Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

На правах рукопису

КОРНЄЄВ Віталій Михайлович

УДК 007:001.8

СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПІДХІД В УКРАЇНСЬКІЙ НАУЦІ

Спеціальність 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій

Дисертація на здобуття наукового ступеня
доктора наук із соціальних комунікацій

Науковий консультант
Різун Володимир Володимирович
доктор філологічних наук, професор

Київ – 2016

Зміст

ВСТУП **3**

РОЗДІЛ І. СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПІДХІД ЯК НАУКОВА МЕТОДОЛОГІЯ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ **14**

1.1. Поняття соціальнокомунікаційного підходу в українській науці 15

1.2. Історичні умови формування соціальнокомунікаційного підходу 35

1.3. Типологія об'єктів дослідження в соціальних комунікаціях 43

1.4. Специфіка інтеграції соціальнокомунікаційних досліджень у світовий та вітчизняний науковий дискурс 59

Висновки до розділу 67

РОЗДІЛ ІІ. СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДОСЛІДЖЕНЬ НАУКОВОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ, ЗУМОВЛЕНОЇ ФУНКЦІОНУВАННЯМ МАСОВО-КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА **70**

2.1. Соціальнокомунікаційні виміри історії становлення української журналістики 70

2.2. Теорії розвитку мас-медійного середовища 89

2.3. Феноменологічні дослідження системних явищ мас-медійної, інформаційної та культурно-мистецької діяльності 137

2.4. Специфічні типи соціальної комунікації та нові соціально-комунікаційні стратегії 187

Висновки до розділу 215

РОЗДІЛ ІІІ. СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПІДХІД В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПРОБЛЕМАТИКИ, ЗУМОВЛЕНОЇ ФУНКЦІОНУВАННЯМ ІНСТИТУЦІЙ ЗБЕРЕЖЕННЯ, НАКОПИЧЕННЯ ТА ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ 217

3.1. Наукове бачення розвитку соціальних функцій бібліотек 217

3.2. Історія документознавства та архівознавства з позиції соціальних комунікацій 231

3.3. Бібліотечна діяльність як соціальнокомунікаційний феномен 239

3.4. Соціальні контексти інформаційної діяльності бібліотек 257

Висновки до розділу 273

РОЗДІЛ 4. ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДХОДУ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПРИРОДИ І ХАРАКТЕРУ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ 275

4.1. Проектування комунікаційних середовищ як сфера відображення політико-правових реалій соціальних комунікацій 275

4.2. Прикладні аспекти соціальнокомунікаційних досліджень 286

4.3. Фундаментальні та прикладні соціальнокомунікаційні дослідження: специфіка впровадження наукових результатів 296

Висновки до розділу 308

ВИСНОВКИ **310**

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ **317**

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлюється появою галузі наукового знання – 27.00.00 «Соціальні комунікації» у 2006 році. Поряд із формальними наслідками входження соціальних комунікацій у структуру української науки, виникли й нові теоретичні підходи та погляди дослідників на проблеми розвитку, зокрема, і масової комунікації в нових соціальних умовах, місце тематичних напрямків досліджень у системі соціальної комунікації та методологію досліджень, яка була б адекватною для соціальнокомунікаційного підходу.

За час існування наукової галузі «Соціальні комунікації» захищено більше 50-ти докторських та близько 400 кандидатських дисертацій зі спеціальностей напрямку. На сьогодні в Україні існують спеціалізовані ради в Дніпрі, Запоріжжі, Києві, Львові, Харкові. Все це зумовлює розвиток територіальних наукових шкіл, які виявляють суттєві особливості наукового осмислення дійсності, формують усталені підходи до відбору тематики та проблематики досліджень. Наприклад, відчутним впливом на розвиток київської наукової школи позначилися позиції професорів О. Я. Гояна, В. Ф. Іванова, В. В. Різуна, Н. М. Сидоренко. Для становлення запорізької наукової школи дослідження соціальних комунікацій і частково дніпропетровської – важливими були роботи та підходи Володимира Буряка.

Водночас аналіз методологічних підходів, що реалізуються в конкретних наукових працях, засвідчує досить суттєві відмінності у розумінні соціальнокомунікаційного підходу. Часто це призводить до відчутних розходжень в результатах науковців. Варто відзначити, що з появою нового наукового напрямку і формування специфічного підходу досліджень стало відкритим широке коло галузей медійної діяльності та технологічних процесів здійснення комунікації, які не могли системно та всеохопно досліджуватися в межах філологічного чи, наприклад, історичного підходів. Різна наукоємність соціальних комунікацій відповідно до особливостей окремих видів

комунікаційної діяльності ставить свої вимоги і до методів дослідження, і до форми оприявлення результатів, що має відображатися у «популярності» окремих тем та галузей у науковців, з одного боку, та формування специфічних дослідницьких стратегій, поєднаних спільним науковим підходом – з іншого.

Потреба у цьому дослідженні продиктована кількома чинниками: активним розвитком наукових досліджень у галузі, що зумовлює необхідність єдиного методологічного підходу; необхідністю використання новітніх методів дослідження медіапродукції, створення якої здійснюється на основі найновіших технологій і систем; планування наукових досліджень з урахуванням результатів перехідного – від філологічного до соціальнокомунікаційного підходу – етапів розвитку науки про медіа.

Наукова проблема, вирішенню якої присвячене дослідження, – кваліфікація соціальнокомунікаційного підходу в сучасній українській науці про соціальні комунікації. Ця проблема виявляється через потребу інституціалізації нових підходів до організації процесу дослідження. Проблема визначена в процесі дискусії про шляхи і способи розвитку науки про соціальної комунікації у публікаціях В. В. Різуна.

На початках існування нової наукової галузі використовувалися різноманітні розуміння соціальнокомунікаційного підходу: від обов'язкового використання окремих методів соціологічних досліджень до вивчення процесів поза комунікаційними межами, але в площині соціальних рухів. З часом різні форми реалізації соціальнокомунікаційного підходу все більшою мірою розходяться, виникають окремі тенденції до формалізованого використання методології дослідження, знижується наукова актуальність результатів. Поряд із цим з'являються наукові праці, що повною мірою розкривають увесь методологічний потенціал соціальнокомунікаційного підходу. Розвиток наукових досліджень соціальних комунікацій в Україні регулюється досить спонтанно, але все ж вбирає в себе процеси, які характерні для наукового середовища. Таким чином, в останні роки (від 2013 р.) поглиблюється інтерес науковців до прикладних досліджень, фундаментальні дослідження відходять на другий план, а їх результати стають

більш соціально затребуваними. У цих умовах ще більшою мірою розмивається модель соціальнокомунікаційного підходу як базової наукової методології для наукової галузі «Соціальні комунікації», а реалізація неоднозначних підходів веде до поглиблення наукової проблеми. Вирішення проблеми наукової кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу не тільки допоможе уніфікувати методологічну систему в соціальних комунікаціях, але й сприятиме визначенню перспективних напрямів дослідження на основі врахування результатів майже десятилітнього розвитку галузі.

У 2015 році Міністерство освіти і науки України увело новий перелік спеціальностей, а трохи згодом – оприлюднило таблицю трансформації спеціальностей. Згідно з цими документами, «Соціальні комунікації» як галузь перестає існувати, натомість з'являється галузь знань 06 «Журналістика». Відзначимо, що така назва викликала заперечення широких кіл фахівців, неодноразові звернення і до Кабінету Міністрів України, постановою якого затверджено перелік спеціальностей, і до Міністерства освіти і науки України, Міністерства інформаційної політики, на жаль, поки результату не дали. Водночас, навіть з огляду на неоднозначність назви, маємо виділення соціальнокомунікаційних досліджень в окрему галузь знання, що передбачає розвиток окремої методології та реалізацію в наукових роботах соціальнокомунікаційного підходу. Як би не склалася ситуація з перейменуванням спеціальності, в якій нині проводиться підготовка докторів наук із філософії, соціальнокомунікаційна методологія, яка визначає можливості отримання об'єктивних соціально значимих результатів на основі аналізу всіх без винятку сегментів, каналів, áкторів соціальної комунікації, буде домінувати у найближчі роки.

Ступінь наукового опрацювання проблеми. Теорію соціальнокомунікаційного підходу на основі системного аналізу досліджуваного об'єкта – соціальних комунікацій та методології, якою цей об'єкт може бути досліджений, – започаткував професор В. В. Різун. Саме його праці стали першопоштовхом до наукового осмислення контексту використання нової

методології до нових об'єктів із орієнтацією на нові контексти впровадження результатів. Значний внесок у розвиток методології наукового пошуку в соціальних комунікаціях здійснив професор О. М. Холод, який послідовно впродовж тривалого часу організовував науково-практичні семінари, видав монографічні дослідження соціальнокомунікаційного контексту, які виявляли стратегії й тактики соціальнокомунікаційних досліджень. Не відкидаючи значимості наукових конференцій та круглих столів, що відбувалися впродовж періоду становлення соціальнокомунікаційного підходу, відзначимо, що основні результати, методологія та специфіка підходу проявлені в докторських дисертаціях, захищених зі спеціальностей галузі.

Застосування соціальнокомунікаційного підходу для характеристики історичних реалій становлення журналістики та інших форм масовоінформаційної діяльності знаходимо в роботах О. В. Богуславського, Ю. В. Колісника, С. І. Кравченко, Л. В. Сніцарчук, І. З. Павлюка, виявленню історичних особливостей розвитку соціальних функцій бібліотек присвячені роботи С. М. Міщука, Н. В. Стрішенець, В. С. Пашкової, історію документознавства та архівознавства у науковому дискурсі досліджуваного періоду представляють всього дві дисертації – В. В. Бездрабко та Л. Л. Левченко.

З появою соціальних комунікацій активізувалися процеси наукової ревізії чинної теорії комунікаційної діяльності, внаслідок чого було підготовлено та захищено роботи, що орієнтувалися на оновлення загальної соціальнокомунікаційної теорії: М. В. Бутиріна, Т. В. Кузнєцова, Л. Г. Пономаренко, О. В. Чекмишев; теорії галузевих журналістик: В. В. Гоян, І. Л. Пенчук, І. А. Хоменко, В. Е. Шевченко; теорії зв'язків з громадськістю: В. В. Березенко, Н. Б. Мантуло.

Традиційною для нової наукової галузі є увага до нових феноменів практики медійної діяльності, що визначають особливості та виміри сучасного етапу розвитку інформаційного середовища. Феноменологічні студії у соціальних комунікаціях представлені у науковому дискурсі галузі роботами М. А. Балаклицького, Н .М. Грицюти, С. В. Демченка, М. Г. Житарюка,

О. А. Мітчук І. С. Паримського, О. В. Тріщук, Л. М. Хавкіної, які присвячені вивченню системних явищ мас-медійної діяльності; дисертаціями О. Л. Біличенко, Л. Є. Василик, Т. А. Дзюби, Н. І. Зражевської, О.А. Іванової, Т. С. Крайнікової, В. А. Маркової, Е. І. Огар, Л. В. Супрун, в яких досліджено художньо-публіцистичні та культурно-мистецькі феномени соціальнокомунікаційної дійсності; науковими студіями О. М. Кобєлєва, В. І. Попика, Г. В. Шемаєвої, які присвячені розкриттю бібліотечної діяльності як соціального феномену.

Стрімкий розвиток технологічних та технічних складників соціальнокомунікаційної діяльності, породжених ними комунікаційних стратегій та форм соціальної взаємодії, відобразився у дослідженнях І. М. Артамонової, О. В. Воскобойнікової-Гузєвої, Л. М. Городенко, Т. Ю. Гранчак, І. О. Давидової, Т. В. Добко, Д. О. Олтаржевського, В. І. Теремка.

Сучасна наука про соціальні комунікації тематично різнопланова, методологічно строката, але чинниками, що поєднують ці дослідження в єдиний науковий напрям стали соціальна зорієнтованість результатів дослідження, вивчення об’єктів у соціальних проекціях комунікаційного характеру та формування виразних соціальних перспектив для розвитку досліджуваного об’єкта практично в кожній науковій праці.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Наукове дослідження виконане в рамках комплексної програми науково-дослідних робіт Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Модернізація суспільного розвитку світових процесів глобалізації». Тема дослідження є частиною фундаментальної наукової теми Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Дослідження у галузі українського журналістикознавства: методологія, термінологія, стандарти» №06БФ04–01, що виконувалася в період 2006-2010 рр. та теми «Український медійний контент у соціальному вимірі» № БФ045-01, яка виконувалася в 2011 - 2015 рр.

Мета роботи: розв’язати наукову проблему кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу як нової наукової парадигми.

Досягнення мети зумовило постановку та вирішення таких **завдань** дослідження:

- виявити історичні передумови формування соціальнокомунікаційного підходу;
- встановити особливості відображення сучасних соціальних теорій в соціальнокомунікаційних дослідженнях;
- окреслити методологічну основу фундаментальних соціальнокомунікаційних досліджень;
- з'ясувати ключові напрямки формування наукової проблематики в фундаментальних дослідженнях соціальних комунікацій;
- кваліфікувати на системному рівні основні наукові результати фундаментальних соціальнокомунікаційних досліджень з 2008 по 2015 рр.;
- розробити системологічну модель реалізації соціальнокомунікаційного підходу в різних формах наукового пізнання дійсності.

Об'єктом дослідження є соціальнокомунікаційний підхід як новий підхід у науці до дослідження соціальнокомунікаційних явищ.

Предметом дослідження є прояви соціальнокомунікаційного підходу в різних площинах його реалізації: методологічній, презентаційній, формально-логічній тощо.

Джерельною базою дослідження стали 51 докторська дисертація, захищена у період 2008-2015 рр. зі спеціальностей галузі науки 27.00.00 «Соціальні комунікації», а також наукові праці, в яких викладено основні результати досліджень авторів цих дисертацій: монографії. автореферати дисертацій та близько тисячі наукових публікацій у фахових виданнях, наукових журналах, збірниках матеріалів конференцій тощо.

Методологію дослідження становлять загальнонаукові методи аналізу, синтезу, узагальнення, класифікації та типологізації. Розробляючи наукову основу нового наукового підходу, ми свідомі того, що основним методом отримання

даних для аналізу виступає спостереження, дослідницькі процедури над отриманими даними, які передбачають створення певних класифікацій та формування типології досліджень. Розуміючи, що типологія не може бути основним результатом дослідження, все ж передбачаємо її необхідність, оскільки на сьогодні система дисертацій, що вирішують важливі наукові проблеми у галузі соціальних комунікацій, – не типологізована, а класифікації та типології, що побудовані на системі соціальнокомунікаційних досліджень – в науковий обіг уводяться вперше.

Додатково у роботі використано діахронічний метод, який став у нагоді при вивченні виникнення, формування та розвитку української наукової думки про соціальнокомунікаційний підхід; метод типології (застосовувався для виокремлення тематичних груп дисертаційних праць); компаративний аналіз дав змогу виокремити специфічні риси підходів до розуміння соціальнокомунікаційного підходу, а також до його практичного застосування у галузі; метод статистичного зведення та групування, разом з частотним аналізом, забезпечили систематизацію первинної інформації; синтез дав змогу відобразити результати проведених компаративного та типологічного аналізів як однієї конкретної, логічної цілісності; метод прогнозування допоміг виокремити нові соціальнокомунікаційні стратегії, що є актуальними наразі чи стануть такими через деякий проміжок часу.

Окремо відзначимо використання компаративної методології, що застосовувалася для зіставлення результатів досліджень у межах типологічних груп та тематичних напрямків досліджень.

Емпіричні дані узагальнювалися з допомогою контент-аналізу, ця дослідницька процедура використовувалася для кількісної оцінки сукупності назв методів та переліку прізвищ цитованих в дисертаціях зарубіжних і українських вчених, а також об’єктів наукових досліджень у галузі.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу в українській науці про медіадіяльність і базується на наступних основних положеннях.

Вперше :

- системно обґрунтовано доцільність використання соціальнокомунікаційного підходу як основи наукового пошуку для досліджень медіадіяльності;
- запропоновано критерії кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу в системі наукового дослідження;
- узагальнено форми використання соціальнокомунікаційного підходу і в наукових дослідженнях соціальних комунікацій;
- виявлено закономірності реалізації наукового підходу в дослідженнях різних сегментів інформаційного простору;
- встановлено нові напрямки досліджень, де використання соціальнокомунікаційного підходу є найбільш ефективною науковою методологією.

Удосконалено:

- методологію наукових досліджень медіадіяльності;
- технологію проектування наукових форм осмислення різних сегментів інформаційного ринку в умовах соціальнокомунікаційного підходу;
- концептуальну схему дослідження новітніх комунікаційних явищ у системі соціальних комунікацій.

Отримали подальший розвиток:

- наукові ідеї проф. Різуна В. В. про соціальнокомунікаційний підхід як методологічну основу дослідження;
- наукові ідеї проф. Іванова В. Ф. про оптимізацію дослідницької ідеології в соціальнокомунікаційних дослідженнях;
- наукові концепції проф. Почепцова Г. Г. про соціальний інжиніринг та його роль в сучасному інформаційному світі;
- типологія наукових проблем у соціальних комунікаціях (розробник Різун В.В.).

Практичне значення отриманих результатів реалізується у двох площинах: дослідження може стати основою для розробки магістерських програм

підготовки студентів спеціальностей освітнього напрямку «Журналістика» в усьому різноманітті освітніх програм та стати елементом фахової підготовки докторів філософії у галузі журналістики, Отримані результати визначатимуть координати наукового пошуку для наукових керівників та наукових консультантів, оскільки в роботі систематизовано науковий підсумок перших років розвитку галузі соціальних комунікацій та експлікованого з її появою соціальнокомунікаційний підхід. Систематизовані у дисертації перспективні напрямки досліджень, виявлені в дисертаціях, тривалий час визначатимуть наукові завдання для подальших студій соціальнокомунікаційних процесів.

Особистий внесок здобувача. Дисертація, монографія, автореферат та переважна більшість статей, в яких викладено основні результати роботи, виконані одноосібно. Три статті у фахових виданнях виконані у співавторстві: у співавторстві зі Скотниковою Т. В. дисертант опублікував дві статті, його частка складає 50%: розробка і апробація теоретичного інструментарію, організація і проведення емпіричних досліджень, робота над текстовою частиною статті; у статті, яка опублікована у співавторстві із Хильком М. М. – дисертантом сформовано методологічні засади дослідження, розроблено і реалізовано експеримент для перевірки гіпотез та сформульовано ключові висновки, внесок дисертанта становить 50%.

Чотири публікації з тих, що не входять у фахові видання, також опубліковані у співавторстві із с.н.с Т. В. Скотниковою, частка внеску дисертанта складає 50%. Йому належить розробка соціальнокомунікаційних параметрів дослідження, теоретичних гіпотез та частково – текстової частини публікацій.

Апробація результатів дисертації. Основні положення наукової праці було апробовано на міжнародних, всеукраїнських та міжвідомчих наукових і науково-практичних конференціях, зокрема на Міжнародній науковій конференції «Міжнародні дні науки Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка» (9 – 10 квітня 2009 року, м. Київ); VI Міжнародній науковій конференції «Сучасний інформаційний простір: журналістика та медіаосвіта» (26 – 30 вересня 2010 року, м. Алушта); Міжнародній науковій конференції «Журналістика 2010:

методологія досліджень у галузі соціальних комунікацій» (25 березня 2010 року, м. Київ); «Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій» (11 квітня 2013 року, м. Київ); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Прикладні та фундаментальні аспекти досліджень в соціальних комунікаціях» (20 – 22 травня 2015 року, м. Івано-Франківськ); Всеукраїнській науковій конференції «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (21 – 25 вересня 2015 року, м. Ужгород); Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми медіаосвіти в Україні та світі» (3 – 4 березня 2016 року, м. Запоріжжя); «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (21 – 25 вересня 2015 року, м. Ужгород); «Actual Problems of Science and Education» (31 січня 2016 року, м. Будапешт) (включена до науково-метричної бази).

За час виконання дослідження запропоновано окремі напрямки вивчення медіадіяльності, реалізовані як кандидатські дисертації, захищені у спецраді (Т. Фісенко, О. Володченко, К. Шендеровський, Т. Сащук, О. Дженжебір, О. Ромах, К. Дубняк). Також результати винесеного на розгляд дослідження, зокрема висновки та наукові ідеї автора, використовувалися у звітності з наукових тем Інституту журналістики (співавтор 6 проміжних та 2 підсумкових наукових звітів), впливали на формування теоретико-методологічної частини наукових конференцій Інституту журналістики, що їх розробляв науковець (тематика, проблематика, форми доповідей тощо – відповідно до посадових обов'язків заступника директора з наукової роботи). Важливим елементом впровадження є закордонна апробація результатів дослідження, яка, крім обов'язкових публікацій, включає участь в міжнародній конференції та два наукових стажування (у Швеції і Німеччині відповідно), під час яких оприлюднювалися результати дослідження.

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 30 наукових праць загальним обсягом 34,4 д. а. (з них 31,7 д. а. належать особисто автору): 1 одноосібну монографію; 23 наукові статті (17,4 д. а., з них 16,2 д. а. – авторські), з

яких 19 – у фахових виданнях і 4 – в іноземних наукових періодичних виданнях (2 статті у виданнях, які входять до наукометричних баз даних).

