

## Соціальні комунікації в роботах українських дослідників

У статті йдеться про результати дослідження соціокомунікативних процесів. Автор акцентує увагу на базовому складнику цих процесів – масовій комунікації.

**Ключові слова:** соціокомунікативні процеси, масова комунікація, соціальна комунікація, комунікативні технології, розвиток культури, людська свідомість.

### **Kurban Oleksandr. Social communication in the works of the Ukrainian researchers.**

The article concerns the results of researching of social and communicative processes. The author pays special attention to the base constituent of these processes - mass communication.

**Keywords:** social and communicative processes, mass communication, social communication, communicative technologies, development of culture, human consciousness.

### **Курбан О. В. Социальные коммуникации в работах украинских исследователей.**

В статье речь идет о результатах исследования социокоммуникативных процессов. Автор акцентирует внимание на базовой составной части этих процессов – массовой коммуникации.

**Ключевые слова:** социокоммуникативные процессы, массовая коммуникация, социальная коммуникация, коммуникативные технологии, развитие культуры, человеческое сознание.

Як свідчить аналіз робіт вітчизняних дослідників тематика соціокомунікативних процесів була не дуже популярною протягом останніх двох десятиліть. На наш погляд така пасивність у вивченні сфери соціальних комунікацій була обумовлена її неактуальністю і відсутністю фактичної необхідності в глибоких дослідженнях. Наявна практика не потребувала цього. Спілкування на рівні суспільства в цілому та між окремими її представниками відбувалося за старою радянською схемою, яка була доволі проста. Вона діяла переважно в однобічному лінійному форматі.

Наявні поодинокі розробки стосувалися перш за все однієї з базових складових соціокомунікативних процесів – масовій комунікації. Глибші дослідження в цьому плані фактично не проводилися.

Однією з перших наукових робіт, присвячених дослідженню теоретичних питань соціокомунікативних процесів – феномену масової комунікації, у пострадянській Україні була монографія Н. В. Костенко "Ценности и символы в массовой коммуникации" (1993 р.). У своєму дослідженні авторка презентує досвід вивчення масової комунікації як особливого стану суспільства, де соціальний суб'єкт співставляє себе із ціннісними системами соціуму, що виражені низкою символічних фактів. Н. Костенко вбачає в масовій комунікації змагання ціннісних інтерпретацій світу та суспільства, що створюються соціальним суб'єктом перманентно. За її визначенням масова комунікація формує повсякденність, соціум та алгоритми його існування через опосередкування із економічними, соціальними та культурними впливами [1].

Одним з найважливіших практичних здобутків у роботі Н. В. Костенко стала презентація методики контент-аналізу текстів в засобах масової інформації, яка спрямована на вивчення зага-

льних тенденцій та конкретних проявів тих чи інших явищ, що мають місце у житті соціуму [1].

Оцінюючи важливість розробок Н. Костенко, слід зазначити, що вони носять переважно загальний характер, застосовуючи інструментар та понятійний апарат, які більш притаманні філософії та культурології. Це накладає відбиток на специфіку самої роботи. На жаль, усі визначення, що дані авторкою не підкріплюються практичними прикладами.

Серед суміжних наук та науково-практичних дисциплін найближче всього до вивчення питань розвитку соціальних комунікацій стоїть теорія і практика системних зв'язків з громадськістю – паблік рілейшнз. Це обумовило той факт, що саме представники цієї сфери першими порушили питання розвитку в пострадянській Україні соціокомунікативних процесів. Найвідоміші серед них – засновники вітчизняного теорії і практики піару Г. Г. Почепцов, В. Г. Королько та В. А. Мойсеев.

Із зазначених вище дослідників глибше за всіх комунікаційні процеси вивчав Г. Г. Почепцов. У своїй монографії "Коммуникативные технологии двадцатого века" він дав системний аналіз загальної історії розвитку соціальних комунікативних технологій і визначив, що саме в минулому столітті вони набули апогею свого розвитку, особливо в питаннях впливу на розвиток культури та людської свідомості [2]. Автор впевнений, це сталося тому, що ХХ століття було високотехнологічним, людство зсунулося у бік створення інформаційної цивілізації та надзвичайно зросло значення громадської думки [2].

