976. — 40. — P. 304-319.
291. Rogers E.M. The Diffusion of Innovations. — N.Y., 1983.
292. Rosenberg M.J. Cognitive Structure and Attitudinal Affect // Journal of Abnormal and Social Psychology. — 1956. — 53. — P. 367-372.
293. Rosengren K.E. From field to frog ponds // Journal of communication. — 1993. — 43 (3).
294. Schenk M. Soziale Netzwerke und Kommunikation. — Tübingen, 1984.
295. Schiller H. The mind managers. — Boston, 1973.
296. Schramm W. The challenge to communication research // Introduction to mass communication research / Ed. by P.Nafziger, D. White. — Louisiana State Univ. Press, 1968.
297. Schramm W. a How Communications Works // Schramm W. (Hrsg.) The Process and Effects of Mass Communication. — Urbana (II), 1954. — P. 3-26.
298. Schramm W., Lyle J., Parker E.B. Television in the Lives of Our Children. — Stanford (CA): Stanford University Press, 1961.
299. Schramm W. The nature of communication between humans // The process and effects of effects of mass communication. — Urbana, 1972. — P. 3-53.
300. Schramm W. The nature of news // Journalism Quarterly. — 1949. — 26. — P. 259-269.
301. Schramm W. b The Process and Effects of Mass Communication. — Urbana, 1954.
302. Schulz W. Ausblick am Ende des Holzweges? Eine Übersicht über die Ansätze der neuen Wirkungsforschung // Publizistik. — 1982. — 27. — S. 49-73.
303. Schulz W. Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. — Freiburg, 1976.
304. Schulz von Thun F. Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation. — Reinbek, 1981.

305. Sears D.O., Freedman J.L. Selective Exposure to Information: A Critical Review // *Public Opinion Quarterly*. — 1967. — 31. — P. 194-213.
306. Shoemaker P.J., Reese S.D. *Mediating the Message. Theories of Influence of Mass Media Content*. — New York-London, 1991.
307. Sloterdijk P. *Kritik der zynischen Vernunft*. — Frankfurt a. M., 1983. Bd. 2.
308. Smythe D. Some Observations on Theory of Communications // *Audio-Visual Communication Review*. — 1954. — Vol. 2.
309. Stephenson W. *Play Theory of Mass Communication*. — Chicago, 1967.
310. *Television Quarterly*. — 1967. — N 3.
311. Tenny A. The scientific analysis of the press // *Independent*. — 1912. — Vol. 73.
312. White D.M. The “Gatekeepers”: A Case Study in the Selection of News // *Journalism Quarterly*. — 1950. — # 36.
313. Williamson J. *Decoding advertisements. Ideology and meaning in advertising*. — London etc., 1978.
314. Wright Ch. *Functional analysis and mass communication* // Dexter L.A., White D.M. (eds.). *People, society and mass communication*. — N.Y., 1964.
315. Wright Ch. *Mass Communications. A Sociological Perspective*. — N.Y., 1986.
316. Галлін Д.С., Манчіні П. *Сучасні медіа системи: три моделі відносин ЗМІ та політики / Пер. з англ. О.Насика*. — К.: Наука, 2008. — 320 с.
317. Прозоров А. В поисках определения термина «информация» // <http://soc.lib.ru/su/515.rar>.



Луман Ніклас. Реальність мас-медіа. / За ред. Іванова В. та Мінакова М. – К.: ЦВП, 2010 – 158 с.

ISBN 978-966-2123-21-0

Книга «Реальність мас-медіа» вперше вийшла 1996 року в Німеччині і стала бестселером, витримавши кілька перевидань. Ця праця є фундаментальним твором і розглядає мас-медіа та медіа-суспільство з досить несподіваної точки зору: розробленого самим Н. Луманом системного підходу. Найбільш відома цитата з цієї книги, яка розкриває сутність медіа-суспільства, звучить так: «Те, що ми знаємо про наше суспільство, і навіть про світ, в якому ми живемо, ми знаємо з мас-медіа».

Валерій Іванов. Аспекти масової комунікації / Монографія из п'яти частей. Часть I. Информация и коммуникация. Часть II. Массовая коммуникация. Часть III. Теории и модели массовой коммуникации. Часть IV. Информационное общество. Часть V. Глобализация.