Структурно дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертації – 422 сторінки, в тому числі основний текст – 316 сторінок, список використаних джерел складається з 932 найменувань і займає 106 сторінок.

РОЗДІЛ І. СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПІДХІД ЯК НАУКОВА МЕТОДОЛОГІЯ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Розвиток інформаційного суспільства, проникнення новітніх інформаційних технологій в актуальний соціальний контекст зумовили те, що сьогодні цінність наукових досліджень медіадіяльності та інших типів інформаційних впливів набуває не тільки і не стільки наукового значення, але й виходить на обшири утилітарного використання. Уважаючи цю тенденцію позитивним явищем, вбачаємо її природу в соціальному розвитку суспільства, що виявився в усвідомленні важливості знань про інформаційну діяльність, її ефективність і наслідки. Свідченням зростання такого інтересу соціуму може бути формування системи підготовки з медіаграмотності в державі. Ця система знаходить підтримку не тільки на рівні Міністерства освіти і науки України, але й викликає неабиякий інтерес у безпосередніх учасників процесу навчання, підтримку фахового середовища.

Не можна з упевненістю сказати, що стане причиною зростання інтересу до ролі інформації в соціумі – функціонування соціальних мереж чи інформаційна війна, в умовах якої ми живемо, оновлення медіаринку чи поява нових соціальних потреб інформаційного формату, – однак можна стверджувати, що зростання інтересу до цих чинників є величиною відчутною і цілком вимірюваною.

Названі тенденції ставлять нові вимоги до наукових досліджень комунікації в її соціальному вимірі. Насамперед – у зміні підходів, методів та формуванні гіпотез. Сьогодні суспільство мало цікавить типологія підвидів жанрової форми. Серед його потреб – підвищення інформаційних компетенцій, формування умінь критичної оцінки інформаційних продуктів, дослідження механізмів реалізації права на інформацію та вільне висловлення думок. Отримати такі результати можна тільки в тому випадку, якщо, моделюючи наукові дослідження, формуючи їх тематику та гіпотези, вчені будуть відштовхуватися від соціальної значимості досліджуваних об’єктів, визначатимуть, які соціальні контексти і яким чином змінюються внаслідок розвитку інформаційних чи комунікаційних систем. Все це

формує цілком нову парадигму наукового знання та передбачає нові механізми його отримання.

1.1. Поняття соціальнокомунікаційного підходу в українській науці

Соціальнокомунікаційний підхід, як і будь-яке наукове явище, тенденція розвитку того чи того напрямку, виокремився на основі тривалого і системного розвитку наукових досліджень журналістикознавчого плану. Саме у виході окремих робіт, підходів, тлумачень (а часом і результатів наукових розвідок) за межі філологічного підходу і криється, на нашу думку, інституціолізована реалізація соціальнокомунікаційного підходу в науково-освітній галузі «Журналістика та інформація».

Не менш значимою причиною становлення нового для галузі дослідницького підходу стали речі суб'єктивні: реформа системи підготовки кадрів у межах спеціальностей напряму «Журналістика та інформація» потребувала навчально-педагогічних кадрів нового типу; вузьке коло висококваліфікованих фахівців галузі давало простір для систематизації та всебічного осягнення наукових результатів (функціонували спеціалізовані вчені ради лише у Києві та дуже нетривалий час – у Львові, отже, всі роботи були знані, осмислювані й актуалізовані досить нешироким колом професорів журналістики). На цій основі виникає тверде розуміння необхідності розширення наукового підходу. Адже філологічний підхід, що активно використовувався в журналістикознавчих дослідженнях до 2006 року, не враховував усього потенціалу журналістики, а розвиток видавничої справи, реклами, зв'язків з громадськістю й не передбачав враховувати, хіба що у суто мовних проявах.

Окремо варто відзначити, що поява нової галузі наукового знання – «Соціальних комунікацій» – є яскравим прикладом впливу окремої людини на розвиток і становлення цілого покоління. Щоправда, як і зажди в історії, випадковостей тут не було. Йдеться про участь у становленні нової галузі проф. Володимира Різуна. На той час він був не лише директором профільного

вищого навчального закладу, учасником різних експертних комісій і груп, але й виконував обов'язки голови експертної ради ВАК України з журналістики. Отже, в силу посадових обов'язків, мав знайомитися з усіма роботами, що виносилися на захист. Ще два штрихи до наукового портрету, які є показовими: по-перше, В. Різун належав до другої хвилі дослідників, що визначали природу і характер українського літературного редагування як наукової школи, формуючи її (про це голосно заявив тоді ще живий М. Феллер); по-друге, саме В. Різун був ініціатором, натхненником і виконавцем глобальної освітньої реформи у підготовці журналістів, коли, починаючи з 2005 року, кардинально змінилася модель підготовки фахівця: замість класичного співвідношення теорії і практики як 80 до 20 %, було актуалізовано підхід 50 до 50 %, що значно сприяло розвитку саме прикладних аспектів фахової діяльності, поширенню цих тем у наукових та навчально-методичних працях. Тому ідеї, виразником яких виступив В. Різун, знайшли підтримку практично в усіх центрах підготовки журналістів, видавців та рекламістів з піарниками. Станом на 2005-2006 рр. таких вищих навчальних закладів налічувалося близько 50, хоча чіткої статистики ніхто не вів, і нові спеціальності відкривалися в досить несподіваних ВНЗ.

Підсумовуючи відзначимо, початок 2000-х років позначився збігом кількох чинників: назріла потреба розширення «наукових рамок», яку диктував сам соціальний розвиток українського суспільства; виникали й реалізувалися дослідження, створені на нових засадах, що не вкладалися в існуючу модель наукового пізнання; журналістську освіту й науку очолювали люди, готові до кардинальних змін і стрімкого розвитку галузі. Тут варто назвати практично всю науково-методичну комісію з журналістики та інформації Міністерства освіти і науки України: В.В. Різун (голова), О.В. Александров, Ю.М. Бідзіля, В.Д. Буряк, В.Д. Демченко, Н.В. Зелінська, В.Ф. Іванов, І.М. Лубкович, І.І. Паславський, Т.О. Приступенко, Н.М. Сидоренко, М.С. Тимошик, О.Г. Ткаченко та інші.

Серйозну розмову про зміст і сутність соціальнокомунікаційного підходу розпочав професор В. Різун, коли у 2011 році опублікував наукову статтю

«Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій»[1]. У 2013 році ця розмова була продовжена в матеріалах конференції «Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій», де опубліковано доповідь «До питання про соціальнокомунікаційні наукові проблеми і про наукові проблеми взагалі»[2]. З того часу пройшло вже майже 4 роки, але розмова й досі не завершилася.

Аналізуючи докторські дисертації в галузі соціальних комунікацій, ми виходимо з того, що вони повністю або частково реалізують соціальнокомунікаційний підхід в одному з варіантів, класифікованих професором В. Різуном, в іншому випадку дослідження не відповідатимуть паспорту спеціальності і не можуть бути захищені. Інше питання, наскільки повно та системно реалізується цей підхід, і чи домінує він у дисертаціях та як позначається на результатах, що отримані науковцями.

У дослідженні, на підставі теоретичних підходів до кваліфікації соціальнокомунікаційних підходів, аналізу докторських дисертацій, захищених в галузі впродовж досліджуваного періоду, а також публікацій, що супроводжують ці дисертації (монографії, автореферати, статті у фахових та інших наукових виданнях) запропоновано розширене розуміння соціальнокомунікаційного підходу: *соціальнокомунікаційний підхід у науці – це спеціально організована методологія дослідження, в основі якої лежить виявлення соціальних параметрів функціонування об'єкта в умовах соціальних комунікацій. При цьому особливим критерієм дотримання соціального підходу є врахування дослідником того, наскільки соціальні комунікації визначають, програмують або ж формують специфіку комунікаційних стратегій, технологій та намірів.* Пропонований підхід передбачає розуміння соціальної комунікації як процесу соціального обміну, а соціальних комунікацій – як середовища, в якому ці обміни відбуваються чи

---

[1] Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна] / Інститут журналістики: [сайт] / – Електронні дані. – Київ, 2011. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (дата звернення: 04.02.2017). – Назва з екрана.

[2] Різун В.В. До питання про соціальнокомунікаційні наукові проблеми і наукові проблеми взагалі [Електронний ресурс] // Актуальні дослідження Українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції. – Київ, 2013. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/Articles/Zbirnyk_tez_2013.pdf (дата звернення: 04.02.2017). – Назва з екрана.

можуть відбуватися. Інституціалізованість такого середовища залежить від соціально-політичної ситуації, а інтегрованість учасника соціальної комунікації в це середовище – від комплексу внутрішніх характеристик, а також – комунікаційних впливів, породжених технологіями. Таким чином, використання соціальнокомунікаційного підходу актуалізує соціальну значимість та об'єктивує можливості, способи і форми реалізації цієї значимості в умовах активного соціальнокомунікаційного середовища, яке виступає ще одним чинником моделювання різнотипних комунікаційних взаємин комуніканта і комуніката.

Якщо суб'єктивні чинники становлення соціальних комунікацій як нової наукової галузі стануть предметом зовсім інших досліджень, сподіваємося, що й мемуарних також, то наукові передумови виникнення нового підходу є сферою наших зацікавлень та аналізу в цьому розділі дисертації. Важливо встановити складники соціальнокомунікаційного підходу, виявити маркери та критерії відповідності статті, монографії, дисертації, підручника чи посібника параметрам соціальнокомунікаційного підходу.

Актуальність дослідження критеріїв відповідності аналізованих праць науковій парадигмі спеціальності чи – ширше – галузі не викликає сумніву. Особливо це необхідно зараз, коли наука молода і проходить етапи свого становлення. Наукова парадигма підходів до організації досліджень, їх методології у сфері медієзнавчих наук кардинально змінилася з появою галузі 27.00.00 «Соціальні комунікації» та виведенням журналістики з галузі філологічних наук.

Об'єкт нашого дослідження – 51 дисертація на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій та історичних наук (всі захищені в межах спеціальностей галузі 27.00.00). Для зручності аналізу покажемо хронологічну динаміку захистів та кількісні їх характеристики в межах досліджуваного періоду.

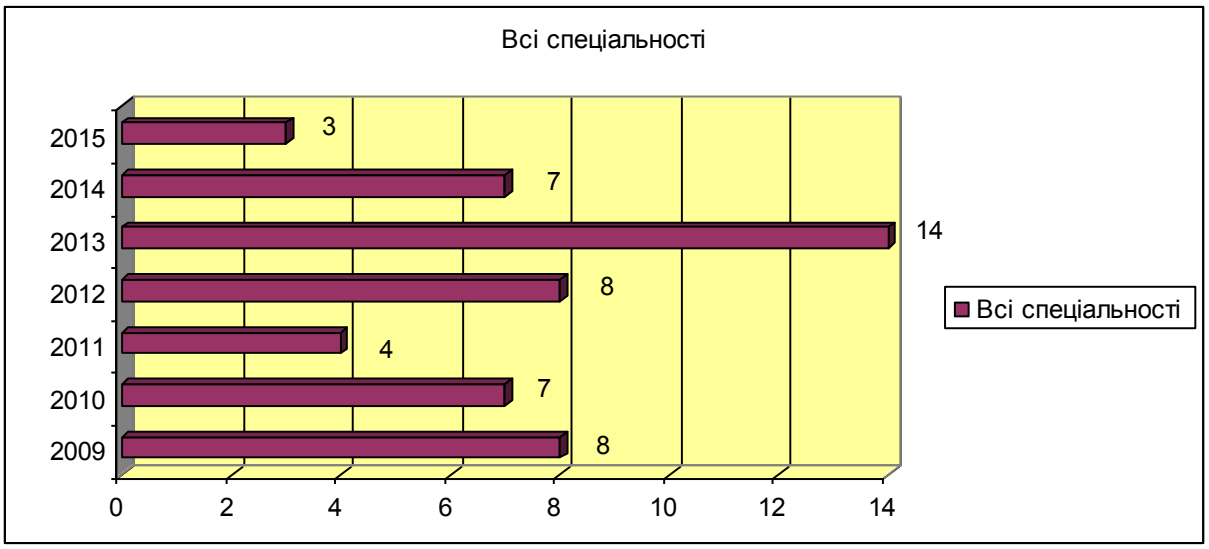

Рис. 1.1. Кількість захистів зі спеціальностей галузі (2009-2015 рр.)

Відповідно до умов наукових досліджень у новій галузі знань, змінюється і підхід до відбору матеріалу, принципи його аналізу, вимоги до результативності матеріалів та сфери використання отриманих результатів. Поки що можемо говорити лише про одне дослідження В. Різуна, яке безпосередньо стосується цієї проблеми, і масу наукових робіт, що в них мав би бути реалізований соціальнокомунікаційний підхід.

Щодо визначення соціальних комунікацій, проф. В. Різун робить акцент на витворенні взаємозв'язків між соціальними інститутами та соціальними групами: «Під соціальними комунікаціями необхідно розуміти таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії» [733]. Соціальна маркованість таких комунікацій передбачає дослідницьку увагу як до маркера соціальної чинності (орієнтації на певну соціальну групу чи соціальний тип), так і до типового, точніше, спроектованого адресата.

Функція соціального інжинірингу як система побудови соціально-комунікаційних парадигм для забезпечення соціальної діяльності постає тут ключовим параметром у процесах суспільного розвитку. Водночас проектування соціальної групи чи соціального інституту є свідченням маніпулятивного характеру соціальних комунікацій. Пояснимо цю тезу детальніше. Орієнтовані на формування ключових взаємодій, соціальні комунікації не можуть виникати на порожньому місці, тобто з'являтися поза соціальним інститутом чи соціальною групою, які й мають взаємодіяти в межах встановленого соціальнокомунікаційного зв'язку. Проте існування такої соціальної групи може мати віртуальний характер, або ж ця група може існувати тільки в свідомості автора (наприклад, апеляція до всіх жінок в Україні з боку політичної партії напередодні свята 8 березня). Віртуалізація соціальних груп, активне творення нових сутностей (така собі псевдостратифікація) призводять до формування псевдовзаємозв'язків, а отже, й соціальні комунікації виявляються несправжніми, уявлюваними. Водночас несправжність і ефемерність таких комунікаційних моделей не позначається на ефективності комунікації загалом. Адже соціум сьогодні варто назвати **інформаційно актуалізованим** (тобто таким, що визначає пріоритетність і значимість будь-яких об'єктів за їх інформаційними образами) незалежно від того, наскільки міцний зв'язок інформації та дійсності.

Інший компонент цієї взаємодії – власне сам соціальний інститут, що ініціює певний комунікаційний зв'язок, проектує можливість його створення вже на рівні організації такого інституту. Тут варто знову говорити про два аспекти: штучне створення соціальних інститутів для проектування комунікацій від їх імені та надання інституту широкого спектру комунікаційних зв'язків, як правило – з використанням нетипових комунікаційних парадигм.

У підсумку варто наголосити на тому, що вище окреслено тільки **лінійну** перспективу соціальнокомунікаційного зв'язку між соціальним інститутом та соціальною групою, яка сама по собі не мала би перспективи створення віртуальних об'єктів, суб'єктів і реальностей з маніпулятивним потенціалом, але в дійсності така перспектива проявляється досить чітко. Наукова оцінка цього

наслідку змушує говорити про нелінійність соціальних комунікацій, коли вони несуть певний демонстраційний потенціал, тобто постійно долучають нові групи, нові об'єкти – аж до окремих споживачів медіаінформації.

Така форма розгортання соціальних комунікацій дає підстави характеризувати ще один параметр соціальних комунікацій – створення та концентрацію середовища соціальної уваги. Воно може ефективно інтегрувати різні соціальні групи, спільноти окремих суб'єктів інформаційної діяльності чи просто об'єктів інформування, невластивих певній соціальнокомункаційній парадигмі.

Іншим важливим аспектом кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу в сучасній науці про соціальні комунікації є критерій вирізнення власне соціальнокомунікаційних функцій, а також функцій «властивої, природної комунікації» [733]. Логічно передбачити, що, виконуючи певну соціальну роль, комунікуючи у процесах виробничої діяльності, комунікант може реалізувати і природні моделі спілкування. Формати такого спілкування однозначно уможливлюють відсутність каналу, статусу, соціального підґрунтя, але медіа досить часто демонструють саме такі комунікаційні моделі поведінки і журналістів, і експертів, і респондентів.

Таким чином, варто говорити про функціональну природу розрізнення соціальних комунікацій та й соціальнокомунікаційного підходу загалом. Про *передбачення того, що в процесі комунікації можливі реалізації кількох комунікаційних стратегій, характерних для об'єктивно різних моделей соціальної комунікації та комунікації природної, – має стати чинником аналізу в соціальнокомунікаційних дослідженнях* (виділення наше – В. К.). Сама множина комунікаційних зв'язків теж повинна до певної міри досить серйозно розрізнятися у дослідженнях соціальних комунікацій. Наприклад, коли суб'єкт інформаційної діяльності в межах виконання виробничих функцій медіадіяльності, орієнтований на масову аудиторію (яка очікує інформування від цього соціальнокомунікаційного каналу), починає реалізувати рекламну, пропагандистську, агітаційну чи іншу нетипову комунікаційну модель.

Наукова оцінка таких явищ повинна йти **далі виступів щодо недотримання стандартів журналістської діяльності**, цілком імовірно – акцентувати на функціональності того соціального інституту, який веде мовлення, визначати (відповідно до нових агітаційно-пропагандистських функцій) деформацію його соціальної природи. Наука повинна давати суспільну оцінку таких соціальних комунікацій і на рівні їх об'єкта, і на рівні соціальної спільноти чи групи. Така комунікація викликає резонанс у площині соціальної уваги, що створюється комунікаційною взаємодією.

З позиції культурного розвитку, динаміки культурних процесів, соціальну комунікацію розглядає Т. Дрідзе: «Соціальна комунікація — це універсальний соціокультурний механізм, що орієнтується на взаємодію соціальних суб'єктів, відтворення і динаміку соціокультурних норм та прикладів такої взаємодії» [315]. Відзначимо, що у підході Т. Дрідзе більшою мірою реалізується суб'єкт-суб'єктний підхід до тлумачення комунікації. Водночас спрямованість на суто культурницький прогрес, на нашу думку, обмежує наукове осмислення проблеми, ускладнює кваліфікацію соціальних комунікацій як окремого феномену. Використання форми однини змушує говорити про лінійність підходу дослідниці, про зосередженість саме на акцентах ролі комунікаційних практик у становленні культури.

Потенційні можливості кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу повинні враховувати й більш різноаспектні розуміння соціальних комунікацій. Так, на думку А. Соколова, соціальна комунікація виражається у збереженні і поширенні цінностей. Вона трактується у ширшому руслі культурної діяльності у процесі «практичного використання таких цінностей». Це дає підстави науковцю кваліфікувати соціальну комунікацію як «необхідний аспект, невід'ємну частину культури, що зумовлює взаємозалежність: еволюція людської культури стає водночас соціальнокомунікаційною еволюцією» [760, с. 6].

Наукова дефініція поняття «соціальна комунікація» у тлумаченні А. Соколова виглядає так: «соціальна комунікація – рух смислів у соціальному часі і просторі» [760, с. 29]. Акцент дослідник робить на тому, що такий рух

можливий тільки між включеними в соціальну сферу суб'єктами, а отже, обов'язковою є присутність комунікантів та реципієнтів. При цьому актуального визначення ролі таких реципієнтів дослідник прямо не наводить. Тобто немає вказівки на те, чи це безпосередні мовці, чи виробники інформації (ЗМІ), чи соціальні інститути, які можуть виступати у функціонально типовій та функціонально нетиповій комунікаційній позиції.

Варто звернути увагу на лінійне розуміння А. Соколовим соціальної комунікації. Така лінійність випливає з уживання терміна в однині. Натомість українська наука передбачає чітко розрізняти множину і однину та пов'язані з цим особливості використання термінології. На цьому, наприклад, наголошує В. Різун у одній зі своїх публікацій [733]. Запропоноване розуміння несе в собі позицію сприймання соціальної комунікації як процесу в ключовому осмисленні інших процесів становлення і розвитку культури, коли соціальна комунікація – насамперед один із елементів ширшого наукового зацікавлення поряд з іншими процесами.

З іншого боку, уведення в означення процесу соціальної комунікаційної взаємодії параметрів соціального часу і простору дає можливості змоделювати цей процес більш об'єктивно і системно. Відбутися у соціальному часі – ось що є важливим для багатьох суб'єктів соціальних комунікацій, причому інформаційна активність, як правило, зростає в пікові моменти соціальних напружень. Така ж модель спостерігається і з параметром соціального простору, який формується не стільки географією поширення комунікації, скільки засобами та результатами проектування комунікаційного середовища, в основі якого лежать прийнятні смислові настанови – насамперед ідейні, значимі позиції суб'єкта комунікації, які, сприйняті і підтримані, утворюють соціальний взаємозв'язок, що має вже і просторові виміри. Адже територіальність тут виступатиме впливогенним чинником. Прикладом може бути, підтримка нових ідей чи стратегій аудиторією поза межами актуального для суб'єкта комунікаційного простору.