Соціальну комунікацію Почепцов визначає як процес перекодування вербальної сфери в невербальну та навпаки, невербальну у вербальну. На його думку, така комунікація носить дещо примусовий характер і розкриває певні тенденції та факти, що мають місце в процесах розвитку су-

спільства [3]. Соціальну комунікацію Г. Г. Почепцов розглядає як міжрівневу передачу інформації. При цьому визначає монологічні (однобічна) та діалогічні (багатостороння) комунікаційні моделі, що є найбільш типовими для сучасного етапу розвитку людського суспільства [2].

Важливою частиною доробок Г. Г. Почепцова стала спроба класифікувати види соціальних комунікацій. Визначаючи рівні соціокомунікаційних процесів, цей дослідник виділяє ієрархічний (пріоритетність прямого зв'язку) та демократичний (пріоритетність зворотнього зв'язку). Для першого рівня наказ є фактичною нормою, для другого – переконанням [3]. Також він поділяє комунікацію на письмову та усну. При цьому визначає, що письмова інформація не є звичайною фіксацією усної, вбачаючи між ними велику різницю щодо цілі та засобів висловлення [3].

На думку Почепцова, соціальні комунікації можуть бути формальними (офіційні) та неформальними. Міжнародні та міжмовні чинники призводять до появи міжнародної та міжкультурної комунікацій [2].

Одним з найцікавіших практичних аспектів наукових розвідок Г. Г. Почепцова стала розробка правила комунікаційного квадрата, що встановлює та регулює взаємодію між транслятором та отримувачем інформації, як рівноправними учасниками комунікаційного процесу [2]. При чому чим більше об'єм отримуваної інформації, тим більший результат та ефективність самого процесу.

Важливість розробок Г. Г. Почепцова полягає в тому, що він першим серед вітчизняних науковців розглядав соціокомунікаційні процеси через застосування інструментарію та особливостей професії піарщика, іміджмейкера, спіндоктора, кризового менеджера, прес-секретаря. Це дало йому можливість уперше системно підвести під теоретичні розробки практичну основу. Спираючись на сучасні напрацювання іноземних дослідників та українську практику Г. Почепцов фактично сформував власну модель та систему оцінки соціальних комунікацій. Зазначена модель має серйозне наукове обґрунтування, широку систему аргументації та масштабну структуру. Це є її перевагою, але разом з тим і певною вадою для широкого застосування на практиці. Створивши потужну теоретичну модель, дослідник, на жаль, не спустив її до практичного рівня, що потребує "перекладення" її на мову робочих термінів і понять, що супроводжують PR-процес.

У роботах В. Г. Королька також, як і у попереднього дослідника, аналізуються теоретичні та практичні надбання останнього століття. Він наголошує на необхідності чіткого розуміння та сегментації поняття соціального комунікаційного процесу, який доволі часто помилково ототожнюють суто з процесом інформування [4].

Аналізуючи соціокомунікаційний процес у контексті застосування технологій зв'язків з громад-

ськістю, В. Г. Королько спирається на модель У. Шрама, яку вважає найбільш адекватною, бо вона передбачає двосторонній процес зв'язку [4].

У роботах В. Г. Королька не дається поглибленого аналізу структури і особливостей комунікаційних процесів. Автор не пропонує також і власної системи оцінки їхніх механізмів. Утім, важливим у його розробках є переведення сучасних теоретичних схем соціокомунікаційних процесів на мову практиків, що працюють у сфері зв'язків з громадськістю. Зазначений "переклад" ілюструється великою кількістю практичних прикладів та супроводжується презентацією певної кількості алгоритмічних схем PR-процедур.

Аналогічні підходи до вивчення соціокомунікаційних процесів демонструє В. А. Мойсєєв [5]. Вивчаючи зазначений аспект з точки зору застосування технологій системних зв'язків з громадськістю він наголошує на необхідності використання сучасних знань і напрацювань при вирішенні завдань розбудови системних комунікаційних процесів.

Важливою подією в практичній та теоретичній сферах щодо вивчення досліджуваної теми став вихід монографії "Масова комунікація" (1997 р.) [6], який у форматі навчального посібника узагальнив сучасні знання про комунікації та зокрема масовокомунікаційний процес. Головний акцент у цій роботі було зроблено на аналізі діяльності масмедіа і, на наш погляд, занадто збільшено їх значення в загальному комунікативному процесі.