Монографія предназначена для студентів, аспірантів, преподавателей і научних работников, в сферу інтересів яких входять вопросы масової комунікації.



Горденко Л. М. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси: Монографія. – К.: Центр Вільної Преси, 2010. – 172 с. – Бібліогр.: с. 150-172.

ISBN 978-966-2123-18-0

У монографії розглядаються основні етапи розвитку і становлення мережі інтернет та інформаційно-комунікаційних ресурсів у ній; аналізуються правові взаємини держави та мережевих комунікацій; систематизуються типологічні ознаки мережевих видань. Монографія розрахована на наукову спільноту, що вивчає питання мережевих комунікацій, а також на студентів інститутів і факультетів журналістики і видавничої справи та редагування.

Міхаель Халер. Інтерв'ю.: Навчальний посібник / За загал. ред. В. Ф.Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. – 404 с.

ISBN 978-966-2123-06-7

Міхаель Халер є професором журналістики в Лейпцизькому університеті. До цього він 25 років працював журналістом – спершу газетним репортером, потім редактором газети «Шпигель», а пізніше відповідальним редактором газети «Цайт».



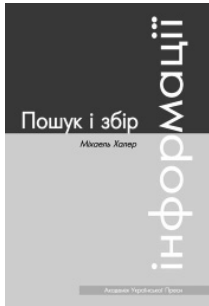
**ВИДАННЯ ЗДІЙСНЕНІ ЗА ПІДТРИМКИ
МІЖНАРОДНОГО ФОНДУ “ВІДРОДЖЕННЯ”**

Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За заг. ред. В. Ф.Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. – 780 с.

BN 966-7181-95-2

У цьому довіднику Ви знайдете інформацію про:

- історію преси, радіо, телебачення і кіно;
- правові та економічні структури медіа-системи;
- журналістику як професію;
- теорії та методи дослідження комунікації;
- вплив мас-медіа.



Міхаель Халер. Пошук і збір інформації: Навчальний посібник / За заг. ред. В. Ф.Іванова та А. Коль. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2006. – 308 с.

ISBN 966-7181-93-6

Пошук і збір інформації ще ніколи не були такими важливими як в епоху Інтернету. Усе знання цього світу здається доступним. Але що є справді новим, що достовірним? Ключ до вирішення проблеми називається «методичний пошук і збір інформації». Доступно, систематично і з використанням численних прикладів Міхаель Халер розповідає про основи пошуку і збору інформації.

Вальтер фон Ла Рош. Вступ до практичної журналістики: Навчальний посібник / За заг. ред. В. Ф.Іванова та А. Коль. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2005. – 229 с.

ISBN 966-7181-87-1

Книга дає випробувати часом та підтвержені досвідом відповіді на масу запитань пов'язаних з професійною діяльністю журналістів. А ще вона пропонує довідкову інформацію про сучасні методи журналістської роботи та можливості здобуття журналістської освіти.



Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За заг. ред. В. Ф.Іванова. – К.: Академія Української Преси, 2004. – 262 с.

ISBN 966-7181-73-1

“Новинна журналістика. Посібник та стандарти якості журналістської практики” написана на основі книжки “Пишемо новини”, що вийшла друком у 1988 році і після того багато разів перевидавалася, ставши таким чином одним з найбільш вдалих і найуспішніших підручників із журналістики. Ця книга є ґрунтовним викладом основ журналістики.

**ВИДАННЯ ЗДІЙСНЕНІ ЗА ПІДТРИМКИ
МІЖНАРОДНОГО ФОНДУ “ВІДРОДЖЕННЯ”**

Навчальне видання

Валерій Феліксович ІВАНОВ

Основні теорії масової комунікації
і журналістики

Літературний редактор А. Пилипенко

Верстка Є. Цимбаленко

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 15,9. Підписано до друку 06.12.2010 р.
Зам. №215. Наклад 1000 екз.

Віддруковано СПД Цимбаленко Є. С.
свідоцтво ДК 2976 від 14.09.2007 р.
м. Київ, вул. Затишна 7б, б. 120
(44) 229 85 43