З позиції соціальної взаємодії соціальну комунікацію розглядає Т. Адам'янц: «Різні види мистецтва, масову комунікацію, а також ряд інших форм і способів

комунікації, пов'язаних із соціальною взаємодією суб'єктів, що спілкуються, можна класифікувати як соціальну комунікацію» [1, с. 5]. Окремо відзначимо, що визначення соціальної комунікації дається через призму взаємодії суб'єктів спілкування. Таким чином реалізується суб'єкт-суб'єктний підхід у розумінні складних процесів комунікаційної взаємодії. Водночас не можна погодитися з неконкретним розумінням (ряд інших форм) складників соціальних комунікацій. Підхід дослідниці передбачає акцент на витворенні соціального середовища: «Питання, пов'язані з тим як вивчати процеси функціонування соціальної комунікації, а також – якою бути комунікації, більш ніж актуальні», – пише Т. Адам'янц. А далі зазначає, що від закріплених у соціумі моделей комунікації залежить якість інформаційного середовища, в яке «занурюється» кожна людина. По суті, якість інформаційного середовища – один із найбільш вагомих складників якості нашого життя [1,с. 5].

Увага до інформаційного середовища, до його ролі як складника якості життя все ж демонструє певну лінійність співіснування конкретної людини та соціуму, минаючи категорію соціального інституту. Відсутність у російській науці актуалізації соціальних інститутів у соціальній комунікації як чинників суб'єкт-суб'єктної взаємодії, принаймні на етапі формування уявлень про соціальнокомунікаційну парадигму, свідчить про відображення низького рівня демократичності цього суспільства.

Розвиток системи соціальних комунікацій у руслі культурного процесу також не є самодостатнім із позиції становлення цивілізації. Виходячи з того, що соціальна комунікація пронизує всі технологічні процеси, причому не тільки на етапах виготовлення товарної пропозиції, а й під час «самої пропозиції», говорити про суто культурницький феномен чи русло розвитку соціальних комунікацій, як мінімум, вузько. Значимість соціальнокомунікаційних досліджень виявляється не тільки у площині формування фундаментального знання, але й в аспектах прикладних, які мають чіткі матеріальні виміри конкретних технологій чи комунікаційних практик.

Тому при визначенні параметрів соціальнокомунікаційного підходу варто акцентувати на такому розумінні соціальних комунікацій, що охоплює спілкування/комунікаційну взаємодію між різними соціальними групами. Причому включати таке розуміння може досить широкий набір контекстів. Якщо лінійне уявлення про комунікацію (зокрема й соціальну) передбачає образне втілення у мережі з чіткими структурними компонентами, що забезпечують взаємозв'язок між комунікантами, то сучасне нелінійне розуміння соціальних комунікацій може бути більш складним. Наведемо аналогію електромагнітного поля: канали комунікації передають інформацію (струм), але в результаті насичення середовища такими каналами виникають електромагнітні поля (породжувані цим струмом фізичні зміни у просторі). Існування чіткої мережевої структури соціальних комунікацій зумовлює виникнення інформаційного поля, внаслідок чого адресація в суб'єкт-суб'єктній комунікації розширюється, бо в інформаційному середовищі є достатня кількість активних користувачів інформації, які можуть сприймати, поширювати, зберігати і передавати неадресну для них інформацію поряд з інформацією адресною. Таким чином, виникає складна нелінійна модель соціальних комунікацій, яка орієнтована на відображення багатовимірності процесу соціальних інформаційних обмінів.

Здійснюючи дослідження у руслі науки про соціальні комунікації, необхідно передбачати можливість вивчення не тільки офіційного (центрального, домінуючого тощо) каналу інформаційно-комунікаційної взаємодії, але і віддзеркалень цього каналу. Наприклад, коли йдеться про засоби масової інформації, мусимо констатувати: крім офіційно зареєстрованих газет, існують їх відображення в соціальних мережах, у глобальній мережі Інтернет, які різняться (або можуть різнитися) і змістово, і функціонально, і комунікаційно. Все це створює певне інформаційне поле, що потребує окремого системного дослідження.

Сучасна українська наука знаходиться у ситуації недостатнього фінансування у частині соціологічних досліджень певних ефектів чи ефективності інформаційно-комунікаційної діяльності. Проблема тут у тому, що ринок таких

досліджень поки не сформований, а інформаційна якість медіа не визначає його комерційну успішність. Водночас процеси все більш грамотного залучення результатів соціологічних досліджень у наукові роботи в галузі «Соціальні комунікації» поширюються і переростають у загальну тенденцію. Причиною цього є збільшення вимогливості спеціалізованих вчених рад та формування корпоративних вимог у межах галузі. Такий позитивний феномен викликаний тим, що при створенні галузі та її розвиткові закладалися і закладаються серйозні критерії науковості не лише на рівні формалізму МОН України, але й в галузевих підходах.

Тільки перевіркою ефективності медіадіяльності соціальнокомунікаційний підхід не обмежується. Важливим, на нашу думку, є проектування інформаційних середовищ, концептуалізація їх під певний функціональний набір задля вирішення тих чи тих інформаційно-комунікаційних завдань. Доречно тут прокоментувати думку В. Різуна: «У підсумку можна визнати, що організація наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій спирається на ідею проектування та конструювання соціальних мереж в системі соціального інжинірингу в частині, яка стосується комунікаційної взаємодії як виду соціального зв'язку. Це означає, що методологія нашої наукової галузі вибудовується на такій сукупності понять, тверджень, принципів, способів, які стосуються прямо чи опосередковано «об'єднання» соціуму за допомогою спілкування» [733].

Відзначимо, що сучасні підходи Міністерства освіти і науки України до формування парадигми наукових досліджень зосереджуються у площині переорієнтації науки на прикладні дослідження. Частка прикладних праць у загальній структурі наукових розробок повинна сягати 60 % і більше, реальна частка фундаментальних розробок повинна поступово скорочуватися і може у підсумку вийти на 30 %.

Проектування інформаційних середовищ комунікаційної взаємодії – від створення нових інформаційних ресурсів до кваліфікації інституціалізаційних параметрів комунікації різних соціальних інститутів – це реальні прикладні дослідження, які можуть бути виконані з високим рівнем об'єктивності та

матимуть споживача у системі галузевого виробництва (сфера медіа та сфера надання комунікаційних послуг).

Такі праці мають будуватися на новій методологічній основі, якою, на думку В. Різуна, повинен стати соціальнокомунікаційний підхід: «Методологічним підходом до вивчення явищ, процесів, функцій соціальних комунікацій очевидно є соціальнокомунікаційний підхід. Суть цього нового для науки в цілому підходу є фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше — з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу» [733].

Розвиток «Соціальних комунікацій» як галузі наукового знання ставить питання про існування 3 напрямків досліджень, що вирізняються типологічними ознаками. Ці роботи – фундаментальні, спрямовані на творення наукової бази спеціальностей інституціоналізації понятєвого дискурсу, на формування аксіоматичних парадигм тощо. Не менш важливими є прикладні дослідження, орієнтовані на вирішення цілком конкретних виробничих проблем. Особливість таких праць полягає у залученні достатнього рівня емпіричного матеріалу, достатності теоретичного обґрунтування виробничих процесів та їх результатів, формуванні кореляцій між теоретичним знанням і практичним його втіленням. У гуманітарних дисциплінах такі кореляції не завжди є очевидними. Третій напрямок – науково-технічні розробки – орієнтується на забезпечення внутрішнього моніторингу виробничого процесу, наприклад, інформаційного аудиту, комунікаційного аудиту, оптимізації виробничих процесів тощо.

Якщо для фундаментальних досліджень результатом постає наука у чистому вигляді, тобто обґрунтована і доведена ідея, знання, перевірене і визнане істинним, для прикладних досліджень – продукт або ж його модель (як правило, діюча), то для науково-технічних розробок результатом є технологія, алгоритм, методика організації потрібного процесу. Зрозуміло, що сам продукт цієї технології також важливий результат використання окресленого підходу.

Відзначимо, що кожний із трьох названих типів дослідження реалізує соціальнокомунікаційний підхід по-своєму: через призму методів, систему об'єктів дослідження, категоризацію цілей та уніфікацію типів результатів. Однак є спільні характеристики, що дозволяють віднести всі ці напрямки саме в площину соціальнокомунікаційного підходу. По-перше, це орієнтація на результат, актуальний для певного соціуму (причому проведене дослідження дає підстави задуматися про те, що актуальність цього результату має синхронну актуальність, яка з часом – зі зміною соціуму – згасає, оскільки соціум змінюється). По-друге, орієнтація на суспільний резонанс – дослідження спрямовуються на вивчення того, як реалізуються закладені моделі розвитку соціуму в цілому чи якогось його сегменту. По-третє, соціальне проектування – визначення соціальних умов отримання ефективного результату чи характеристика такого результату як явища, що відбулося з урахуванням соціальних причин та наслідків.

Таким чином, важливими складовими соціальнокомунікаційного підходу є вивчення технологічних параметрів і умов комунікації, які мають забезпечувати її очікувану ефективність. При цьому надзвичайно актуальною є увага вченого до виявлення взаємозалежностей між соціальними та інформаційними складниками.

Ще один, не менш важливий момент, – технологія проектування інформаційного середовища, технологія створення інформаційного приводу, media relations у контексті фокусування соціальної уваги на певних об'єктах тощо.

Важливо, що соціальнокомунікаційний підхід також передбачає вивчення механізмів продукування нового. Йдеться не лише про інтелектуально нове, інформаційно нове, але й про нові матеріальні об'єкти від окремого медіа (як виробничого комплексу) до консалтингового проекту (як результату інтелектуальної праці). Сучасний ринок передбачає існування досліджень і такого напряму, і прикладних проектів. Оскільки спостерігається досить висока технологічна й інформаційна конкуренція, то варто говорити про зростання наукоємності медіаринку.

У підсумку варто окреслити критерії оцінки соціальнокомунікаційного підходу, визначити параметри, які б давали нам можливість кваліфікувати окремі

дослідження як такі, що відповідають цьому підходу або реалізують інші підходи, а отже, стосуються не тільки і не стільки «Соціальних комунікацій», а й інших наукових галузей.

У науці про соціальні комунікації маємо дві праці, присвячені методологічній кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу. Обидві вони належать проф. В. Різуну. У першій науковій статті «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій», опублікованій в 2011 році, розкриваються категоріальні чинники соціальнокомунікаційного підходу: «Дослідження комунікаційних об'єктів у соціальному вимірі обов'язково включає: 1) фіксацію досліджуваного об'єкта у природній для нього системі суспільних координат; 2) спостереження за досліджуваним об'єктом в соціальних умовах; 3) експериментування з досліджуваним об'єктом у реальних або лабораторно відтворених соціальних умовах; 4) опис результатів спостережень чи експериментів відносно соціально заданих параметрів; 5) аналіз результатів досліджень у соціально заданому контексті; 6) соціально зорієнтована інтерпретація результатів аналізу» [733]. У другій публікації соціальнокомунікаційний підхід визначено «як підхід, який передбачає аналіз явищ в контексті суспільної взаємодії соціальних інститутів, засобів, соціальних ролей» [730, с. 17]. Вчений наголошує, що дослідження, виконане у вимогах соціальнокомунікаційного підходу, повинно відповідати таким принципам: «1) вивчення явища в контексті суспільної взаємодії суб'єктів спілкування; 2) визначення функціонального статусу явища в цьому контексті взаємодії; 3) визначення залежності явища від мети, завдань і характеру суспільної взаємодії» [730, с. 22].

Крім того, особливий акцент у статті зроблено на розмежуванні об'єктів дослідження, коли ми говоримо про соціальні комунікації і як про технологію соціального інжинірингу, і як про окрему науку [730, с. 23-24]. Кожен із напрямків дослідження буде передбачати свій набір типових об'єктів, а разом з тим і відповідну методологію їх вивчення. Ідеальна модель побудови наукової праці передбачає систематизовану парадигму дослідницьких напрямків, які мають

розкриватися в межах наукової тематики структурних підрозділів і наукових шкіл. Проте на практиці такі дослідження не завжди корелюють із системними ознаками. Результати наукового осмислення дійсності надзвичайно різноманітні та різновекторні навіть в межах однієї спеціальності. Це до певної міри ускладнює процеси формування наукового дискурсу молодої галузі знання, однак розкриває можливості для широкого охоплення соціальнокомунікаційного простору і сучасних технологій проектування цього простору в наукових розвідках.

Така широка аналітична палітра дасть можливість виявити ефективність комунікації на науковому рівні. Причому саме поняття ефективності сьогодні досить розмите. Приміром, Т. Адам'янц пропонує розуміти ефективність «як ступінь відповідності соціальної післядії матеріалів ЗМК позитивній соціокультурній динаміці, посиленню таких загальнолюдських цінностей, пріоритетів суспільного розвитку, як доброзичливість і повага до інших, спрямованість на творення, а не руйнування, дотримання правових і морально-етичних норм людського співіснування» [1, с. 105]. Гуманістичний пафос вченої зрозумілий і доречний, але при тому всьому, якщо покласти в основу такий підхід, то дослідження будуть однобокими і площина наукового аналізу – досить вузькою. Тут треба говорити вже про суб'єктивізм окремої наукової школи чи країни в цілому. Натомість підхід, запропонований В. Різуном, розкриває більше можливостей об'єктивного вивчення явища.

Отже, критеріями реалізації соціальнокомунікаційного підходу в наукових дослідженнях галузі 27.00.00 «Соціальні комунікації» будуть мати, як мінімум, 3 відповідності: дослідження соціальних параметрів аудиторії, дослідження соціальних параметрів тексту, дослідження соціальних параметрів впливу тексту на аудиторію з акцентом на наслідках такого впливу.

Комунікаційний складник таких досліджень – передовсім технологічний. Наприклад, варто погодитися з проф. В. Різуном щодо розумінням суспільної комунікаційної системи як системи технологічної, «яка включає певну соціальну структуру як носія функцій комуніканта, об'єкт (суб'єкт) впливу – комуніката та засоби впливу (медіа тощо)» [733].

Окремо необхідно додати, що критеріями соціальнокомунікаційного підходу повинні також стати проекції на впровадження результатів дослідження, зокрема – результативність з точки зору підходу фундаментальної чи прикладної науки. Адже така проекція результату створюється на етапі формування теми та мети дослідження, його завдань, гіпотези. Всі ці категорії аналізу конкретних наукових праць необхідно систематизувати з огляду на традицію та історію наукових досліджень у галузі.

Уважаємо, що особливістю систематизації таких досліджень повинен стати фокус уваги вченого. Вказані критерії – соціальних параметрів аудиторії, соціальних параметрів тексту, соціальних параметрів впливу цього тексту на аудиторію – можуть виявлятися у дослідженні нерівнозначно, але відсутність бодай однієї ланки – предмет для аналізу галузевої відповідності наукової розвідки. Ще один аспект, який варто включити в систему категоризації критеріїв відповідності соціальнокомунікаційному підходу, – міра вияву кожного складника, обґрунтованість припущень про стан досліджуваного. Наприклад, при аналізі соціальних потреб аудиторії сучасні науковці зазвичай відштовхуються: від власних уявлень; від власних уявлень, заснованих на демократичній (тоталітарній, олігархічній, охлократичній тощо) платформі; від уявлень інших дослідників (за принципом «Опублікованому – вірити!»); від власноруч проведених і потрактованих так званих соціологічних досліджень (часто зі слабким апаратом формування вибірки чи відсутністю його); від соціологічних досліджень певних соціологічних інституцій (без розшифрування в межах якої програми чи замовлення виконувалося таке дослідження); від зіставлення різних соціологічних даних.

Насправді якісних робіт, що ґрунтуються на якісній же соціології – мало, навіть катастрофічно мало. Водночас праць, які презентують результати у площині соціальної значимості – надзвичайно багато. Ця ситуація говорить про потребу переосмислення кваліфікаційних характеристик таких досліджень і на рівні спецрад, і на рівні вчених рад ВНЗ та їх структурних підрозділів, що затверджують теми наукових досліджень.

Маємо говорити про два загальні напрямки реалізації соціальнокомунікаційного підходу. Умовно назвемо їх рефлексивним та моделювальним. Перший – **рефлексивний** – передбачає дослідження медіатекстів, діяльності медіаорганізацій за будь-який проміжок часу, але часу минулого. Тут висновком автора є кваліфікація досліджуваних об'єктів, встановлення закономірностей та тенденцій, характеристика стану та перспектив, розробка рекомендацій. Такі роботи зводяться, як правило, до експлікації бачення автором проблеми, орієнтовані на оновлення окремих медіа чи медіаіндустрії в цілому, не передбачають серйозних рекомендаційних висновків (під словом «серйозні» ми розуміємо не стільки констатації на кшталт «кому і що змінювати», скільки реальні зміни в медіа, викликані такими дослідженнями). Водночас практика захисту дисертацій, зокрема відгуки на автореферати від представників медіаіндустрії, говорить про те, що ці процеси частково розвиваються. Сьогодні медіа цікаво оновлюватися за науково вивіреними моделями. Щоправда, це не скасовує загального тренду: джерелом таких моделей та рекомендацій виступають не ВНЗ чи наукові установи, а дослідницькі структури консалтингового характеру, які орієнтовані на тенденції ринку більшою мірою, ніж на віддалену в часі соціальну потребу якісного інформування.

Недоліками і типовими вадами рефлексивного напрямку досліджень є слабка методологічна база, низька релевантність результатів, часто – вузьке формування теми. Ці недоліки – об'єктивні, адже зазвичай методологія розробляється вченим особисто, при цьому він не має достатнього фінансування (як правило, він не має ніякого фінансування) для забезпечення методологічної чіткості. Тому висновкова частина дослідження не завжди є переконливою, а оцінка спецради – рекомендація до присвоєння наукового ступеня – базується на кваліфікації теоретичної підготовки та усвідомленні того, що висновки автора розкривають тенденції, «які потребують подальших досліджень». Відзначимо, такі результати є частими, але не всеохопними. Багато дисертацій формуються з урахуванням можливостей автора і не суперечать базовим соціологічним підходам.

Водночас досягти рівня високих методичних стандартів Європи чи США вдається нечасто. Адже система наукової кваліфікації в Україні передбачає одноосібні публікації, самостійні дослідження, що практично нівелює системність результату. Складним для науковців є і обґрунтування методології, коли, наприклад, треба довести не тільки те, що результати, отримані на основі джерельної бази, будуть валідними, але й показати, які методи використовувалися для дослідження цієї проблеми іншими вченими. Тобто чим методологія, запропонована дисертантом, краща за методи попередніх досліджень того самого об'єкта. Такі технології наукового пошуку – перспектива майбутніх праць.

Ще одна проблема рефлексивного підходу – у відсутності цікавості об'єкта дослідження до результатів такого дослідження. Складається ситуація, коли впровадження результатів дисертацій можливе тільки у навчальний процес. Це нормально для фундаментальної науки, але прикладні дослідження потребують виробничого впровадження. Медіа, як правило, не цікавлять рефлексії з їх минулого. Вони зорієнтовані на актуальну соціальну практику. Якщо в природничих науках будь-яке відкриття позначається на виробничому процесі (за умови правильного позиціонування такого відкриття), то медіаіндустрія може активно розвиватися і без наукових результатів рефлексивного напряму. В ідеальному розумінні процесів дослідження – це питання дискусійне. Практика ж його підтверджує повністю. Усе вищесказане не перекреслює потреби робіт рефлексивного напрямку, адже галузь «Соціальні комунікації» позиціонується як університетська наука, і висновки вчених спрямовуються на оновлення системи підготовки кадрів для медіагалузі. Варто тільки пам'ятати про методологічну основу досліджень, яка б забезпечувала валідність отриманих науковцем результатів.

Другий напрямок – **моделювальний** – представлений у науковому дискурсі досить слабко. Причина цього, на нашу думку, у відсутності замовлення і з боку медіа, і з боку держави. Проте останнім часом ситуація починає змінюватися: на сьогодні держава рекомендує ВНЗ та науково-дослідним організаціям виконувати дослідження прикладного характеру, які значною мірою спрямовані на

проектування медіапростору, створення нових інформаційних ресурсів та вироблення нових технологічних схем медіадіяльності. Що ж до замовлення від медіаструктур, варто констатувати збільшення сегменту форматів власного виробництва замість купівлі апробованих закордонних проектів, а це в свою чергу створює потребу наукового обґрунтування методології та й, власне, представлення нових проектів.

У сучасних умовах будь-який проект нового медіа чи комунікаційної схеми, технологічна карта інформаційного продукту чи об'єктивний аудит перспектив медіапродукту не можуть реалізуватися без залучення досліджень соціуму (як середовища впровадження), медіаринку, інформаційних потреб та очікувань, параметрів комунікаційної релевантності, позиціонування в різних сегментах комунікаційної активності – від загальнонаціональних медіа до соціальних мереж. На нашу думку, кількість досліджень цього напрямку зростатиме, тому що він передбачає більш доступну методологічну базу. Тут закономірно використовуватимуться результати соціологічних досліджень, залучатимуться міжгалузеві наукові розробки гуманітарного (і не тільки) характеру, дослідник одноосібно зможе запропонувати корисні моделі та діючі зразки, а отже, продемонструвати результати, які не тільки підтверджуватимуть наукову кваліфікацію, але й матимуть високий потенціал комерціалізації.