Практичне значення і застосування соціальних комунікаційних процесів наприкінці 90-х досліджував В. Іщук. Зокрема він зазначав, що масові комунікації у кожній державі виконують функції інформування з метою ідеологічного, політичного, економічного, психологічного або організаційного впливу на оцінки, думки і поведінку громадян [7]. На думку цього дослідника, в усіх цивілізованих державах формується власне інформаційне поле, яке підтримує відчуття мовної, культурної і політичної єдності суспільства, сприяє ідентифікації громадян із державою [7].

Досліджуючи теоретичні аспекти комунікаційних процесів, інший український дослідник Д. Дуцик, намагається визначити поняття соціальної комунікації. На думку цього дослідника, термін "комунікація" має чотири базових значення: універсальне, технічне, біологічне і соціальне. Останнє, на думку Д. Дуцика, використовується для визначення і характеристики численних зв'язків і відносин, що виникають у людському суспільстві [8].

У роботах В. В. Різуна соціальна комунікація подається як спілкування, і є обумовленим ситуацією та соціально-психологічними особливостями комунікаторів процесом, що передбачає встановлення та підтримку контактів між членами певної соціальної групи чи суспільством в цілому. Така комунікація відбувається на основі духовного, про-



фесійного чи будь-якого іншого об'єднання учасників комунікації. А сама комунікація відбувається у вигляді інтелектуально-розумових та емоційно-вольових актів – актів віщування, паралінгвістичного характеру, психофізичного впливу, актів сприйняття і розуміння, які пов'язані з процесами збирання фактів, їх збереження, аналізу, обробки, оформлення, розповсюдження, сприйняття і розуміння. Це стається за допомогою різноманітних знакових систем, зображень, звуків, засобів комунікації, засобів зв'язку. В. Різун визначав агресивну природу процесу соціальної комунікації, бо під час його реалізації відбувається вплив, який може бути грубим, носити неочікуваний характер та ін. [9].

Серед суто теоретичних наукових та науково-практичних досліджень окремо стоїть низка видань, присвячених вивченню аспекту юридичного супроводження різного роду комунікаційних процесів. Серед цього загалу особливе місце займає робота "Україна на шляху до інформаційного суспільства" (2004 р.) [10]. Окрім публікації тематичних нормативно-правових актів автори дали аналіз стану розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у сучасному світі. Зокрема було акцентовано увагу на тому, що попри активний розвиток інформаційного суспільства, яке використовує сучасні комунікаційні технології близько 80 % людей планети жодного разу не користувалися телефонами і близько 93 % комп'ютерами [10]. Такий розрив між окремими країнами та суспільствами є однією з глобальних проблем сьогодення і є особливо актуальним для українського суспільства.

Подальше дослідження правового поля соціокомунікативного процесу було продовжено в низці видань Державного комітету телебачення та радіомовлення України, перш за все, шеститомного збірника законодавчих актів "Інформаційне законодавство" (2005 р.). Дякуючи цій серії, українські дослідники мають сьогодні можливість ознайомитися з вітчизняним законодавством [11], міжнародними угодами, ратифікованими Україною [12] та профільним законодавством іноземних країн [13].

Початок нового століття (2003–2007 рр.) відзначився низкою профільних дисертаційних досліджень, здійснених вітчизняними науковцями. Міжнародні аспекти функціонування соціокомунікативних процесів через використання засобів масової комунікації у процесі глобалізації досліджувала О. В. Ваганова [14]. Вивчаючи медіаполітичну систему сучасної України, С. В. Демченко запропонував інтегровану комунікаційну модель, спрямовану на поліпшення взаємозв'язків між усіма суб'єктами комунікаційного процесу в суспільстві [15]. Культурологічні аспекти розвитку соціокомунікативних процесів досліджував Д. В. Мусієнко, простеживши постмодерністську трансформацію комунікативної культури в Україні в контексті розвитку туризму (1992–2003) [16]. У дисертаційній роботі А. К. Кля-

чина розглядалася політична комунікація як чинник трансформації політичних цінностей [17]. Соціальні аспекти комунікацій в мережі Інтернет досліджував С. М. Коноплицький [18]. У контексті та в якості об'єкта соціологічних досліджень вивчав політичні комунікації Д. О. Шидловський [19].

Важливість кожної з зазначених вище дисертаційних робіт полягає у тому, що вони стали фактично першими кроками в дослідженні профільних напрямків у контексті яких вивчаються та будуть вивчатися у подальшому соціальні комунікації українського суспільства.

Особливе місце у вітчизняній історіографії щодо вивчення соціальних комунікацій посідають роботи О. М. Берегової. Досліджуючи зазначену тематику, вона була однією з перших і фактично єдиним натепер вітчизняним дослідником, що занурився у практичну глибину сучасних українських реалій. У навчальному посібнику "Сучасні комунікаційні технології в культурі України" (2006 р.) вона зробила огляд найвідоміших теорій і концепцій з проблем інформаційних контактів у суспільстві, розглянула систему сучасних комунікаційних технологій, узагальнених передовими демократичними країнами, а також висвітила стан розвитку PR-технологій в Україні на прикладі аналізу сучасної культурної політики [20].

У науковій роботі "Комунікація в соціокультурному просторі України" (2006 р.) авторка розкриває сутність сучасних соціокультурних процесів в Україні та визначає їх національну специфіку [21]. Разом з тим подаються найвагоміші наукові і практичні концепції з проблем розвитку інформаційного суспільства, висвітлюється стан розвитку комунікаційних процесів у культурі України на прикладі культурної політики, освітянської діяльності та художньої творчості.

Аналізуючи у своїх роботах сучасний стан розвитку вітчизняних соціокомунікативних процесів, дослідниця прийшла до висновку, що українське суспільство поступово перетворюється на функціонально диференційовану спільноту, яка складається з розрізаних автономних підсистем (економіка, культура, політика, релігія та ін.), що у свою чергу, поєднуються за допомогою комунікаційних процесів [21]. Також вона дала власну дефініцію профільного напрямку наукового пізнання – комунікативістики. Останню авторка визначила як міждисциплінарну інтегральну науку, що синтезує теоретичні підходи й моделі соціальної та когнітивної психології, соціології, лінгвістики, етнології, феноменології, символічного інтеракціолізму та ін. [20].

Свідченням інтеграції українських дослідників до еліти європейського наукового товариства став вихід спільної роботи – навчального посібника "Успішна комунікація в бізнесі та освіті" (2007 р.) за авторства німецького науковця Г. Гутброд та українця О. Беякова [22]. В основу авторського



бачення технології розбудови ефективних міжгрупових комунікаційних процесів було покладено такий носій інформації як текст. Зокрема було розглянуто і подано структурні схеми створення таких документів як: прес-реліз, офіційне повідомлення, доповідна записка, публічний звіт, діловий лист, проект та плани подій. Важливе значення цього посібника полягає в тому, що вперше було запропоновано конкретні стандарти розробки відповідної документації, що є найактуальнішою проблемою в сучасній українській культурі масових міжгрупових комунікацій.

Ще одним важливим для досліджуваної теми навчальним посібником стала робота Н. І. Зражевської "Масова комунікація і культура" (2006 р.) [23]. У цій роботі висвітлюються проблеми взаємовідношення масової інформаційної діяльності та сучасної культури. Акцент робиться на формуванні сучасними ЗМІ нових загальнокультурних, універсальних категорій, які змінюють культурну парадигму і новотрасформований дискурс, змінює тексти ЗМІ, формуючи одночасно і новий тип сприйняття дійсності сучасною людиною. Також авторка проаналізувала сучасні теорії інформаційного суспільства в контексті функціонування засобів масової інформації.

Проблема ідентифікації масової комунікації як складової частини загальних соціокомунікаційних процесів та її практичне застосування була розглянута в монографічній роботі В. М. Владимиринова "Хаос – Розуміння – Масова комунікація" (2006 р.) [24]. Автор зазначеного дослідження намагається поєднати теорію масової комунікації, журналістику та герменевтику. Зокрема він зазначає, що теорія масової комунікації має бути напряду виведена з філософії та набути статусу фундаментальної наукової дисципліни. Останнє припущення автора є доволі цікавим, але, на наш погляд, занадто передчасним, зокрема для вітчизняної науки та практики соціокомунікативних процесів, зважаючи на їхній поки що слабкий розвиток.

Важливе значення для вивчення сфери соціальних комунікацій мав вихід енциклопедичного видання "Публіцистика. Масова комунікація: медіа-енциклопедія" (2007 р.) під загальною редакцією В. Ф. Іванова. Значення цієї роботи полягає в тому, що вона подала через застосування на фоні нового соціально-економічного ландшафту України такі базові поняття, як медіа, громадська думка, комунікаційні процеси, методики аналізу комунікаційних процесів та ін. [25].