За результатами аналізу практики соціальнокомунікаційних праць встановлено, що ключова різниця між підходами виявляється у часовому векторі спрямування дослідження: рефлексивний підхід передбачає концептуалізацію минулого і сучасного медіадискурсів як минулого; моделювальний – концептуалізацію майбутнього і сучасного медіадискурсів як майбутнього. Таким чином, використання рефлексивного підходу передбачає менші потенціали практичного впровадження результатів.

Відзначимо, що в науці сьогодні сформувалося досить чітке уявлення про соціальнокомунікаційний підхід. За час його поступового впровадження сформувалася достатня джерельна база для системних висновків про стандарти наукового пошуку, типові наукові проблеми, недоліки і переваги окремих

методологічних підходів. Отже, важливим етапом становлення нової наукової галузі є переосмислення першого – впроваджувального етапу. Ще більш важливим і актуальним є створення механізмів аналізу теми, матеріалів, дослідницького бачення проблеми у руслі соціальнокомунікаційного підходу як аналітичної моделі, системи критеріїв якості дослідницьких процедур. Сподіваємося, все це сприятиме методологічній грамотності та результативності наукових студій.

1.2. Історичні умови формування соціальнокомунікаційного підходу

Питання історичних витоків соціальних комунікацій має стати предметом окремої наукової студії, заснованій на історичних підходах та описовій методології. Завдання цієї дисертації набагато вужчі: ми окреслимо основні напрямки наукових пошуків, визначимо постаті і особистості, які, на наш погляд, сприяли виходу традиційного журналістикознавства за межі філологічного підходу, спрямовувалися на нові дослідницькі горизонти, формували висновки про соціальну природу впливу журналістських матеріалів та визначили перспективи оновлення наукової системи.

До аналізу увійшли наукові праці, що мали відчутний вплив на розвиток галузі – це як правило дисертації, що захищені в період кінця 90-х років XX – перших років XXI століття, базові підручники та навчальні посібники. Тривалий час науково-педагогічної роботи спочатку в журналістикознавстві, а потім в соціальних комунікаціях дає підстави стверджувати: важко переоцінити значимість підручників та посібників, які були основними для підготовки випускників. Саме тут закладалися основи розуміння соціальнокомунікаційних процесів, формувалися підходи до оцінки фахової діяльності, її наукового усвідомлення. Власний досвід наукових публікацій показує: вивчення процесів комунікаційної діяльності, ефективності роботи журналіста чи формування нових комунікаційних стратегій не можливі без урахування соціальнокомунікаційних чинників у тому чи тому контексті соціальних комунікацій. Наукові статті періоду

2002-2008 рр. визначають окремі аспекти наукового підходу, що не вкладаються в межі класичного філологічного розуміння журналістики [393; 396; 398-400, 402-403; 406-408; 411-413].

Науковці, про яких йтиметься далі в цьому розділі, й на сьогодні займають активну позицію, проводять дослідження, керують дисертаціями, магістерськими студіями, організовують конференції і семінари, виступають опонентами та рецензентами наукових праць. Саме через це важливо сьогодні ініціювати серйозне історико-кваліфікаційне дослідження та встановити особливості становлення науки в період від 90-х років XX століття до 2006 р.

Попередній період ретельно і ґрунтовно описано в дисертації Т. Трачук, за підсумками якої видано монографію [734]. Дослідження «Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства» побачило світ у 2005 році за авторством самої дисертантки та її наукового керівника. У 2006 році автори монографії були відзначені премією імені Тараса Шевченка, що присуджується вченою радою Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сама ж Тетяна Трачук у 2013 році за комплекс досліджень з історії українського журналістикознавства була відзначена премією Президента для молодих вчених. Акцентуємо, ця премія надається внаслідок публічного обговорення значимості результатів та надходження відгуків від науковців різних організацій і установ.

Дослідження історії українського журналістикознавства за авторством Т. Трачук і В. Різуна охоплює період від кінця XIX до 90-х років XX століття. Саме тому ми стверджуємо необхідність дослідження наступного періоду журналістикознавчих студій у широкому історико-соціальному контексті в окремій роботі. Цей період стане цікавим для вчених тим, що тут виникають нові комунікаційні канали, формуються нові медійні платформи, дослідження яких проводиться то із залученням закордонної методології і джерел, то на основі традиційних журналістикознавчих поглядів. У цей період з'являються функціональні інструменти поширення наукового знання в глобальній мережі. Поширення відкритих наукових текстів, за відсутності інструментів контролю та перевірки, призводить до актуалізації плагіату, викликаного, зокрема, й

технічними чинниками, відсутністю культури наукових досліджень в умовах використання нових технологічних інструментів.

У цьому підрозділі ми прагнемо розставити деякі акценти, що засвідчують формування передумов нового наукового напряму, вказати на науковців, роботи яких сприяли появі цих нових тенденцій. Усвідомлюємо, що перелік авторів і праць буде далеко неповним. При цьому ми й не ставимо перед собою такого завдання, адже воно надто складне для окремого підрозділу дисертації, що обґрунтовано в дослідженні вище.

За підсумком аналізу наукового процесу, частиною якого був і автор, у роботі виділяється чотири групи наукових досліджень, які по-різному, але все ж виходили за межі філологічного підходу. До *першої групи* включено праці, які своїм об'єктом мали медіадіяльність і за формальними ознаками виходили за межі філологічного чи історичного підходу. До таких робіт віднесено праці Зіновія Партики, Євгена Ромата, Наталії Сидоренко, Миколи Тимошика та інших дослідників, об'єктом вивчення яких були реклама, видавнича справа і редагування, історія становлення масовоінформаційних процесів, і де вихід за межі філологічного підходу зумовлювався об'єктом дослідження.

Праці першої групи стосуються предметних сфер, що не могли входити в систему журналістики у її філологічному розумінні. Тому більшість цих робіт – підручники і посібники, монографії, і в останню чергу – дисертації.

Серед підручників та посібників цієї групи окремої уваги заслуговують праці Миколи Тимошика [796], в яких обґрунтовано основи видавничої діяльності, історіографічні дослідження Наталії Сидоренко [745], підручники з історії реклами та рекламної теорії Євгена Ромата [739], з теорії та історії зв'язків з громадськістю Георгія Почепцова [729].

Відзначимо, що ці підручники та посібники – підсумкові праці, яким передували тривалі історії досліджень, виступи на конференціях і семінарах, наукові дискусії та статті, що можуть бути предметом окремої історіографічної розвідки. Наукова парадигма кінця XIX – початку XX століття представляє широкі переліки наукових теорій та підходів, концепцій та форматів, але варто

наголосити, що саме в цей період виникли три основні освітні напрямки – журналістика, видавнича справа і редагування, реклама і зв'язки з громадськістю. Теоретичне забезпечення цих напрямків, дослідження фахової діяльності в межах нових навчальних спеціальностей стало відчутним поштовхом до оновлення теорії. До речі, журналістикознавчі студії також розвивалися досить активно. Тут варто говорити про відображення в науці нових галузевих підходів. Прикладами таких досліджень можуть бути роботи Олександра Бєлякова, який увів у науковий дискурс екологічну журналістику [78], Наталії Непийводи, яка сформувала в журналістикознавстві теорію інформаційного комфорту комуніката [571]. Таких досліджень чимало. Для їх систематизації потрібно провести спеціальний аналіз на відмінній від нашої джерельній базі.

До наукових студій, у яких спроектовано вихід за межі філологічного підходу, варто віднести декілька. Тут ми акцентуємо на докторській дисертації Володимира Різуна [732], яка була орієнтована на створення моделі, а не традиційного для філологічних досліджень тексту чи текстового виміру, об'єктом мала діяльність, а не знову ж таки текст. Варто назвати й докторську дисертацію Зіновія Партики, який обґрунтував концепцію редагування з урахуванням нових вимог та умов цифрової доби. Ця робота була послідовно критикована Надією Зелінською та Миколою Тимошиком, у різний період – керівниками підсекцій з видавничої справи та редагування Науково-методичної комісії з журналістики та інформації. Наукова дискусія щодо підходу Зіновія Партики стала складником ширшої дискусії про потенційні можливості журналістикознавства і, на нашу думку, позначилася на формуванні соціальнокомунікаційного підходу.

Сюди ж варто віднести дослідження, що формально захищалися в межах спеціальності «Політична культура та ідеологія», але мали в основі своїй масовокомунікаційні об'єкти та використовували нефілологічний науковий інструментарій. Важливими тут вважаємо дисертації Віктора Набруска [569], Ганни Сащук [743], підручник Анатолія Чічановського та Олександра Старіша «Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем» [895].

Другу групу складають дослідження, де науковці пропонували нові теорії та контексти, які не вкладалися в межі стандартних журналістикознавчих студій: Володимир Буряк, Микита Василенко, Володимир Владимиров, Олесь Гоян, Володимир Здоровега, Надія Зелінська, Григорій Кривошея, Василь Лизанчук, Олександр Мелещенко, Анатолій Москаленко, Олександр Мукомела, Борис Потятиник, Михайло Скуленко, Юрій Фінклер, Борис Черняков, Володимир Шкляр, Галина Шевцова-Водка.

Серед представників київської наукової школи першим називаємо Анатолія Москаленка [566], чиї праці з теорії журналістики стали визначальними для підготовки журналістських кадрів на тривалий час. На нашу думку, варто акцентувати на запропонованій проф. А. Москаленком системі принципів та функцій журналістики, яка й визначала особливості соціальнокомунікаційного підходу: вихід за межі суто текстового розуміння у площину впливу та соціальної значимості журналістської діяльності.

У цьому ж поколінні теоретиків журналістикознавчої науки значимими стали роботи проф. Володимира Шкляра, що визначали особливості соціальних кореляцій у діяльності медіа. Вчений, спільно з колегами по кафедрі, сформував традиційне для наукової школи розуміння місця і ролі журналістики, спозиціонував систему жанрів журналістської діяльності саме в площині реалізації функцій журналістики як соціального інституту [922; 924]. До цієї групи вчених закономірно входить проф. Борис Черняков [894]. Він першим в Україні створив науковий напрямок зображальної журналістики, продовжив погляди Мартена Феллера на зображення як модель комунікаційного акту, започаткував низку досліджень, продовжених його учнями (один із напрямків представлений докторською дисертацією Вікторії Шевченко у цій роботі).

Наступне наукове покоління сформувало підходи до кваліфікації різноаспектних явищ масової комунікації у соціальному контексті. Серед представників цієї групи ми називаємо проф. Микиту Василенка [150], який дослідив динаміку жанрів української преси, проф. Володимира Владимирова [170], який розробив теорію герменевтичного підходу до масової комунікації,

проф. Олеся Гояна, який заклав основи комерційного радіомовлення [229], проф. Олександра Мелещенка, відомого не тільки роботою про динамічне моделювання структури газети [54], але й фундаментальним дослідженням комп'ютерних та телекомунікаційних технологій в системі фахової діяльності [542].

Львівська наукова школа представлена постатями, які формували системне розуміння масовокомунікаційної діяльності в нових соціальних умовах. Тут варто згадати проф. Володимира Здоровегу [328], чий підручник з методики журналістської творчості актуальний і сьогодні, проф. Василя Лизанчука [503], який створив національну теорію радіожурналістики і досі бере активну участь у процесі становлення української науки. Наступне покоління львівської наукової школи представлене іменами професорів Надії Зелінської [329], яка заклала основи теорії наукової комунікації в системі соціальних координат, Бориса Потятиника [724], що розробив теорію патогенного тексту, сформувавши аксіологічні оцінки журналістської діяльності з погляду її соціальних наслідків, Юрія Фінклера [825], автора теоретичної моделі взаємин влади і медіа з потенціалом її ефективності в умовах демократичного суспільства.

Помітною постаттю українського журналістикознавства був проф. Володимир Буряк – спочатку завідувач кафедри в Дніпропетровському національному університеті імені Олеся Гончара, згодом – директор інституту журналістики та масової комунікації Класичного приватного університету. Його концепція художньої публіцистики [126], заснована на концептуалізації свідомості митця, отримала численні продовження навіть після смерті вченого.

Дослідження у сфері бібліотечної діяльності, книгознавства та документознавства також потребують системного вивчення. У нашій дисертації ми згадаємо лише одну роботу – професора Галини Миколаївни Швецової-Водки [897], яка вже на початку 2000-х років ставила питання про соціальні комунікації та сформувала підходи до кваліфікації документа й книги з позицій теорії соціальної інформаційної комунікації.

Третя група – це роботи, що присвячені методам дослідження, які формують виразну картину оцінки соціальних процесів. До цієї групи варто

віднести праці Валерія Іванова, Наталії Костенко, Ігоря Лубковича, Володимира Різуна та Тетяни Скотникової, Олександра Чекмишева.

Спільна праця Валерія Іванова та Наталії Костенко [420] розкриває алгоритм використання складної методології дослідження емпіричних даних, формує загальні правила та підходи до планування та реалізації програми дослідження. В українській журналістикознавчій науці та науці про соціальні комунікації проф. Валерій Іванов знаний як теоретик та практик використання соціологічних методів. Його книги із соціології масовокомунікаційних процесів [346] стали базовими для навчального процесу в усіх без винятку вищих навчальних закладах профілю «Журналістика та інформація».

Не менш популярним став навчальний посібник, що виданий у співавторстві Володимиром Різуном та Тетяною Скотниковою [731]. Посібник витримав два перевидання, активно залучається в навчальний процес. Паралельно у Львові був підготовлений і опублікований підручник Ігоря Лубковича [511]. Ця праця стала більш популярною серед представників львівської школи журналістикознавства.

Починаючи з середини 90-х років, системні соціологічні розвідки проводить Олександр Чекмишев [875; 887]. Його звіти про дослідження, в яких важливу роль відіграє розкриття механіки дослідницьких процедур, стали джерелом оновлення методологічної парадигми журналістикознавства. Варто відзначити важливість перевидання підручників та посібників, що стосуються методології досліджень. Практика перевидань показує реакцію авторів на динаміку інформаційного середовища, оновлення об’єктів дослідження, що неминуче приводить до оновлення методологічних підходів чи методів.

Залучення нових джерел, опрацювання цієї джерельної бази за допомогою методів, що виходили далеко за межу кваліфікації функціональних показників тексту – все це стало чинниками формування нових методологічних підходів, які не могли органічно вкластися в модель філологічного журналістикознавства. Назрівала потреба формування нового наукового напряму, яким і стали соціальні комунікації.

Четверта група представлена працями дослідників, які формували контекст нового розуміння соціальнокомунікаційних реалій. До цієї групи включаємо Володимира Різуна з його першим в Україні підручником «Теорія масової комунікації»; наукові роботи Олександра Холода – автора підручника «Комунікаційні технології» та численної добірки колективних монографій, упорядником яких виступав учений; дослідження природи і структури масової комунікації, здійснені Олександром Коновцем; соціальні проекції комунікації Георгія Почепцова

Підручник «Теорія масової комунікації» проф. Володимира Різуна [736] став знаковим для кількох поколінь студентів галузі та був і залишається актуальним джерелом підготовки наукових кадрів. У дослідженнях початку XXI століття, особливо в кандидатських дисертаціях, активно згадуються теорії масової комунікації, що представлені в підручнику. А в деяких випадках можемо говорити про те, що автори не виходять за межі класифікацій Володимира Різуна. Цією працею відкривалися підходи до формування теорій соціальної комунікаційної взаємодії. Досить цікавою є історія виникнення підручника: спочатку на сайті Інституту журналістики у відкритому доступі послідовно з'являлися чотири основні лекції з теорії масової комунікації (орієнтовно 2000–2001 рр.), потім автором було видано монографію «Маси» [735]. За результатами тривалої апробації, аж у 2008 році, було видано підручник «Теорія масової комунікації».

Наукові погляди професора Олександра Холода є органічним продовженням його докторського дослідження [851]. Запропонована вченим теорія інмутації суспільства знайшла відображення в багатьох наукових працях, написаних і учнями науковця, і його колегами. Наприклад, ця теорія активно використовується у докторській дисертації Лесі Городенко [192]. Пізніше ці теорії та підходи будуть реалізовані в унікальному підручнику «Комунікаційні технології» [852], який вбере всі можливі комунікаційні форми та способи їх технологічної реалізації.

У 2007 році побачив світ навчальний посібник Олександра Коновця «Масова комунікація: теорії, моделі, технології» [391]. Контекстом дослідження визначено вплив на масову свідомість, крізь призму якого в роботі здійснено

дослідження масової комунікації. Учений приділяє значну увагу контентному наповненню каналів комунікації, виокремлює технології різних типів соціальних впливів: інформаційні війни та пропаганда, кризові та виборчі комунікації. Важливим аспектом роботи став глобалізаційний вимір досліджуваного об'єкта, що виявилося у вивченні інтеркультурної комунікації, залученні її контекстів у науковий дискурс осмислення національного інформаційного простору.

Вагомим є вклад Георгія Почепцова у формування соціальнокомунікаційного підходу. Його підручники, монографії та посібники користувалися надзвичайною популярністю і як джерело знань, і як предмет наукової дискусії, і як алгоритм побудови практичної діяльності. На нашу думку, в цій групі варто розглядати базову теоретичну роботу – «Теорія комунікації» [727], що має широкі контексти за межами філологічного підходу і досить часто використовується науковцями сьогодні. Важливим напрямком досліджень проф. Георгія Почепцова вважаємо роботи, в яких розкривається природа соціального інжинірингу [726; 728]. Ці роботи також мали значний вплив на формування соціальнокомунікаційного підходу.

Чимало наукових праць чинних докторів наук із соціальних комунікацій опубліковано ще до появи Постанови Кабінету Міністрів про створення нової галузі наукового знання [721]. За своїм підходом, ці дослідження як правило виходять за філологічну межу журналістикознавства. Саме тому вони легко адаптувалися до вимог нової галузі знань. Детальніший аналіз цих робіт здійснено в наступних розділах дисертації.

1.3. Типологія об'єктів дослідження в соціальних комунікаціях

За сім років захистів докторських дисертацій – з 2009 по 2015 рр. – у науковий дискурс нової галузі наукового знання додалося чимало нових концепцій, теорій, висновків та підтверджених гіпотез, значною мірою оновилася методологічна база, сформувалися закономірності організації дослідницьких процедур та постановки проблеми наукового дослідження, що і дало змогу вичленувати особливості соціальнокомунікаційного підходу.

Важливою особливістю нашої роботи є точка відліку, визначальний момент для класифікації особливостей застосування досліджуваного підходу, методології, що його складає. Такою точкою відліку став об'єкт дослідження в авторській класифікації. Під час аналізу наша увага не оминала і предмет дослідження, який ми розуміємо як одну зі сторін об'єкта, фокус дослідницької уваги. Значної переваги від розмежування об'єкта та предмета – не виникає, тут радше реалізується формальний бік текстової частини дисертації.

Розмежування об'єкта і предмета дослідження важливе в тому випадку, коли проводиться системне осмислення історії вивчення якогось об'єкта, і дослідник послідовно відтворює хронологію наукового пізнання різних сторін (предметів) цього об'єкта. Соціальнокомунікаційний науковий дискурс поки що не набрав достатньої кількості наукових текстів для системного дослідження наукового виміру будь-якого об'єкта, але можемо передбачити перспективність таких студій у не надто віддаленій перспективі.

Серед причин вибору об'єкта дослідження як відправної точки для кваліфікації проявів соціальнокомунікаційного підходу назвемо такі:

- об'єкт дослідження формалізує тему, визначає ключові межі наукового пошуку;
- обраний вченим об'єкт зумовлює методологію дослідження, а отже й гіпотетичні уявлення про результати дисертації на етапі планування наукових завдань;
- як категорія наукового тексту, об'єкт легко піддається формалізації, а отже – сприятиме підвищенню об'єктивності узагальнення даних;
- для науки про соціальні комунікації об'єкт дослідження як елемент систематизації наукових даних більш зручний, ніж тема чи мета роботи, оскільки дозволяє визначити й спланувати напрямки подальших наукових пошуків;
- від визначення об'єкта дослідження та позиціонування його через описаний предмет вивчення – напряму залежить структура дисертації і як дослідницька програма, і як текстове втілення підсумків роботи.

Цей перелік можна продовжувати, проте названих критеріїв цілком достатньо для обґрунтування нашого підходу. Ми проаналізували автореферати дисертацій, які представлені в списку використаних джерел. У кожному конкретному випадку формування даних по дисертації (таблиця об'єктів та предметів дослідження), ми не будемо робити окреме посилання на автореферат (дисертацію), оскільки наведених у роботі даних цілком достатньо для ідентифікації тексту.

Усі дослідження, що проаналізовані в роботі, розділено на дві нерівномірні частини. У першу включено роботи, захищені зі спеціальностей 27.00.01, 27.00.04, 27.00.05, 27.00.06, до другої увійшли дослідження зі спеціальностей 27.00.02 та 27.00.03. Такий розподіл зумовлено формальними та змістовими чинниками. Ці дисертації виконувалися в наукових організаціях і захищалися в різних спецрадах. Перша група робіт представляє університетську науку, а друга – академічну. Перша група робіт історично виросла із журналістикознавства, дослідження другої групи формувалися на основі педагогічного та історичного підходу. Окремо варто згадати, що авторам досліджень зі спеціальностей 27.00.02 та 27.00.03 може присуджуватися ступінь або з соціальних комунікацій, або з історичних наук.

Всі емпіричні дані згруповано відповідно до тематичної структури досліджень, яка відображена в змістовій структурі текстової частини нашої роботи. Для зручності аналізу отриманих даних, всі об'єкти зведено до загальних категорій, що у підсумку ілюструє порівнюваність та досліджуваність явищ. Розуміючи, що будь-яка редукція веде до спрощеного розуміння явища, ми все ж пішли на цей крок, щоб відобразити основні напрямки соціальнокомунікаційних досліджень у частково формалізованому вигляді. Оскільки наукова цінність дисертацій, які розглядаються у цій роботі, та особливості реалізації соціальнокомунікаційного підходу в них описані в наступних розділах нашої праці, – цей підрозділ буде присвячено виключно об'єктам наукових пошуків та вербалізації цих даних.

Вказані чинники спонукали окремо виділити і проаналізувати об'єкти та предмети досліджень для кожної групи. У додатках до роботи ми подаємо дві

таблиці, в яких зведено всі дані аналізу об’єктів вивчення (див. Додаток А, Табл. А 1, Табл. А 2).

Підгрупа праць, тематика яких охоплює різні історичні періоди розвитку та становлення української журналістики, включає п’ять робіт: Олега Богуславського, Ігоря Павлюка, Лідії Сніцарчук, Світлани Кравченко та Юрія Колісника (див. Додаток А, Табл. А 1). Їх ми подаємо у хронологічній послідовності за датами захисту.

Варто відзначити, що серед особливостей цієї групи досліджень тільки в одній дисертації (Світлани Кравченко) об’єкт передбачає формалізацію не лише на рівні часового періоду, але й простору. Така особливість зумовлена тим, що категорія територіальності позначилася на особливостях методології, відбору джерел, їх зіставлення, оскільки тут враховується соціальний простір: не просто країна виходу видання, а ті культурно-політичні умови, що визначали особливість дискурсу. Таке твердження справедливе і щодо інших досліджень. Це стосується й роботи Ігоря Павлюка, який теж вивчає різнотипні медіа, що функціонували в різних соціальних умовах. Але формалізація предмету дослідження показує відмінності – якщо для І. Павлюка більшою мірою цікавий стан розвитку досліджуваного сегменту преси, то С. Кравченко, поряд зі змістом, актуалізує закладені смисли, тому територіальність набуває особливої ваги.

Щодо методів дослідження, то варто відзначити подібність у використанні науковцями історичної та порівняльної методології у частині роботи з джерелами – використання архівних матеріалів, свідчень очевидців, увагу до контенту видань досліджуваного історичного періоду.

Друга тематична підгрупа дисертацій – це праці, тематика яких зосереджена на теоретичних питаннях розвитку системи медіа, умов і особливостей медіадіяльності та закономірностей теоретичного охоплення виробничих процесів породження текстів, їх поширення, впливу на аудиторію й дослідження такого впливу. До цієї підгрупи робіт ми включаємо 4 дослідження (див. Додаток А, Табл. А 1.), захищені в різні періоди становлення соціальнокомунікаційного підходу: Марії Бутиріної, Олександра Чекмишева, Тетяни Кузнєцової та Людмили

Пономаренко. Основним об'єктом у цій групі – якщо кваліфікувати узагальнено – стають мас-медіа чи вужчі виміри медійної діяльності. І тільки у роботі Олександра Чекмишева таким об'єктом виступає елемент теорії – метод моніторингу. Прикметно, що, розходячись у об'єкті дослідження, роботи Л. Пономаренко і О. Чекмишева подібні формами позиціонування об'єкта через предмет дослідження: вони у фокусі наукової уваги тримають зміст і стан досліджуваного об'єкта.

Наукова праця Людмили Пономаренко потребує окремого коментаря, оскільки включена до робіт, що спрямовані на оновлення теорії, а подібна за об'єктом дисертація Наталії Грицюти віднесена до феноменологічних досліджень. Причина такого підходу у висновках роботи та їх застосуванні. Так, висновки Л. Пономаренко орієнтовані на теоретичний дискурс соціальних комунікацій, а Н. Грицюти – більшою мірою на виробничу практику соціальнокомунікаційної діяльності.

Всі дослідження, що увійшли до цієї групи, значною мірою позначилися на оновленні теоретичного розуміння соціальних комунікацій, знайшли продовження в кандидатських дисертаціях та низці наукових публікацій.

До третьої підгрупи нами включено також 4 дослідження, тематика яких зосереджена на вивченні галузевих особливостей мас-медійної діяльності. Дві з цих робіт стосуються телебачення (В. Гоян та І. Пенчук), одна радіовиробництва (І. Хоменко), ще одна присвячена особливостям візуальної комунікації журнальних видань (В. Шевченко). Маючи досить відмінні за змістом об'єкти досліджень, ці дисертації об'єднуються на рівні категоризації об'єкта. Науковці використовують подібну методику при вивченні цього об'єкта, а в умовах становлення соціальнокомунікаційного середовища – створюють теоретичну базу для подальших наукових студій (див. Додаток А, Табл. А 1.). Як видно з наведеної таблиці, дослідження присвячені в основному розкриттю галузевих особливостей діяльності журналіста. У дисертації В. Гоян це виявилося у формуванні парадигми професійних якостей, при цьому вчена довела «право на творчість» в професії. Те ж саме, але в контексті потенціалу розвитку галузі, можливостей, які ще не вповні

реалізовані практиками (на основі іншої сторони подібного об’єкта дослідження), розкрив І. Хоменко. На виявлення змістів галузевого контенту, його стану та смислового контекстуального функціонування спрямовані й інші дві дисертації тематичної групи.

Підсумком аналізу цієї групи праць є висновок про те, що на сьогодні створено достатньо прикладів оновлення галузевої теорії в системі соціальнокомунікаційних досліджень. Водночас, як помітно з таблиці, поки що менша частина галузей журналістики набула свого наукового осмислення через вирішення важливих наукових проблем.

Наступна підгрупа робіт нечисленна і включає всього дві позиції: дисертації, присвячені теоретичному осмисленню PR – Наталі Мантуло та Віти Березенко (див. Додаток А, Табл. А 1.). Важливим моментом для розуміння особливостей цієї групи досліджень є те, що предметною спеціальністю для вивчення PR стала спеціальність 27.00.06 – «Прикладні соціальнокомунікаційні технології», ці ж дисертації захищені зі спеціальності 27.00.01 – «Теорія та історія соціальних комунікацій». Причини цього досить прозорі: по-перше, паспорт спеціальності 27.00.01 включає позиції щодо створення теорій для всіх інших спеціальностей галузі, тому такі дослідження можливі; по-друге, спеціальність 27.00.06 передбачає вивчення технологій виробничої діяльності, зокрема й у PR. Створення ж нової наукової теорії також може розглядатися як технологія, але аналіз об’єктів дисертацій В. Березенко та Н. Мантуло показує, що вони більшою мірою орієнтовані на зміст теоретичних наукових пошуків.

Як бачимо, обрання тексту об’єктом дослідження призводить до пошуку змістів та смислів побутування цього тексту в межах соціальнокомунікаційної діяльності і, за умови відсутності дослідження соціальної значимості та породжуваних текстом соціальних наслідків, може стати ілюстрацією використання філологічного підходу. Тому пізніше ми уважно проаналізуємо результати роботи Н. Мантуло, щоб показати, яким чином реалізується соціальнокомунікаційний підхід в цьому дослідженні.

У роботі В. Березенко навпаки – об’єктом стає науковий дискурс, що розглядається з позиції динаміки змін, і важливим акцентом дослідницької уваги стає науковець як суб’єкт такої діяльності та привнесені ним теорії як суб’єктний чинник оновлення науки. Значимість таких теорій, їх продовжуваність та особливості впровадження і стануть свідченням реалізації соціальнокомунікаційного підходу.

Наступна підгрупа дисертацій найбільш чисельна. Сюди ми включили праці, що розкривають феноменологічні особливості мас-медійної та інформаційної діяльності (див. Додаток А, Табл. А 1.). Ця підгрупа налічує 8 докторських дисертацій, які мають досить різні об’єкти дослідження, але поєднуються в системі соціальних комунікацій, охоплюючи різні їх складники: Мар’яна Житарюка, Ольги Тріщук, Любові Хавкіної, Сергія Демченка, Наталі Грицюти, Ігоря Паримського, Максима Балаклицького і Ольги Мітчук. Аналіз зібраних даних показує, що за невеликим винятком (робота Н. Грицюти), предмет дослідження зосереджується у змістових особливостях об’єкта, який може трактуватися по-різному. Наприклад, І. Паримський визначає цей зміст через самобутність, а Л. Хавкіна – як міфологічну сутність, але від цього розуміння досліджуваних феноменів тільки виграє.

Увага до складників феномену, до елементів, що визначають соціальнокомунікаційну природу явища, передбачає спеціальну методологію дослідження. Обов’язковими тут є загальнонаукові методи, використання спостереження, узагальнення. Часто науковці вдаються до компаративного інструментарію та реалізують діахронічні підходи. Не менш важливою ознакою таких розвідок є використання методології моделювання, яка забезпечує можливості не тільки системного відображення явища, але й визначення перспектив його дослідження, оптимізацію виробничих процесів та технологій, концептуалізацію тенденцій та закономірностей, що виявляються у дисертаціях.

Два дослідження з поданого переліку виходять за межі формалізованого ряду об’єктів: це роботи Ольги Тріщук та Максима Балаклицького. У першій дисертації обраний об’єкт може трактуватися ширше за типовий медійний об’єкт

у групі, тому вчена використовує своєрідний інструментарій дослідження та отримує результати, які вповні можна використовувати і в системі медійної підготовки, і для підготовки аналітиків інформаційного ринку.

Об'єкт дослідження у дисертації М. Балаклицького виходить за межі традиційного розуміння медіа, радше йдеться про тексти, подібні до медіа, які поширюються каналом подібним до медіа, і які можуть мати формальні ознаки соціальної взаємодії, подібні до тих, що виявляють медіа. Ця акцентована нами подібність відчутно помітна, якщо проаналізувати обраний об'єкт дослідження з позиції стандартів журналістської діяльності. Підсумком такого аналізу стане висновок про розходження стандартів і практики протестантських медіа.

Об'єднує дисертації цієї групи діяльність, на підставі кваліфікації якої й виділені науковцями об'єкти вивчення. Діяльнісні аспекти досліджень відображають динамічні процеси в комунікаційній парадигмі соціуму, передбачають можливості їх кваліфікації та узагальнення. На рівні соціальнокомунікаційної методології такі праці формують базу теоретичних методів і прийомів, дослідницьких практик, що розкривають можливості осмислення явищ у розвитку, а отже – забезпечують потенціали розкриття причинно-наслідкових зв'язків, які визначають динаміку соціальнокомунікаційного простору.

До шостої підгрупи досліджень включено 4 дисертації. Це роботи: Олени Іванової, Ольги Біличенко, Людмили Супрун та Тетяни Дзюби. Зазначена група дисертацій вводить в соціальнокомунікаційний науковий дискурс художньо-публіцистичні феномени як елементи соціальних комунікацій (див. Додаток А, Табл. А 1.). У цих роботах увага авторів зосереджена на виявленні особливостей мистецьких проявів у соціальних комунікаціях, у процесах інформаційних обмінів, а головне – на значимості художньої літератури, літературного процесу, окремих постатей для суспільних змін, які визначали той чи той історичний період української державності.

Відзначимо, що всі праці пронизує розуміння особливої місії літератури та художньої публіцистики, яка жанрово і функціонально близька до літератури, в

формуванні соціальних процесів та рухів, значимості художнього слова для суспільного розвитку та становлення нації, значимості літературного процесу для розвитку національних еліт тощо.

Поставлена в нові інформаційно-комунікаційні умови, література набуває ознак чинної комунікаційної парадигми, засвоює технічні та технологічні аспекти функціонування, прагне до опанування визначних, а подекуди, якщо зважати на дослідження Ольги Біличенко, навіть визначальних особливостей у формуванні суспільного поступу. У цьому ж ключі формуються дисертації Тетяни Дзюби та Людмили Супрун. У їхніх працях обрано віддалений у часі період розвитку української публіцистики, однак простежуються ті ж підходи до трактування ролі публіцистики в соціальних процесах.

Прикметно, що в основу предмету дослідження вчені закладають контенті виміри – зміст, чинність контенту, контент як детермінант стану в сучасних умовах розвитку соціуму (О. Іванова). Така закономірність і залежність є важливим методологічним висновком: дисертації, присвячені феноменам, що мають соціально подібні функції (наприклад, мистецтво загалом, кіномистецтво, художня документалістика тощо) повинні відштовхуватися від повного і системного опису контенту та його соціальної кваліфікації. Тільки в цьому випадку варто говорити про соціальнокомунікаційні виміри дослідження. Якщо ж одну з цих ланок випустити, то ми отримаємо або історію мистецтва, або сукупність думок про мистецтво. Щоправда, такий висновок може бути предметом окремої дискусії на підставі аналізу наукових розвідок мистецького напряму.

Ще один важливий висновок: у дослідженнях мистецьких феноменів, зокрема й художньо-публіцистичних, великого значення набуває спосіб врахування автором реакцій аудиторії на досліджуваний об’єкт. Деякі матеріали наукових праць можуть трактуватися як такі, що за аксіоматичні тези беруть висновок про безумовну ефективність впливу літератури на формування уподобань, суджень, світогляду загалом. Аксіоматичність подібних підходів недоречна. Необхідні або окремі дослідження аудиторії, або ж залучення

первинної соціологічної інформації. Тільки в такому випадку ми можемо говорити про науково достовірні результати. Все інше – моделювання з широким колом допуску, яке може і не мати під собою реального ґрунту.

Сьому підгрупу наукових студій становлять роботи, тематика яких стосується вивчення культурно-мистецьких феноменів у соціальній комунікації. Ця підгрупа включає 3 докторські дисертації: Любові Василик, Ніни Зражевської та Тетяни Крайнікової (див. Додаток А, Табл. А 1.). З групи, на перший погляд, випадає історично перше дослідження Л. Василик, однак, як ми далі покажемо в наступних розділах, її дисертація орієнтована не на осмислення світоглядної публіцистики, а на кваліфікацію концептосфери національної ідентичності, що і дало підстави нам віднести до групи досліджень культурницьких тенденцій, процесів і станів.

Як і для попередньої підгрупи, ключовою категорією предмету вивчення тут стають змістові показники, що набувають смислової або контекстуальної визначеності в аналізованих дисертаціях. Важливість складників досліджуваних об'єктів для формування загальної картини функціонування явища засвідчує методологію систематизації. Почасти у цих роботах використовується метод моделювання, широко представлені методи спостереження, причому теоретичні висновки та кваліфікації, які пропонують автори, формуються, як правило, на основі узагальнення емпіричного матеріалу чи, принаймні, на основі перевірки чинності висунутих гіпотез та висновків емпірикою.

Соціальнокомунікаційна модель дослідження, як і в попередній підгрупі, реалізувалася у вивченні об'єкта через сукупність складників, які характеризують цей об'єкт, окреслюють його змістові виміри, на підставі чого й формуються висновки про соціальну природу та наслідки розвитку окремих тенденцій у інформаційно-комунікаційному просторі (наприклад, просьюмеризм чи консьюмеризм у Т. Крайнікової). Окрему увагу вченими названої підгрупи зосереджено на чинниках продукування нових явищ чи оновлення прийнятих у соціумі світоглядних контекстів: від формування нових концептуальних значень

традиційно сильних образів концептосфери до виникнення субкультурних рухів, платформ та соціальної вмотивованості таких процесів.

Наступну підгрупу об'єктів представлено дисертаціями Інеси Артамонової, Лесі Городенко та Дмитра Олтаржевського. У цих працях вивчаються нові середовища, нові видові форми масової комунікації та їх особливості (див. Додаток А, Табл. А 1.).

Стрімкий розвиток ІТ-технологій, поява спочатку глобальної мережі, а згодом – соціальних мереж та сервісів, зумовила виникнення цілого наукового напряму, який спрямовується на обґрунтування теорії й визначення особливостей розширення комунікаційних стратегій та форм у структурі нових комунікаційних середовищ. Дослідження І. Артамонової мало на меті інституціалізувати інтернет-журналістику в теоретичній парадигмі соціальних комунікацій. Такі ж завдання стояли й перед Л. Городенко, яка обрала так само складний технологічно і значно ширший об'єкт мережевої комунікації. Дисертація Д. Олтаржевського виконує таке саме завдання інституціалізації нового виду медіа в системі соціальнокомунікаційної науки. Цікаво, що за функціональними вимірами об'єкта дослідження – корпоративні медіа – праця зіставна з дисертацією М. Балаклицького. Проте аналіз робіт доводить, що корпоративним медіа, попри всю керованість і спрямованість на виконання завдань іміджевого позиціонування, властива більша свобода комунікаційних проявів (цю тезу буде розкрито у наступних розділах дисертації).

Закономірним наслідком позиціонування нового комунікаційного явища в науковій парадигмі стала увага до змістових вимірів досліджуваних об'єктів. У таблиці (див. Додаток А, Табл. А 1.) показано, що в кожній дослідженій дисертації групи об'єкт вивчається з позиції системної кваліфікації сутнісних складників, окреслюється характер їх взаємодії, соціальна значимість та соціальний вплив. Група досліджень нових явищ цікава ще й тим, що визначає точку відліку для наукової оцінки нових комунікаційних видів чи середовищ у науці про соціальні комунікації. Таким чином, майбутні розвідки можуть формуватися на основі чіткої

оцінки подальших потреб дослідження з урахуванням окреслених тенденцій та форм їх втілення.

Дев'ята підгрупа представлена роботами, у яких вивчається видавнича діяльність, її соціальний потенціал та особливості. В українській науці про соціальні комунікації всього дві роботи присвячені видавничій діяльності, причому тільки одна – Василя Теремка – захищена зі спеціальності 27.00.05 – «Теорія та історія видавничої справи». На час написання текстової частини цієї роботи – готується до захисту ще одна докторська дисертація за авторством Світлани Водолазької, яка не входить в часові рамки нашого дослідження. Цим перелік вичерпується. Обрані науковцями об'єкти досить віддалені за смислом, різними є й методологія та результати. Водночас у роботах сформульовано предмети вивчення, які формалізуються до практично однакового розуміння – змістового. Отже, можемо зробити висновок про те, що видавнича діяльність так само потребує наукової інституціалізації як і нові комунікаційні середовища, особливо в сучасних умовах розвитку інформаційних технологій та стрімкої зміни підходів до формування технологічного ланцюжка книговидання.

Друга група досліджень має своєрідні об'єкти вивчення, які досить легко піддаються формалізації і можуть зіставлятися для формування системного уявлення про результативність початкового періоду становлення наукової галузі. Об'єкти сформовані за тематичним принципом (див. Додаток А, Табл. А 2). Ця група включає 16 дисертацій: 2 роботи захищено зі спеціальності 27.00.02, інші 14 – зі спеціальності 27.00.03.

У роботах, які включені до першої тематичної підгрупи, представлене наукове бачення розвитку соціальних функцій бібліотек. Це праці Сергія Міщука, Валентини Пашкової, Надії Стрішенець і Катерини Лобузіної. Формалізація об'єктів дослідження показує, що в дисертаціях вивчалася бібліотека як соціальний інститут у системному чи частковому вимірі (знаннєвий потенціал, розвиток терміносистеми, бібліотечних асоціацій та окремих наукових напрямів). Формалізація предметів вивчення вказує на наукову увагу до стану досліджуваного об'єкта та особливостей його розвитку.

Такі результати цілком типові для етапу становлення нової наукової галузі та формалізації методологічного підходу. Як бачимо, в дисертаціях закладаються основи осмислення інформаційно-соціальних феноменів, формуються ключові моделі наукового пошуку в умовах соціальнокомунікаційного підходу.

Друга тематична підгрупа включає всього дві наукові студії, якими представлена спеціальність 27.00.02 – «Документознавство. Архівознавство». Це дисертації Валентини Бездрабко та Лариси Левченко. Перша праця вивчає наукову галузь в нових соціальнокомунікаційних умовах, друга – присвячена моделюванню фахової діяльності на основі емпіричного досліду такої діяльності. Матеріалом дослідження Л. Левченко є американська модель архівної справи.

Ключовим параметром предмета вивчення для обох робіт став розвиток. Він позиціонується у площині дослідження, зумовлюється джерелами аналізу. Розвиток, як категорія предметного виміру дослідження, показує увагу вчених до проблем актуального етапу становлення наукових спеціальностей. Ці роботи поєднує переосмислення досвіду та практики врахування соціальних контекстів у нових умовах виробничої діяльності. Поява таких праць свідчить про те, що і на рівні практики інформаційної діяльності, і в теорії вже сформувались соціальні детермінанти, які регулюють розвиток галузі.