Одним із останніх профільних досліджень стала монографія В. Ф. Іванова "Аспекты массовой коммуникации" (2008 р.), що вийшла у трьох частинах [26]. Перша – "Информация и коммуникация" присвячена огляду різноманітних підходів до вивчення інформаційних і комунікаційних явищ у сучасному суспільстві. У ній досліджуються поняття

"інформація", "комунікація", "масова комунікація", їх види, взаємозв'язок та властивості, форми існування, принципи класифікації і аналізу. Друга частина "Массовая коммуникация" розкриває різні підходи до вивчення масовокомунікаційних явищ. У ній досліджуються базові складові процесу масової комунікації, дається аналіз мас-медіа, комунікатора, аудиторії. У третій частині "Теории и модели массовой коммуникации" досліджується сам процес масової комунікації та його моделі, за допомогою яких ідентифікуються особливості та прояви сучасних соціальних комунікацій. Значення даної монографічної роботи важко переоцінити. Це є фактично єдиним натепер в Україні науковим узагальненням усіх напрацювань щодо багатьох аспектів соціокомунікативних процесів та їх системним аналітичним дослідженням з точки зору сучасного стану розвитку профільного наукового знання.

Підбиваючи підсумки вивчення історіографії досліджуваної теми, слід визначити якнайменше три групи вітчизняних дослідників, що спеціалізуються сьогодні на сфері теоретичних розробок та практики застосування соціальних комунікацій.

Аналізуючи роботи А. З. Москаленка, Л. В. Губерського, В. А. Вергун, Н. І. Зражевської, В. Ф. Іванова, О. О. Беякова, можна вести мову про формування певної специфічної української школи комунікативістики, яка сформувалася у стінах Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Представники цього напрямку в контексті загальних соціокомунікаційних процесів головний акцент роблять на функціях та значенні **мас-медіа**. Саме цей канал трансляції інформації і налагодження міжособистих та міжгрупових контактів вважається ними базовим та визначальним на теперішній момент.

Окремо від зазначених вище виділимо роботи Г. Г. Почепцова, В. Г. Королько, В. А. Мойсеева, О. М. Берегової. На відміну від попередньої групи, дослідники з цієї є прибічниками більш загальних схем соціокомунікативних процесів. Вони розглядають ЗМІ як важливу, проте не визначальну складову сфері соціальних комунікацій. За науковими поглядами група є доволі різнорідна, кожен із вказаних дослідників має власні погляди на досліджувані питання. Утім усіх їх об'єднує підхід до вивчення соціокомунікативних процесів з точки зору сучасної практики зв'язків із громадськістю. Останню вони вважають головною складовою частиною соціокомунікаційних процесів.

Останнім часом у контексті цього напрямку почала виокремлюватися нова практична тенденція, яку умовно можна назвати **математичною**. Прибічники цього підходу відрізняються від своїх колег тим, що намагаються застосовувати кількісні методи в діагностиці і моделюванні комунікаційних процесів. Цей напрямок поки що знаходиться на



стадії практичної апробації, а його теоретичне обґрунтування міститься в кількох десятках статей (Р. Пліс, О. Курбан, В. Косенко).

**Філософсько-культурологічний** підхід до вивчення соціальних комунікацій демонструється в роботах В. М. Владимірова, Н. В. Костенко і Д. В. Мусієнко, які розглядають зазначені процеси в контексті розвитку постмодерністських традицій сучасної культури.

Аналізуючи погляди і мотивацію "медійників", "піарників" та "філософів", можна довго сперечатися, визнавати чи не визнавати їхні аргументи. Все це є важливою справою для майбутніх наукових дискусій. Утім, слід помітати, що кожна з цих груп має власну систему координат, котра передбачає вирішення специфічних профільних цілей, завдань та використання власного науково-практичного інструментарію.

Тема нашого дисертаційного дослідження має піарницький підхід до вивчення сфери соціальних комунікацій, а це означає, що в подальшому буде використовуватися відповідний інструментарій та понятійний апарат.

1. *Костенко Н. В.* Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. В. Костенко. – К. : Наук. думка, 1993. – с. 20, 71–81, 126.

2. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии XX века / Г. Г. Почепцов. – М. ; К. : Рефл-бук ; Ваклер, 1999. – С. 8–10, 344.

3. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – С. 15, 34; *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии XX века / Г. Г. Почепцов. – М. ; К. : Рефл-бук ; Ваклер, 1999. – С. 6.