Третя тематична підгрупа об’єднує дисертації, що вивчають бібліотечну діяльність як соціальний феномен. Це праці Ганни Шемаєвої, Вікторії Маркової, Олексія Кобєлєва, Неоніли Артамонової і Володимира Попика. Бібліотека, її діяльність, системи бібліотечної галузі у соціальному вимірі – це об’єкти досліджень цієї групи. Поява нової наукової галузі стала закономірною реакцією на підвищення соціального позиціонування традиційних інформаційно-комунікаційних систем. Збільшення соціальної значимості інформаційних ресурсів, формування потреб відкритого доступу до накопичених знань – маркери нашого часу. Вони проявляються в оновленні традиційних інформаційних практик, у створенні спеціальних механізмів інтенсифікації інформаційних обмінів, у більшій відкритості бібліотек, архівів, баз даних тощо.

Становлення інформаційного суспільства – це процес, що може відбуватися поза планованими заходами чи процедурами. Інтенсифікація інформаційних обмінів – один із проявів цього глобального явища. Відповідність загальносвітовим тенденціям розвитку, формування відкритого інформаційного простору, увага до інформаційних потреб і їх задоволення в контекстах виробничої діяльності визначають сучасний стан розвитку бібліотечної справи.

Предмет досліджень у цій підгрупі можна описати двома ключовими термінами: розвиток і вдосконалення. Саме ці аспекти об'єктів наукової уваги визначені вченими для аналізу. В умовах стрімкого розвитку галузі не викликає сумніву доцільність такого підходу, наукове обґрунтування системних явищ соціального позиціонування досліджуваних об'єктів.

Четверту тематичну підгрупу складають роботи Ірини Давидової, Тетяни Гранчак, Тетяни Добко, Наталії Кунанець, Олени Воскобойнікової-Гузєвої. До цієї підгрупи включено праці, в яких розглянуто соціальні контексти діяльності бібліотек. Тут маємо досить широкий спектр об'єктів: інновації, бібліотечна діяльність, галузеві особливості діяльності бібліотек, спеціальні соціальні проекти бібліотек. Формалізація предметів вивчення у цій групі виявляє увагу науковців до розвитку досліджуваних систем, окреслення технологій та способів діяльності, трансформаційних процесів.

Порівняння об'єктності цих робіт з попередньою підгрупою показує більшу зосередженість вчених на проблемі формування стратегій і тактик соціально орієнтованої діяльності. Важливим контекстом такої діяльності виступає інформаційна потреба, яка формується аудиторією чи бібліотекою в своїй діяльності. Ще одним варіантом виступає актуалізація потреби внаслідок соціально орієнтованої діяльності бібліотеки.

Загальний підсумок вивчення робіт цієї групи показує значну увагу науковців до осмислення в нових соціальнокомунікаційних формах наукового та практичного дискурсу галузевого розвитку, виявлення тенденцій такого розвитку, формування актуальних моделей оптимізації діяльності.

Результатом порівняння об’єктів у двох групах став висновок про спрямованість досліджень у галузі «Соціальні комунікації» на інтитуціоналізацію нових наукових поглядів на природу, структуру, перспективи явищ інформаційно-комунікаційної дійсності та наукових практик, що засновані на осмисленні цієї дійсності.

Вчені більшою мірою орієнтовані на позиціонування в науковій парадигмі ключових феноменів нової соціальнокомунікаційної дійсності, окреслення перспектив нового етапу техніко-технологічного розвитку інформаційно-комунікаційних систем. Підтвердженням цього може бути аналіз предметів вивчення, які зосереджуються на розвитку, тенденціях, трансформаціях, технологіях та формах діяльності.

Сучасна соціальнокомунікаційна наука потребує сьогодні активного оновлення дослідницьких практик. У дисертації доведено, що методи, названі в докторських дисертаціях галузі 27.00.00, не піддаються однозначній формалізації, але для них властиві деякі параметри, які уможливлюють формування категорії системності в кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу. Ключовими параметрами кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу визначено: 1) типологізований об’єкт, що у структурі має категорії інформаційного та соціального; 2) зумовлені цим об’єктом методики дослідження: формалізовані процедури пізнання об’єкта в контексті кваліфікації проявів інформаційного та соціального у взаємозалежності чи поза нею; 3) конкретні методи, детерміновані природою об’єкта та метою дослідження. Покладена в основу дослідження об’єктність визначає, наприклад, текст (точніше – інформаційний компонент, означений або не означений емоційно) як продукт (результат застосування інформаційно-комунікаційної технології) і засіб впливу (результат застосування соціальної технології). У дисертації доведено, що модель соціальнокомунікаційного підходу, при якій об’єкт виявляє інформаційні та соціальні характеристики – лежить в основі переважної більшості наукових студій, а отже, може бути **категорією формалізації методології.**

Таке розуміння об’єктності як обов’язкового визначального елемента соціальнокомунікаційного підходу дозволяє чітко класифікувати галузеві наукові підходи: відсутність соціального складника в об’єкті формалізує його у системі інформаційного підходу, відсутність інформаційного складника – дає підстави кваліфікувати дослідження у системі соціальних підходів та технологій. Натомість соціальнокомунікаційний підхід передбачає наукове осмислення інформаційно-комунікаційних категорій об’єкта (через виявлення внутрішньо властивих йому параметрів і комунікаційних потенціалів) та його соціальних вимірів саме як інформаційного об’єкта (вплив, значимість, здатність до породження нових контекстів). У праці наголошено, що ці виміри об’єкта соціальнокомунікаційного дослідження повинні бути конгруентними, інакше – варто говорити про методологічну упередженість будь-якого вченого з погляду науки про соціальні комунікації.

Типовим прикладом такої упередженості є формування методології, яка містить кількісний аналіз інформаційно-комунікаційного виміру об’єкта, а соціальна значимість формується шляхом суб□єктивізованого моделювання (такі схеми формування методології є «популярними» в історіографічних дослідженнях). Інший приклад: науковець використовує феноменологічний підхід, формує межі об’єкта власною інтенціональністю (спрямованістю на предмет), лишаючи поза цими межами соціальні контексти, комунікаційні особливості, інформаційну природу тощо.

Проведений аналіз дисертацій докторів наук за увесь період розвитку наукової галузі від початку її виникнення до 2015 року доводить – чим вужчий предмет дослідження обрано вченим, тим ширша предметна сфера отриманих результатів, тим більше перспектив та напрямків відкриває така робота. Натомість, якщо об’єкт дослідження визначається широко, то спостерігається звуження предметного поля отриманих результатів, концептуалізуються основні, визначальні характеристики та закономірності. Узагальнена модель таких підходів може бути описана таким чином: широкий об’єкт передбачає звуження результатів і контекстів та, як правило, підсумовує наукові контексти досліджуваного; вузький

об’єкт, що стосується предметних одиниць аналізу – виявляє результати у широкому теоретичному баченні, демонструє широкі зовнішні зв’язки досліджуваного, розкриває перспективи та кваліфікує наступні проблеми, які потребують ретельного наукового вивчення.

Сукупність об’єктів та предметів наукових праць, що розглядаються у дисертації, дає підстави для кількох висновків, які відображатимуться в підсумковій моделі соціальнокомунікаційного підходу: 1) об’єктом наукової студії може виступати будь-яке явище соціального буття, що передбачає комунікаційні або інформаційні складники у своїй структурі; 2) предметом наукового дослідження виступає та грань об’єкта, яка характеризує його соціальну спрямованість, визначає перспективи чи наслідки використання на синхронічному чи діахронічному зрізі; 3) співвідношення інформаційно-комунікаційного та соціально значимого в кваліфікації об’єкта та предмета жорстко не визначені і можуть дифузувати в межах цих складників, але присутність названих категорій – обов’язкова.

1.4. Специфіка інтеграції соціальнокомунікаційних досліджень у світовий та вітчизняний науковий дискурс

Соціальні комунікації, як і будь-яка наука, не виникає без передумов. Вище ми згадали науковців, які розвивали позафілологічні підходи в науці про комунікацію, формували ґрунт для появи нової наукової галузі. Концепції, теорії, знані вчені, яких цитують у роботах, завжди важливі для виявлення інтеграції соціальнокомунікаційних технологій у світовий та національний науковий простір.

Під час проведення дослідження за темою формування соціальнокомунікаційного підходу, нами була здійснена спроба формалізації та узагальнення найбільш відомих концепцій та їх авторів, які цитуються в докторських дисертаціях. Науковий пошук було здійснено на підставі тих текстових частин дисертацій та авторефератів, у який йдеться про ступінь

вивчення проблеми, теоретичну основу дослідження, актуальність роботи тощо. Відзначимо кілька спостережень на основі висновків цього пошуку:

1. Найбільші здобутки серед вітчизняних науковців в переважній більшості праць отримали члени спецрад, опоненти, керівники та консультанти, автори найбільш відомих підручників. Ця теза насторожує, адже бездумно вписуючи прізвища в переліки, дисертанти знецінюють справді важливі й потрібні праці вчених. У нашій роботі спостережено, що така тенденція в більш пізніх дисертаціях знижується. Це дає підстави для оптимістичних прогнозів.

2. Закордонні дослідження згадуються практично в кожній роботі. Автори не завжди виходять за межі класичних підручників з теорії масової комунікації [344; 736], при цьому нечастим явищем є вказівка на те, що в цій теорії оновлено, продовжено, уточнено, і вкрай рідко – чому обрана дисертантом методологія такого уточнення є достовірною, а результати валідними;

3. Написання прізвищ та імен закордонних дослідників комунікації, теоретиків комунікаційних парадигм може значно відрізнятися у різних роботах. Причому, деякі автори використовують англійську мову, деякі – перекладають українською. Російські прізвища часто подаються в українській транслітерації. Таким чином, уніфікація написання не завжди можлива, особливо, коли йдеться про вузькі науково-предметні сфери.

Окремо варто відзначити обсяги згадуваної кількості праць, які складають основу теоретичного підходу кожного вченого. Такі списки можуть налічувати десятки, а іноді й сотні прізвищ. Під час аналізу нами спостережено ситуацію, коли обсяг прізвищ авторів теорій, що увійшли до теоретичної основи дослідження, склав більше трьох тисяч символів. Не відкидаючи права авторів на таке трактування теоретичних основ своїх дисертацій, визнаючи справді складну роботу вчених, констатуємо неможливість уніфікації таких результатів. Наше дослідження підтвердило неможливість формалізації даних для аналізу.

Все ж варто наголосити, що сьогодні тяжіння до бездумного згадування вчених та наукових теорій спадає. Причини цього вбачаємо у тенденціях об'єктивації наукових розвідок, у формуванні методологічних систем на основі врахування джерельної бази, у оприявленні в науковому дискурсі основних праць, концепцій, теорій. Всі ці чинники та настанова спеціалізованих вчених рад стимулювати наукову об'єктивність дають підстави очікувати більш виважених обґрунтувань наукових робіт.

Наступним чинником інтеграції соціальнокомунікаційних студій у світовий науковий простір є методологічна модель дослідницького пошуку. Методи, які використовує вчений, і джерельна база, до якої ці методи застосовано, найбільш цікаві науковому співтовариству. Ці категорії дослідницької практики передбачають можливість встановити цінність дисертації, її новизну, сформувати уявлення про результати.

Важливим здобутком дисертації стало виявлення сукупності використовуваних методів, встановлення особливих методичних траєкторій в різних тематичних групах досліджень.

Проаналізуємо кількісні показники методології соціальнокомунікаційного підходу (див. Додаток Б, Табл. Б 1). Як і в попередньому підрозділі, виділимо дві групи праць: до першої включимо ті, що захищені зі спеціальностей 27.00.01, 27.00.04, 27.00.05, 27.00.06 (всього 35 дисертацій), а до другої – роботи зі спеціальностей 27.00.02 та 27.00.03 (всього 16 дисертацій). Підставою для такого поділу є різні об'єкти вивчення та генетично різні умови становлення досліджень, наукова історія спеціальностей.

Всього авторами дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій зі спеціальностей 27.00.01, 27.00.04, 27.00.05, 27.00.06 захищено 35 праць. Усі вони стали предметом розгляду в нашій монографії. Ученими заявлено про використання 178 дослідницьких форм:

- 112 методів;
- 27 підходів;
- 25 принципів;

- 6 методик;
- 8 теорій.

Щодо останнього пункту переліку – у одного з авторів методологія описана як відповідність теоріям та заснування дослідження на теоріях. При цьому жодного методу в роботі не названо, окреслено додатково 2 принципи, на яких ґрунтувалося дослідження. З огляду на це, і тільки для цієї дисертації ми включили названий підпункт.

Наголосимо, всі назви подаються в авторській редакції. Типологічна віднесеність дослідницької форми також зафіксована за авторським текстом. Мінімальні втручання були при описі тих методів, де в дужках наведено додаткові номінації (див. Додаток Б, Табл. Б 1). Наприклад, статистичний метод і статистичний аналіз вживаються паралельно, або ж так само паралельно називається джерелознавчий метод і джерелознавчий пошук як метод тощо.

Найбільшу кількість дослідницьких форм використала Леся Городенко – 24, на другому місці Наталія Грицюта – 22, на третьому – Емілія Огар, яка назвала 20 використаних дослідницьких форм. Відзначимо, що ці показники стосуються всіх категорій аналізу. Якщо ж брати до уваги власне методи дослідження, то у Н. Грицюти використано 18 методів, у Л. Городенко – 16, у Е. Огар – 13 (інше – підходи, принципи тощо).

Всього 35 вчених заявили про використання в дисертаціях 455 дослідницьких форм, середня кількість досліджених форм на одного вченого – 13, з них на одного вченого припадає: 9,97 метода, 1,11 підходу, 1,51 принципу, 0,17 методики, 0,22 теорії. Вся умовність цих даних детермінується тим, наскільки ретельно автори підходили до використання методів та включення їх в текстову частину дисертації.

Проте ці цифри є досить промовистими і потребують окремого осмислення в розрізі дослідницької культури, оптимізації кваліфікаційної діяльності в межах наукових шкіл, при підготовці наукових кадрів. Не зупиняючись на дисертації кожного окремого дослідника, відзначимо, що в цілому по галузі картина кількісної оцінки методологічних проявів не відповідає дійсності,особливо в

частині принципів та підходів. Для прикладу вкажемо, що про використання соціальнокомунікаційного підходу прямо заявлено у 1 (одній!) докторській дисертації.

Частотність використання методів – також показова, найбільш частотним є використання методу – 20 (в 35 працях). Далі назвемо частоту використання методів за кількісним показником – від 20 до 10: аналіз – 20, порівняльний метод – 16, синтез – 16, узагальнення – 16, метод класифікації – 14, контент-аналіз – 13, описовий метод - 12, типологічний аналіз – 10 (див. Додаток Б, Табл. Б 1).

Як бачимо, домінують загальнонаукові методи, що цілком логічно для докторських досліджень. Питання в тому, чому метод аналізу використано тільки в 20 працях із 35? Ми робимо висновок про те, що в інших роботах його, можливо, просто не згадано.

Не менш цікава група досліджень, яка містить кількість згадок від 9 до 4 (тобто використовуються не менш як у 10% дисертацій), адже тут, після популярних загальнонаукових методів, мали б згадуватися дослідницькі процедури, за допомогою яких отримано основні, найбільш цікаві результати (див. Додаток Б, Табл. Б 1, позиції 9-26).

А далі у рейтингу перераховано ті методи, що є поодинокими і не визначають методологічної парадигми соціальнокомунікаційного підходу. Це методи, що мають кількість згадок від 3 до 1.

Перша група за частотністю від 20 до 10 згадок про використання включає всього 8 методів, що становить 7,14% всіх використаних методів. До другої групи за частотою використання потрапило 18 методів, що становить 16,07 %. Всі інші методи наукових досліджень, а це 76,79 % − відносимо до категорії поодиноких, оскільки вони не зустрічаються більше 3 разів у всьому дослідженому масиві першої частини дисертацій.

Однак ці методи також мають право на використання, а така широка й неоднорідна палітра свідчить про несформованість соціальнокомунікаційного підходу, про вироблення традицій, методологічних траєкторій в межах наукових шкіл.

Всього авторами дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій другої групи заявлено про використання 109 дослідницьких форм:

- 79 методів;
- 18 підходів;
- 9 принципів;
- 1 методики;
- 2 теорії.

Одна з учених вказала на важливість теорії як частини методології і назвала 2 такі теорії досить чітко. Тому ми включили їх у загальний звітний файл. Всі назви подаються у авторській редакції.

Найбільшу кількість дослідницьких форм використали В. Попик і Т. Гранчак – по 23, на третьому місці Н. Кунанець, яка використала 21 дослідницьку форму. Відзначимо, що ці показники стосуються всіх категорій аналізу. Якщо ж брати до уваги власне методи дослідження, то картина кардинально зміниться: на першому місці так само В. Попик (21 метод), на другому – Т. Добко (20 методів), на третьому – Т. Гранчак (18 методів).

Всього 16 вчених заявили про використання в дисертаціях 237 дослідницьких форм. Середня кількість досліджених форм на одного вченого – 14,81, з них на кожного науковця припадає: 10,75 методу; 2,38 підходу; рівно півтора принципу; 0,06 методики; 0,13 теорії. Як і в попередній групі, варто сприймати ці узагальнення умовно.

Частотність використання методів – також показова. Найбільша кількість частоти використання методу – 9 (в 16 працях). Далі назвемо частотність використання методів за кількісним показником – від 9 до 5 включно: термінологічний аналіз – 9, синтез – 8, моделювання – 7, аналіз – 6, джерелознавчий метод (пошук) – 6, метод класифікації – 6, історико-генетичний – 5, порівняльний (компаративний) метод – 5, структурно-функціональний – 5 (див. Додаток Б, Табл. Б 2).

Як бачимо, домінують загальнонаукові методи, але при тому значна частина вчених засвідчує використання спеціальної методології. Це методи, що прийшли в соціальну комунікацію переважно з історичних наук. Цікавим нам видається спостереження щодо співвідношенням методів, які використовуються в обох групах: у Додатку Б (Табл. Б 2) дослідницькі форми другої групи виділено кольором. З таблиці помітно, що із 79 методів спільними для обох груп є 40, із 18 підходів – спільні 8, із 9 принципів – спільні 4. Такі показники свідчать про наближення спеціальностей, але варто наголосити на поступовості такого наближення.

Представники другої групи активніше говорять про використання соціальнокомунікаційного підходу. Всього в масиві досліджуваний підхід згадується 7 разів, і 6 разів його згадують представники другої групи. Ще один цікавий факт варто артикулювати саме тут: лише один представник спеціальності 27.00.01 – Бутиріна Марія Валеріївна – була залучена до опонування дисертації в цій групі. Всі інші опоненти призначаються з числа докторів за спеціальностями захисту або ж з історичних наук. Ці факти не сприяють наближенню спеціальностей, їх методологічного апарату.

Увесь рейтинг методів за частотністю використання вченими другої групи подаємо у Додатку Б, Табл. Б 2. Для більшої ефективності порівняння, кольором виділили ті методи, які використовуються виключно науковцями 2-ї групи (див. Додаток Б, Табл. Б2).

Зіставлення результатів дослідження двох груп демонструє 152 методи, що названі дисертантами, 37 підходів, 29 принципів, 7 методик і 10 теорій.

Здійснений у роботі спільний рейтинг методів показав, що більша кількість дисертацій першої групи (спеціальності, що сформувалися на основі журналістикознавства та близьких теорій) диктує кількісні виміри методології в системі докторських досліджень у науковій галузі (див. Додаток Б, Табл. Б 3), а найбільш рейтингові методи науковців другої групи (метод пояснення та хронологічний) мають показник згадувань «4» і посідають відповідно 35-те та 38-ме місця. За нашим підходом, така кількість згадок свідчить про спорадичне

використання методів, оскільки показник «4» становить менше 10% від 51-єї аналізованої дисертації.

Аналіз кількісних показників використання методів, принципів, підходів та методик дослідження доводить необхідність системного вивчення методології соціальнокомунікаційного підходу. Потреба у формуванні дослідницької культури – проілюстрована показниками аналізу. Нерідко вчені в одній частині дисертації вказують на використання підходу, в іншій частині – методу з такою ж назвою. Досить строкато виглядають принципи дослідження. Науковці спеціальностей 27.00.02 та 27.00.03 більш послідовні у використанні принципів. Майже 50% з них вказують на дотримання принципів об'єктивності та історизму в дисертаціях. Принцип історизму, як і низка методів історичного спрямування, також свідчить про походження спеціальностей.

Ще один висновок нашої дисертації потребує методологічного уточнення в інших наукових студіях: якщо відступити від визначених авторами назв методів і провести аналіз самих дисертацій, то можна передбачити, що найбільш частотним є використання індуктивного та дедуктивного методів (поодинці чи у зв'язці), які базуються на «валідності здорового глузду» [183, 77]. Мова йде про розгортання думки від часткового до загального та навпаки, при цьому результатом застосованого методу є умовивід, який, як вважає дослідник, є валідним (тобто повноцінним, відповідним).

Метод як шлях пізнання має привести науковця до вирішення мети наукової роботи, при великому ж методологічному нагромадженні цей шлях буде навпаки утруднено. Навіть якщо хтось зможе з'єднати усі методи та принципи, об'єднавши їх, наприклад, одним чітко визначеним підходом, використання такої методології займе величезну кількість ресурсів, насамперед часових. Таким чином, моделювання наукової методології – це завдання кожного окремого науковця, який сам має усвідомити, яке методологічне дерево дасть найкращі плоди. Проте вважаємо доцільним надати низку рекомендацій, що допоможуть зорієнтуватись при створенні наукової методології:

1. Будь-яка наукова методологія передовсім має виходити із підходів. Саме підхід, у широкому розумінні цього поняття, звужує різноманіття методів та їх застосування у певній науковій галузі.

2. Конструювання нової методології має виходити із логіки та структури наукового дослідження.

3. Різун В.В. та Скотникова Т.В. виокремили такі вимоги до наукових методів як валідність, надійність, однозначність та точність [731; с. 11]. Будь-яка методологічна модель має будуватись на цих вимогах, інакше втрачається наукове зерно, методологія не виконуватиме своєї основної практичної функції – допомогти вченому розв'язати наукові завдання.

4. Принцип об'єктивності. При створенні наукової методології для дослідження варто опиратись на цей принцип. Звичайно, наукове пізнання завжди повинне бути об'єктивним, проте одне і те саме наукове завдання можна вирішити різними шляхами, тож основним орієнтиром для формування методологічного інструментарію має бути зазначений принцип, тобто науковцю необхідно підбирати такі методи, які зможуть зробити дослідження репрезентативним, а результати валідними.

Висновки до розділу

У дисертації доведено, що методи соціальнокомунікаційних студій, навіть у рамках одного підходу, можуть кардинально різнитися. При цьому характеристика досліджуваної сукупності методів не виходить за межі методологічної теорії: загальнонаукові, філософські методи поєднуються з методами метанауковими, і до цього поєднання додаються специфічні методи, що розкривають можливості вивчення особливостей наукової галузі чи напряму. Аналіз докторських дисертацій доводить відсутність чіткого набору обов'язкових специфічних методів. Традиційним і обов'язковим є поєднання методів дослідження комунікаційних, інформаційних параметрів об'єкта з методами кваліфікації соціальної значимості об'єкта.

Окремо у роботі наголошено на специфіці соціальних комунікацій, де актуалізовані процеси поширення та обміну інформаційних (знаннєвих) компонентів, а також інформаційно позиційованих оцінок, суджень, норм, прикладів, кодексів, девіацій тощо. У цьому ключі розуміння істинності чи правдивості, доречності або ж винятковості, моральності чи імперативності поширюваного контексту – чинник комунікаційних мотивацій: поширення інформаційно-емоційних комплексів як істини чи не-істини є настановою комуніканта. Водночас контент може змінювати аксіологію внаслідок зміни соціального контексту. Наприклад, якби дослідження культури медіаспоживання було повторене після початку російської агресії, – воно мало б відчутно інші результати, особливо в контекстах співвідношення консьюмеризму / просьюмеризму.

Відзначимо, **застосування окремих методів не може бути свідченням використання соціальнокомунікаційного підходу**. Цей **підхід виявляється через відображення інформаційно-комунікаційного та соціального контекстів досліджуваного об'єкта як конгруентних параметрів**. Констатовано, що використання методів, які не орієнтуються на відображення концептуальних характеристик взаємозв'язку інформаційно-комунікаційного та соціального, веде до реалізації інших підходів, що можуть використовуватися, але не виступають основними в науці про соціальні комунікації. Наголошено, що використання таких методів повинно врівноважуватися адекватними методологічними корелятами, наприклад, використанням контент-аналізу без позиціонування соціальних контекстів часто призводить до абсолютизму у висновках і, як наслідок, до втрати актуальності наукових результатів зі зміною контексту. Або ж використання методу моделювання без кваліфікації соціально-культурних особливостей функціонування моделі веде до відображення ідеальної, штучної природи досліджуваного явища, як наслідок – низької наукової та практичної цінності результату.

Таким чином, соціальнокомунікаційний підхід може розглядатися як методологічна основа наукового аналізу явища, проте його потенціал значно

ширший за методологічний вимір. Об’єктом наукового дослідження може виступати інформаційно-комунікаційне явище будь-якої природи, але інтегроване в соціальні комунікації, предметом вивчення цього явища обов’язково має бути соціальна значимість, втілена в різноманітних формах – від розвитку процесів до формування соціальних смислів.

РОЗДІЛ ІІ. СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДОСЛІДЖЕНЬ НАУКОВОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ, ЗУМОВЛЕНОЇ ФУНКЦІОНУВАННЯМ МАСОВО-КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

Соціальнокомунікаційна наука відзначається серйозною увагою до історії журналістики та інших галузей комунікаційної діяльності соціальних інститутів. Цей інтерес викликаний, насамперед, значимістю досліджуваних явищ у загальному контексті становлення суспільства, необхідністю виявлення, а почасти – й переосмислення деяких історичних процесів та їх наслідків.

Зіставлення наукових результатів, аналіз розв'язаних наукових проблем піднімає кілька питань, відповідь на які сподіваємося знайти: чи є досліджені наукові проблеми найбільш значимими для науки на сучасному етапі її розвитку, чи їх постановка – результат діяльності наукових шкіл, інтересу автора, потреб розвитку галузі; яким чином автори передбачали впровадження результатів цих досліджень та чи співмірно це з рівнем наукової проблеми, вирішеної автором; а головне, в чому проявився соціальнокомунікаційний підхід у формуванні та реалізації методології дослідження, експлікації результатів у текстовій частині досліджень та позиціонування таких наукових праць у всій системі соціальнокомунікаційного наукового знання.

2.1. Соціальнокомунікаційні виміри історії становлення української журналістики

Історія розвитку української журналістики цікавить дослідників упродовж усього існування науки про журналістику, що обумовлено діяльністю відповідних кафедр та формуванням наукових напрямків і шкіл.

З появою соціальних комунікацій як окремої наукової галузі, цей напрямок не втратив популярності, а збільшення відкритості та демократичності в суспільстві сприяло появі нових наукових тем та ідей.

Відзначимо, що в сегменті докторських дисертацій із соціальних комунікацій питання історії розвитку української журналістики, як основне,

порушено в шести наукових працях: Олега Богуславського, Ігоря Павлюка, Лідії Сніцарчук, Світлани Кравченко, Людмили Супрун та Юрія Колісника.

Аналіз цих досліджень передбачає три головні складники:

• характер та особливості постановки наукової проблеми;

• методологія її вирішення (з урахуванням джерельної бази, до якої застосовані ці методи, наукових результатів та їх місця в системі соціальнокомунікаційного знання);

• форми реалізації соціальнокомунікаційного підходу в дослідженні.

Попередній аналіз дисертацій цієї групи дає підстави для формування гіпотези про використання вченими специфічної методології, а також дозволяє зробити припущення про те, що соціальна значимість отриманих результатів більшою мірою зосередиться у сучасних оцінках історичних реалій.

Історично першим для соціальних комунікацій було дослідження Олега Вікторовича Богуславського Вікторовича «Преса міжвоєнної української еміграції в Європі 1919–1939 рр.: національно-патріотична дискусія», захищене 22 січня 2009 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики[3].

Дослідник явно не кваліфікує наукову проблему, але вказує на те, що «Сучасні державотворчі процеси вимагають легітимізації всього історичного шляху боротьби за державу в усіх його проявах. І саме преса української еміграції являє собою один із проявів такої боротьби» [118, с. 1][4]. При цьому автор зазначає, що в умовах існування «ідеологічних установок тоталітарного режиму» ця проблема не могла бути вивчена. Мета дослідження зосереджена на «виявленні та узагальненні напрямків і тенденцій національно-патріотичної дискусії в пресі міжвоєнної української еміграції 1919–1939 рр.» [118, с. 1]. Оскільки вивчається окремий історичний період, то цю розвідку віднесено саме до групи історичних умов становлення української журналістики. Водночас відзначимо, що автор

[3] Тут і далі аналіз дисертацій у межах кожного підрозділу відбувається за принципом часової відповідності, у порядку хронології захистів. У межах року роботи подаються за алфавітом.

[4] Тут і далі в тексті ми посилаємося на автореферати дисертацій, які більшою мірою доступні широкому колу науковців. Під час дослідження проводилася звірка авторефератів із текстами дисертації з позиції ідентичності змістових та понятєвих констант при постановці наукових проблем, формуванні мети, завдань, висновків дисертацій. Відзначимо, що розбіжностей між авторефератами дисертацій та текстами дисертацій у вступній та висновковій частинах не було виявлено, що свідчить про високу наукову культуру дослідників та послідовне дотримання вимог атестаційних органів (у різний час – ВАК, МОН).

ширше розуміє об'єкт дослідження і виходить на кваліфікацію тематики та проблематики соціальної дискусії через систему преси. При цьому сам дослідник, обґрунтовуючи наукову новизну дисертації, все ж позиціонує свою роботу в системі «українського історичного журналістикознавства» [118, с. 3].

Система завдань, які виконано в дослідженні, може розглядатися у двох площинах: відновлення історичної спадщини та встановлення проблемно-тематичних особливостей національно-патріотичної дискусії. До першої групи варто віднести аналіз стану вивчення проблеми, зокрема аналіз нової історичної інформації й повноту джерельної бази, відтворення хронологічної послідовності процесу становлення української преси в міжвоєнний період у Європі; друга ж група завдань передбачала аналіз змістового наповнення, політичної спрямованості української публіцистичної думки, характеру дискусій та визначення ролі й місця еміграційної преси в контексті національної преси загалом [118, с. 2].

Варто наголосити, що методологія, яку використовує автор, в основному стосується історичних методів. Так, дослідник констатує: «історичний – завдяки його використанню відтворюються соціально-культурні контексти минулого, на тлі яких формувалася українська преса, журналістика і публіцистика української еміграції; політичний історико-порівняльний – використання якого сприяло виявленню спадкоємності державницьких ідей в українській політичній думці на різних етапах її розвитку; антропологічний – який дозволив виявити вплив чинника особистості публіцистів на конкретний зміст, що вкладався ними в ідею української державності; бібліографічно-описовий, структурно-типологічний, проблемно-тематичний, порівняльний, системний методи. Для вирішення конкретних завдань дослідження застосовано також герменевтичний (аналіз норм професійної етики журналістів), інтент-аналіз (виявлення психологічного змісту тексту та його цільової спрямованості)» [118, с. 2].

Така широка цитата необхідна нам для того, щоб виявити міру суб'єктивності науковця при формуванні підсумкових висновків дослідження. Відзначимо, що тут не заявлені, хоча однозначно використовувалися, соціологічні

методи аналізу контенту, також автор не вказує на одиниці дослідження і способи їх виявлення та класифікації, проте, як зрозуміло з роботи, він послуговувався набагато ширшою методологічною палітрою, ніж представлено у вищенаведеній цитаті.

Це спостереження дає підстави для двох висновків, цілком закономірних і типових для соціальнокомунікаційних досліджень початкового періоду: О. Богуславський не розробляє спеціальної соціальнокомунікаційної методології для аналізу; виявлена автором соціальна значимість досліджуваного об'єкта – до певної міри суб'єктивна, продиктована обраними джерелами та контекстами. Не менш цікавим є для нашого дослідження вивчення особливостей формування наукової новизни, відповідно до заданої нормативними документами структури: що досліджено вперше, що набуло подальшого розвитку, а що – удосконалено. Відзначимо, що автор чітко структурував дослідження і не виходить за межі досліджуваного об'єкта.

Кваліфікуючи ті аспекти, які розкриті вперше, вчений лише в одному пункті вказує: «…дістало подальший розвиток вивчення змісту та структури ідеї державності в публіцистичних концепціях міжвоєнної доби, проаналізовано внесок у формулювання ідеї державності представників кожного з означених напрямків політичної думки» [118, с. 3]. Така ситуація цілком характерна для становлення нових наукових напрямків, з одного боку, з іншого ж – вказує на ключове завдання дослідження – виявлення і уведення в науковий депозитарій нових емпіричних даних, зрозуміло, що у контексті соціальної значимості. Саме тому в роботі, на рівні новизни, за єдиним винятком, не згадуються наукові концепції та теорії, що удосконалені, доповнені та набули подальшого розвитку.

Підсумовуючи все вищесказане, акцентуємо на кількох важливих висновках: соціальнокомунікаційний підхід у цій дисертації виявляється в особливостях формування мети дослідження з акцентом на аналізі соціальної значимості емпіричного матеріалу; методологія, яку використовує автор, опирається на історіографічні методи, але при цьому передбачає серйозну складову частину суб'єктивної аналітики, а отже, може бути вдосконалена з урахуванням досвіду

проведення подібних праць. Результати дисертації засвідчують важливість експлікації нового емпіричного матеріалу та формування соціально значимого контексту, в якому такий матеріал сприймався б. Останній акцент важливий з огляду на введення досліджуваного матеріалу в систему соціальнокомунікаційного знання. Тим самим автор створює науковий приклад вивчення матеріалу та встановлює межі аналізу його соціальної ролі, причому, як згадувалося вище, і в синхронічному, і в діахронічному контекстах.

Історично другим дослідженням становлення та розвитку української журналістики стала робота Ігоря Змновійовича Павлюка «Українськомовна легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917–2000 років як структурна частина загальнонаціонального інформаційного простору», захищена 13 квітня 2009 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Автор проаналізував широкий масив емпіричних даних, що дає підстави говорити про повноцінне дослідження обраного об’єкта, принаймні з позиції аналізу контентного наповнення. Відзначимо, що далі цей об’єкт не розглядався, а подібна методологія знайшла втілення у вивченні преси інших регіонів, наприклад, у працях Юрія Бідзілі [79; 80].

З погляду кваліфікації соціальнокомунікаційного підходу, важливим феноменом дослідження є постановка і формулювання наукової проблеми: «визначити архетипово-концептуальні особливості національної журналістики (на прикладі різнотипологічної преси Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя як структурної частини загальноукраїнського інформаційного простору), проаналізувати закономірності становлення і трансформації упродовж різних історичних періодів (1917–2000 рр.) інформосфери регіону і пов’язаної із нею духовно-культурної системи нації» [628, с. 9]. Загалом, ми акцентували вище на тому, що позиція В. Різуна про відсутність інформації в науці про якийсь об’єкт не є науковою проблемою – цілком справедлива. Однак тут мусимо констатувати, що в дослідженнях історіографічного характеру відкриття досі невідомих емпіричних масивів може кваліфікуватися як наукова проблема, щоправда, з певними допусками.

Причина такого відступу – в існуванні системних досліджень у межах наукової галузі, коли відсутність певної систематизованої і впорядкованої інформації призводить до неоднозначності, непослідовності висновків різних науковців. До того ж варто наголосити на відсутності системності уявлень про об'єкт дослідження, якщо емпіричні дані не експліковано і не уведено в науковий обіг у систематизованому вигляді.

Однак поза простими констатаціями, для соціальних комунікацій необхідно реалізувати виразний соціальний контекст залучених емпіричних даних, інакше про соціальнокомунікаційний підхід не йтиметься. Увага І. Павлюка до «духовно-культурної системи нації» як соціального контексту дає всі підстави говорити про реалізацію автором соціальнокомунікаційного підходу. Про це ж свідчить і заявлена автором мета роботи: «визначення функціонально-структурних параметрів та змістових особливостей регіональної журналістики як структурної частини загальноукраїнського інформаційного простору» [628, с. 6].

Позиціонування новизни дослідження передбачає передусім експлікацію нових для науки даних та джерел: «Дисертація є першим комплексним теоретико-історичним дослідженням українськомовної преси одного простору (частини історичної Волині та Холмщини), але різних історичних періодів» [628, с. 8], – і далі: «автор уперше вводить до наукового та історико-журналістського обігу значну кількість періодичних видань (загалом досліджено 424 часописи: 107 періодичних видань 1917–1939 рр., 23 часописи 1941–1944 рр., 30 районних газет, 30 МТС-івських (МТС – машинно-тракторна станція), 104 колгоспні газети 1939–1941, 1944–1990 рр. та 130 газет 1990–2000 рр.), а також імен їх творців…» [628, с. 9]. Водночас важливим для науки результатом дослідник називає виявлені «форми репрезентованості у публічному просторі культурно-територіальної ідентичності Волинсько-Холмсько-Поліського регіону у контексті специфіки регіональних подій, загальноукраїнських націотворчих процесів та глобальних трансформаційних тенденцій двадцятого століття» [628, с. 9]. Преса у дослідженні постає як чинник консолідації громади, засіб залучення населення регіону до

соціальних контекстів та процесів, що відбувалися в загальнонаціональному масштабі.

Важливим для нашого підходу об'єктом є вивчення методології, яку використовує автор для опрацювання нового, часто якісно неоднорідного матеріалу. Дослідження ґрунтувалося на тематично-хронологічному та проблемно-хронологічному методах. Окремо вчений виділяє різні принципи класифікації, де важить місцевість, стать, вік аудиторії, типажність, галузь діяльності та партійність ЗМІ. Маємо також вказівку на те, що в роботі використано «комплексно-аналітичні, бібліографічно-описові, жанрово-видові ідеологічно незаангажовані методи вивчення матеріалу», щоправда в останньому випадку без деталізації емпіричного матеріалу, до якого застосовувалися методи [628, с. 8].

Відзначимо, що методологічна основа цієї дисертації має два виразні складники: аналіз контенту на основі тематики та проблематики медіа, з одного боку, та авторські висновки якісного характеру про вплив цього контенту на аудиторію (можливий чи об'єктивно виявлений) – з іншого. Доречно передбачити, що І. Павлюк використовував ширшу палітру методів, зокрема порівняльно-історичний, можливо, методи проектування та моделювання, про що свідчать результати дослідження.

Серед головних підсумків роботи відзначимо такі: доведено, що досліджувана регіональна преса відзначається самобутністю і, водночас, інтегрованістю в загальнонаціональні соціально-політичні процеси, виступає чинником «культурного самоусвідомлення та політичного єднання нації». При цьому автор акцентує на кількісній динаміці досліджуваних засобів масової інформації та вказує на політичну заангажованість окремих груп видань. У роботі на основі чітких фактологічних узагальнень показано розвиток медіасистеми регіону, виявлено основні впливи на динаміку системи ЗМІ (соціальні, культурні, політичні). Вчений констатує на регіональній заангажованості медіа, вказує на причини цих явищ. Наголосимо, що у підсумку автор акцентує на соціальних складових преси досліджуваного регіону: «Простежуючи соціальне синхронне

буття за розвитком преси, можна виявити тісні зв'язки реальності текстової із реальністю політичною, ідеологічною.

Робота Ігоря Павлюка унікальна з точки зору постановки і вирішення наукової проблеми, обсягу залученого емпіричного матеріалу, послідовності, а іноді навіть скрупульозності автора в кваліфікації емпіричних джерел. Цією працею заявлено можливість постановки наукових проблем у площинні вивчення невідомих етапів історії становлення соціальних інститутів та процесів. Щоправда, така можливість буде доречною у ситуації, коли об'єктом дослідження постає вся генеральна сукупність емпіричного матеріалу, що потребує певної наполегливості від науковця. Відзначимо виразну хронологічність як основу підходу автора, а також увагу до соціальних, політичних, культурних процесів досліджуваних періодів, що у підсумку посилює соціальнокомунікаційний складник дисертації. Результати роботи, звісно, будуть цікаві не тільки журналістикознавцям, але й історикам, політологам, культурологам, однак впровадження отриманих автором наукових знань все ж лежить в площині журналістикознавства, історії української журналістики.

Дисертація Лідії Віталіївни Сніцарчук «Українська преса Галичини (1919–1939 рр.): політико-правові умови функціонування, тенденції розвитку, організаційно-журналістська практика» захищена 23 лютого 2010 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Дослідження присвячене окремому історичному періодові розвитку української журналістики і орієнтоване передусім на виявлення особливостей діяльності засобів масової інформації в досить специфічних політичних, економічних та культурних умовах. Робота відзначається охопленням широкого емпіричного матеріалу, виразним соціальним контекстом його осмислення, акцентуванням на причинно-наслідкових зв'язках щодо певних явищ та фактів історії української преси.

Як і в дисертації І. Павлюка, тут наукова проблема постає в площині експлікації історичних реалій, відтворенні фактів історичного минулого у соціальних парадигмах політичного та культурного розвитку певного територіального ареалу. При цьому текстового вираження проблема не набула, і

виявляється аналітично. Окремо варто відзначити, що авторка наголошує на вирішенні кількох проблем, наприклад: «Тема дисертаційної роботи є складовою частиною наукових проблем, що вирішуються у контексті загальнодослідницького напряму Відділення «Науково-дослідний центр періодики» Львівської національної наукової бібліотеки України ім. В. Стефаника» [753, с. 3] або «Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що у дисертації визначено й проаналізовано коло проблем, які до цього не були предметом спеціального наукового вивчення» [753, с. 5]. Паралельно у тексті дослідження фіксуємо «класичне» розуміння наукової проблеми: «проаналізувати стан вивчення проблеми в українській та зарубіжній історіографії, виявити й осмислити нову історичну інформацію, визначити повноту джерельної бази для висвітлення досліджуваної теми» [753, с. 4]. Така термінологічна нечіткість може бути пов’язана, насамперед, із тим, що автор дисертації осмислювала матеріал із позиції системності розвитку української журналістики в цілому, розуміючи, що аналізовані в роботі факти та явища викликають інтерес не тільки у журналістикознавців.