4. *Королько В. Г.* Основы публич рилейшнз / В. Г. Королько. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2000. – С. 186, 188; *Королько В. Г.* Основы публич рилейшнз : посібник. – К. : Ін-т соціології НАН України, 1997; *Королько В. Г.* Публік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика : підручник. – К. : ВД "Скарби", 2001.

5. *Моисеев В. А.* Публік рилейшнз. Теория и практика / В. А. Моисеев. – К. : Вира-Р. – 1999. – 375 с.; *Моисеев В. А.* Публік рилейшнз. Теория и практика / В. А. Моисеев. – М. : Омега ; Л. : Вира-Р, 2001. – 375 с.

6. *Москаленко А. З.* Масова комунікація : підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. – К. : Либідь, 1997. – 216 с.

7. *Іщук В.* Україна: проблема престижності та ідентичності (масова комунікація і культура) / В. Іщук. – К. : Смолоскип, 2000. – С. 27.

8. *Дуцик Д.* Політична журналістика / Д. Дуцик. – К. : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2005. – С. 52.

9. *Різун В. В.* Основы журналистики у відповідях та заувагах / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К. : Б.в., 2004. – 80 с.

10. *Журавський В. С.* Україна на шляху до інформаційного суспільства / В. С. Журавський, М. К. Радіонов, І. Б. Жилияєв. – К. : ІВЦ "Видавництво "Політехніка"", 2004. – 484 с.

11. *Інформаційне* законодавство України. – К. : ТОВ "Видавництво "Юридична думка"", 2005. – 416 с.

12. *Міжнародні угоди* України. – К. : ТОВ "Видавництво "Юридична думка"", 2005. – 160 с.

13. *Міжнародно-правові акти* в інформаційній сфері. – К. : ТОВ "Видавництво "Юридична думка"", 2005. – 328 с.; *Інформаційне* законодавство країн Європи і Азії. – К. : ТОВ "Видавництво "Юридична думка"", 2005. – 384 с.

14. *Ваганова О. В.* Роль засобів масової комунікації у процесі глобалізації : автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.03 / Київ. нац. ун-т імені Т. Шевченка. – К., 2003.

15. *Демченко С. В.* Медіаполітична система в сучасній Україні (інтегрована комунікаційна модель) : автореф. дис. канд. ... політ. наук / Дніпропетровський нац. ун-т. – Дніпропетровськ, 2004.

16. *Мусієнко Д. В.* Постмодерністська трансформація комунікативної культури в Україні в контексті розвитку туризму (1992–2003): автореф. дис. канд. ... культ. наук / Д. В. Мусієнко. – К., 2006.

17. *Клячин А. К.* Політична комунікація як чинник трансформації політичних цінностей : автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / Дніпропетровський нац. ун-т. – Дніпропетровськ, 2007. – 19 с.

18. *Коноплицький С. М.* Соціальні аспекти комунікацій в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.01 / НАН України, Ін-т соціології. – К., 2007. – 17 с.

19. *Шидловський Д. О.* Політична комунікація як об'єкт соціологічного дослідження : дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2007. – 208 с.

20. *Берегова О. М.* Сучасні комунікації в культурі України / О. М. Берегова. – К. : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2006. – 178 с.

21. *Берегова О. М.* Комунікація в соціокультурному просторі України: технологія чи творчість / О. М. Берегова. – К. : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2006. – 388 с.

22. *Гутброд Г.* Успішна комунікація в бізнесі та освіті : навч. посіб. / Г. Гутброд, О. Беляков. – К. : ВПЦ "Київ. ун-т", 2006. – 207 с.

23. *Заржевська Н. І.* Масова комунікація : курс лекцій / Н. І. Заржевська. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. – 172 с.

24. *Владиміров В. М.* Хаос – Розуміння – Масова комунікація : / В. М. Владиміров. – К. : Вид-во КИМУ, 2006. – 366 с.

25. *Публіцистика.* Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за заг. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, Центр вільної преси, 2007. – 780 с.

26. *Іванов В. Ф.* Аспекты массовой коммуникации : в 5 ч. / В. Ф. Иванов. – К. : Центр Вільної Преси, 2009. – Ч. 1. Інформація и комунікація / В. Ф. Иванов. – 190 с.; Ч. 2. Массовая коммуникация / В. Ф. Иванов. – 109 с.; Ч. 3. Теории и модели массовой коммуникации / В. Ф. Иванов. – 330 с.