Наукова проблема дослідження може бути встановлена аналітичним шляхом, на основі аналізу мети, завдань, наукової новизни та висновків роботи, причому її кваліфікація лежить у площині соціальнокомунікаційного підходу: встановлення суспільно-політичної ролі преси Галичини досліджуваного періоду. Таке трактування наукової проблеми дійсно має підстави, оскільки авторка не просто аналізує окремі медійні факти чи й систему загалом, а формує певні значимі наукові акценти щодо визначення ролі цих фактів та системи медіа в національній історії української преси. Для дисертації характерна дискусійність щодо тлумачення окремих знакових висновків та усталених поглядів на досліджуваний об’єкт, і як приклад можемо навести обґрунтування змістових критеріїв об’єкта дослідження: «Залучивши досвід попередників і доповнивши його напрацюваннями сучасних науковців, відзначимо, що поняттям «українська преса Галичини 1919–1939 рр.» охоплюємо всі українськомовні газети й журнали, що розвивалися у краї під польською окупацією, без огляду на їхнє ідеологічне

спрямування, а також видання галицьких москвофілів, хоч останнє залишається предметом дискусій серед сучасних дослідників» [753, с. 5].

Методологічною основою дослідження стали метод системного аналізу для відтворення історичної ретроспективи, історичний, бібліографічно-описовий, структурно-типологічний проблемно-тематичний, порівняльний, жанрово-стилістичний, аналітичний, проблемно-хронологічний, кліометричний методи. Для вирішення часткових завдань дисертації використовувалася окрема група методів: «герменевтичний метод, метод діахронного та синхронного висвітлення подій і явищ, метод інтент-аналізу, а також діалектичний метод, завдяки якому розглянуто процес формування і функціонування української преси міжвоєнної Галичини як цілісне медіаявище, окремі ж часописи – як повноцінні його елементи» [753, с. 4–5]. Така широка палітра методів дослідження зумовлена соціальнокомунікаційним підходом вченої, оскільки виявити соціальні контексти винятково історичними методами вкрай складно, а то й неможливо. Підтвердженням цього виступає глибока аналітичність тексту дисертації, обґрунтованість узагальнень, вмотивованість оцінок окремих явищ та системи преси загалом.

Висновки роботи чітко відповідають поставленим завданням, основний підсумок дисертації – обґрунтоване ствердження соціальної значимості і високої фахової культури преси Галичини. Наприклад, акцент авторки на існуванні «одноденних» видань, як елемента протидії цензурі, поява персонального журналізму, професійної спілки, дискусії у фаховому середовищі – все це факти соціальнокомунікаційного порядку, які стверджують становлення преси як соціального інституту в складних, іноді навіть надзвичайно складних обставинах: «Через законодавчі перипетії, пов’язані із регулюванням діяльності преси, у краї склалися несприятливі умови для розвитку пресового руху. Проблематичність творення пресодруків зумовлювалася низкою чинників, насамперед – жорсткою владною опікою», – констатує дослідниця, при цьому вказує на те, що «завдяки масштабному громадсько-політичному, культурному, економічному рухові у краї поступово розвинулася і потужно працювала українська «пресова держава» [753,

с. 16–17]. Варто відзначити, що Л. Сніцарчук послідовно і переконливо доводить: причиною появи тих чи тих видань, особливостей тематики, фахових дискусій було соціально-політичне тло та умови діяльності преси. Та й цінність дослідженого історичного етапу становлення преси виявлена прозоро: «Досліджений у роботі дискурс, що демонстрував розуміння української журналістики загалом, донині не втратив своєї інформативної суті, адже за його наповненням можна відновити реальну картину історії функціонування втрачених видань. Цей важливий професійний – для фахівців і для аудиторії – тематичний концепт, що достовірно характеризує тенденції розвитку і закономірності функціонування української преси минулого, сьогодні залишається надійним каналом трансляції цінного історичного журналістського досвіду, відчитати і використати який уповні – надважливе завдання української наукової спільноти» [753, с. 20], – автор вбачає використання результатів дослідження саме у системі подальших наукових досліджень, у системі підготовки фахівців медіадіяльності на рівні засвоєння концептуальних засад демократичної комунікаційної моделі в різних, переважно несприятливих соціально-політичних обставинах.

Особливості реалізації соціальнокомунікаційного підходу в дисертації Л. Сніцарчук виявляються у відновленні історичних фактів та кваліфікації певної динаміки преси впродовж досліджуваного періоду задля доведення її соціальної ролі, виявлення виконуваних завдань і функцій, характеристики внутрішніх фахових процесів на тлі соціально-політичної організації суспільства. Динаміка медійних явищ, відображених у роботі, свідчить про розвиток системи преси як активного соціального інституту із цілком зрозумілими соціальними функціями, для забезпечення яких використовувалися різні моделі організації медійної діяльності, зокрема й співмірні із сучасними концепціями комунікаційної моделі наскрізь інформатизованого суспільства. Наприклад, існування «одноденних» видань свідчить про прагнення журналістів реалізувати взяті на себе обов’язки із забезпечення інформаційних потреб, незважаючи ні на цензуру, ні на економічні обмеження, створюючи нові канали комунікації.

Робота Лідії Сніцарчук стала одним із важливих здобутків соціально-комунікаційної науки саме завдяки розробленій методології, яка дозволила авторці вийти за межі суто історичних констатацій та сформулювати і довести високу соціальну значимість преси в умовах різних політико-правових реалій.

Дисертація Світлани Іванівни Кравченко «Періодичні видання Польщі 20–30-х років XX століття у світлі суспільно-культурних процесів міжвоєнної доби: літературна комунікація, польсько-український діалог» захищена 24 січня 2011 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія соціальних комунікацій.

Робота присвячена дослідженню українськомовної та польськомовної періодики Польщі 20–30-х років, встановленню змістового наповнення цих видань, особливостей проблематики та тематики медіа в обраний для аналізу період.

Наукова проблема в дисертації явно не кваліфікується, розкривається вона через концептуалізацію актуальності, формалізується в меті, завданнях та науковій новизні дослідження. Авторка наголошує на тому, що актуальність роботи зумовлюється «необхідністю засвоєння історико-теоретичного і практичного досвіду діяльності періодичних видань Польщі 20–30-х років XX ст. як засобів літературної та міжкультурної комунікації, відсутністю в українському журналістикознавстві досліджень з історії польської журналістики міжвоєнного періоду та в цілому праць із проблем літературної комунікації та міжнаціонального інформаційного обміну» [426, с. 2]. І далі, в кваліфікації ступеня наукового обґрунтування проблеми: «В українському журналістикознавстві немає жодного як фрагментарного та і комплексного дослідження історії польської преси XIX і XX століть» [426, с. 5].

Відсутність знать про будь-що не може стати науковою проблемою, якщо це ніяким чином не позначається на актуальних процесах та явищах дійсності, ми розуміємо всю формальність такого підходу, спостерігаючи ситуацію, коли відсутність знань чи спільної узагальненої теорії не призводить до катастрофічних наслідків розвитку того чи того сегменту інформаційного простору, наукової галузі чи напрямку, водночас, вказує на можливість подібних складних наслідків.

Вчені, глибоко знаючи предмет дослідження, досить часто можуть спрогнозувати потребу в певних типах чи видах знань, однак при цьому все одно можна встановити наукові наслідки відсутності певних знань.

Інший контекст, який потребує вияснення, – це мотивація результату: коли наукова проблема у дослідженні подається описово, виявляється аналітично, або ж учений аргументує своє дослідження відсутністю певних знань, тоді на перше місце виходить сфера теоретичного чи практичного використання результатів, значимість цих результатів для справді важливих процесів – від розвитку галузі чи наукового напрямку до соціального поступу в цілому. Відсутність такого мотиваційного контексту свідчить про деяку надуманість у кваліфікації наукової проблеми, та й загалом актуальності дослідження. У роботі Світлани Кравченко мотиваційний контекст обґрунтовується наступним чином: «Інтенсифікація процесу євроінтеграції на рубежі XX – XXI ст., залучення до нього України, зумовила актуалізацію проблеми міжнаціональних взаємин та уваги науковців до питань міжкультурної комунікації як у межах окремих держав, так і в європейському та світовому масштабі. Ключову роль у цьому процесі відіграють ЗМІ» [426, с. 2–3].

З точки зору соціальнокомунікаційного підходу важливим аспектом у такому звучанні мотиваційного компонента наукового дослідження варто вказати зорієнтованість ученої на міжкультурну комунікацію, на діалог культур та обґрунтованість його політичних, ідеологічних соціальних умов та обставин, що стали визначальними для стосунків літературних та політичних еліт двох країн (адже іноді розмежувати ці еліти – неможливо).

Наукові завдання дисертації типові для історіографічних досліджень – авторка послідовно і повно розкриває факти медіадійсності досліджуваного періоду та встановлює закономірності, причинно-наслідкові залежності, інформаційно-комунікаційні особливості преси двох країн міжвоєнного періоду. При цьому виразно помітно, що увага вченої зосереджена на специфіці соціально-культурного діалогу двох країн, наприклад: «розглянути творчість польських публіцистів на ниві польсько-українського культурного діалогу» або «розкрити

історичне та загальнокультурне значення діяльності друкованих ЗМІ Польщі як презентантів міжнаціонального культурного діалогу» [426, с. 3].

Для виконання поставлених завдань у роботі передбачено використання чималої кількості методів, об'єднаних вченою у систему дослідницьких практик для якнайбільш ефективного та якісного результату. Методологія роботи включає низку підходів та методів. До перших належать: системний, конкретно-аналітичний, інтердисциплінарний, діалектичний підходи. До методів, якими опрацьована емпірична база роботи, дослідниця включила: історичний, порівняльно-історичний, порівняльно-типологічний, проблемно-тематичний, бібліографічно-описовий, жанрово-видовий, антропологічний, біографічний, дискурсивний метод та метод контент-аналізу.

Наукова новизна робота є свідченням складності та нелінійності методологічного підходу С. Кравченко, адже в дисертації не тільки встановлено досі невідомі факти історичного розвитку журналістики в Польщі та Україні, але й окреслено специфіку міжкультурних взаємин, презентантами якої, на думку авторки, виступають медіа досліджуваного періоду [426, с. 7–8]. Зрозуміло, що для обґрунтування таких висновків вчена проаналізувала величезні масиви різнорідної інформації, яка враховувалася в роботі для об'єктивного відображення впливу медіа на розвиток культурних взаємин, особливо з огляду на те, що значна частина публікацій, включених до осмислення у дисертації, – вводиться до наукового дискурсу вперше. Повноцінне відтворення історії вимагало від дослідниці формування методів аналізу емпіричного матеріалу, які б передбачали врахування різнозначимих чинників розвитку досліджуваного об'єкта, насамперед – суб'єктивних причин, що викликали різні явища літературно-культурницького життя. Можливо, саме тому в роботі часто фіксуємо використання бібліографічного та історичного методів, а також методів компаративного спрямування.

Ще одна важлива ідея, закладена в роботі, – особливості позиціонування українських літераторів та літературної критики у світовому літературно-критичному контексті, що, безумовно, важливо з огляду на існування певних

суспільно-політичних умов міжвоєнного періоду саме в країнах Східної Європи. Пропоноване Світланою Кравченко дослідження з позиції розробки методології в межах соціальнокомунікаційного підходу може бути цікавим та корисним для подальших робіт як приклад формування методології, яка допомагає через факти функціонування медіа, проблемно-тематичний та жанровий аналіз встановити особливості міжкультурного діалогу, виявити та кваліфікувати роль медіа як презентанта тематичного та ідейного вимірів міжнаціонального культурного діалогу окремого історичного періоду.

Юрій Вікторович Колісник здійснив наукове дослідження «Журнальна періодика УРСР (1950–1980 рр.) у формуванні суспільної свідомості», яке було захищене 28 травня 2013 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Вже сама тема дисертації свідчить про використання автором соціальнокомунікаційного підходу: в роботі чітко означена площина соціальної значимості досліджуваного об'єкта – формування суспільної свідомості.

Формулювання наукової проблеми дисертації послідовно підтверджує обраний автором підхід: «незважаючи на широкий спектр наукового розгляду означеної теми [журнальної періодики УРСР], більшість дослідників акцентувала увагу лише на окремих аспектах впливу радянських ЗМІ на свідомість мас. Глибоких досліджень ролі журнальної преси немає». І далі: «досі немає єдиної теорії функціонування журнальної преси як чинника формування суспільної свідомості в тоталітарній і посттоталітарній державі. На вирішення цієї ***проблеми*** й спрямоване наукове дослідження» [378, с. 2–3].

Відзначимо, що кваліфікація наукової проблеми з позиції відсутності тих чи тих досліджень сама по собі не вказує на важливість такого підходу, оскільки наука має чисельні завдання, без виконання яких практика соціальної діяльності може розвиватися, вповні реалізуючи закладені потенціали. Серед праць, які увійшли до вибірки наукових робіт, формулювання проблеми в контексті відсутності знань – досить поширене явище. З одного боку, це говорить про методологічну вправність авторів, з іншого ж – про культуру наукового пошуку в цілому. Однак робота Ю. Колісника дає підстави для одного застереження,

урахування якого уможливлює саме таку кваліфікацію проблеми: коли відсутність певних знань веде до деформацій у розвитку системних соціальних явищ, передбачає існування різних моделей практичної діяльності, що можуть мати негативні соціальні наслідки чи позначаться на домінуванні медіаформатів, ефективність яких може бути відносно низькою у площині заявленої наукової проблеми.

При формуванні наукової проблеми за допомогою аргументів відсутності теоретичної моделі, автори повинні вказувати на те, що така відсутність має складні соціально-політичні (для практики) та науково-теоретичні (для науки) наслідки, які лежать у площині стримування чи деформації соціального поступу. На цьому, власне, наголошує і Ю. Колісник: «Радянський досвід засвідчує неможливість трансформування тоталітарної держави в правову, однак слід визнати, що ідеологія марксизму-ленінізму (в поєднанні з безкомпромісною практикою) мобілізувала багатомільйонні маси на досягнення титанічних цілей. Цей факт схиляє до ревізування потенційних можливостей національної ідеології на демократичних засадах, яка, на відміну від комуністичної, може і мусить стати визначальним засобом державотворення. Таким чином, вивчення партійно-радянської преси як генератора суспільної свідомості є актуальним і потребує подальших досліджень» [378, с. 3]. Цим твердженням автор доводить необхідність вивчення потенціалів соціального впливу та правильного позиціонування моделей такого впливу, за умови його реалізації в площині демократичного суспільства, яка, попри всю відкритість і плюралістичність, не позбавляється ідеологічних детермінантів свого розвитку: наприклад, у сфері збереження й оновлення національних традицій, чи у площині формування демократичних цінностей, або ж у форматах становлення інформаційного суспільства як засадничих моментів поєднання науково-технологічного та морально-категоріального підходів.

Отже, із певними застереженнями, можемо допустити доцільність такого типу формулювання наукової проблеми. При цьому автор вказує на відсутність єдиної теорії та соціальні чи наукові наслідки такої відсутності. Головне при цьому – чітке усвідомлення того, що ці наслідки є насправді проявленими в

дійсності у вигляді конкретних результатів чи станів, або ж – у вигляді оформлених тенденцій соціального, наукового, технологічного розвитку суспільства. Ю. Колісник стверджує необхідність вивчення механізмів формування соціальної свідомості, що були реалізовані в журнальній пресі УРСР з тим, щоб переосмислити цей досвід та інтегрувати соціально допустимі моделі формування суспільної свідомості в інструментарій засобів масової інформації демократичного суспільства.

Метою роботи стало часткове вирішення наукової проблеми: «з'ясувати специфіку й основні тенденції журнальної преси УРСР 1950–1980 років, визначити її роль у формуванні суспільної свідомості» [378, с. 3]. Частковість вирішення наукової проблеми у меті дослідження зумовлена тим, що автор не акцентує на переосмисленні радянських форм і технологій впливу на масову свідомість в УРСР в умовах становлення демократичного суспільства, хоча й визначає увагу до змін у суспільній свідомості досліджуваного періоду. Відзначимо, що поставлена наукова проблема звучить ширше за мету і завдання дисертації, принаймні, коли враховувати акценти позиціонування результатів можливого вирішення проблеми, заявлені вченим у вступі до роботи.

Сформульовані автором наукові завдання, зокрема в частині виявлення «ідейно-виховного впливу», передбачають складну методологію дослідження. Адже на сьогодні говорити про синхронні соціологічні дослідження не доводиться. Автор мав можливість лише науково осмислити концептологію впливу, реалізовану в конкретних матеріалах та виданнях, і на цій основі сформулювати більшою чи меншою мірою об'єктивні висновки. Серед методів дослідження Ю. Кослісник називає: «методи конкретно-історичного та соціологічного аналізу дослідження преси, системний, порівняльний аналіз та узагальнення у вивченні змісту й тематики журнальних видань; факторний аналіз при вивченні впливу політичних чинників на видозміну журнальної преси як засобу формування суспільної свідомості; контент-аналіз для з'ясування рівня ідеологічної заангажованості журнальної періодики УРСР 1950–1980 років, частотності вживання ідеологічних лексем у журнальних текстах та особливостей

їхньої лексичної сполучуваності» [378, с. 4]. Зазначені методи, за винятком факторного аналізу, є цілком традиційними для праць, що виконані на основі соціальнокомунікаційного підходу.

Окреме місце факторного аналізу зумовлене тим, що він, як правило, використовується в економіці та техніці. Його суть полягає у визначенні й класифікації чинників, що впливають на досліджувані явища і процеси [316]. Включення цього методу до соціальнокомунікаційних, уможливлює наукове осмислення політичного, економічного, культурного тощо життя та наслідків суспільного розвитку за визначеними маркерами такого розвитку. Аналіз наукової розвідки Ю. Колісника показує доцільність використання методу факторного аналізу для обґрунтування результатів впливу на свідомість аудиторії, коли простежується чіткий взаємозв'язок між політичними ініціативами та ідеологемами, їх озвученням у системі засобів масової інформації та суспільними перетвореннями і станами, соціальними реакціями в організації життєвого простору суспільства.

Увага до альтернативного інформування як показника демократизації суспільства є свідченням об'єктивного вирішення вченим названої вище дилеми. Складність досліджуваного об'єкта відобразилася у новизні дисертації, насамперед – в акцентах, які робить Ю. Колісник. Відзначимо наукову цінність цієї роботи в таких особливостях:

- врахування «позитивів і негативів» журнальних видань у процесі «вираження інтересів правлячої партії», що свідчить про переосмислення автором досвіду журнальної періодики в контексті сформульованої в роботі наукової проблеми;
- уведення в науковий обіг поняття «одновимірний інформаційний простір», яке може стати критерієм для оцінки і всієї системи ЗМІ, і окремих сегментів національного інформаційного простору, не обов'язково у проекції політичних процесів;
- послідовне відображення «соціодинаміки ідеологічної заангажованості журнальної преси УРСР», що відкриває перспективи

дослідження етапів у формуванні певних ідеологем, соціальній актуалізації їх у залежності від потреб «одновимірного інформаційного простору»;

- поряд з «осудженням тоталітарної практики радянських ЗМІ», «спростуванням доречності її використання», автор акцентує на тому, що «прогресивні складники минулого досвіду відкидати не слід, їх можна використовувати для виховання патріотизму, відповідальності, національної єдності, моральної зрілості, заохочення до трудової активності, творчої ініціативи громадян» [378, с. 6].

Щодо останнього з названих складників наукової новизни дослідження – проведемо паралелі з формулюванням наукової проблеми: вчений не відобразив ці аспекти в меті та завданнях роботи, однак серед результатів, які показують наукову новизну дослідження, чітко вказав на доцільність залучення досвіду радянської періодики досліджуваного періоду в площині діяльності демократичних медіа, щоправда, при цьому різко звузив сферу такого використання. На сьогодні варто було б говорити про реалізацію функцій пропаганди засобами масової інформації у позитивному ключі цього терміна, як приклад, – пропаганда моральних цінностей, соціальних ідеалів, здорового способу життя тощо.

Соціальнокомунікаційний підхід, реалізований Ю. Колісником через концептуалізацію моделі впливу на суспільство та створення сприятливих умов для існування такої моделі, може проявлятися в історіографічних дослідженнях журналістики з використанням як традиційної, так і нової методології, що опирається на використання методів суміжних галузей наукового знання. При цьому результативність автора не лежить виключно в сегменті фундаментальної науки, а може, залежно від соціально-політичних обставин розвитку країни, актуалізуватися в системі прикладних результатів.

Погляд на місце історії досліджень соціальних комунікацій в науковому дискурсі нової галузі знань дає підстави для виділення кількох спостережень, які можуть із часом реалізуватися як перспективи подальших наукових студій:

1. Увагу вчених привертають, насамперед, ті історичні періоди та сформовані в їх межах тенденції розвитку комунікаційної структури суспільства, які не були досліджені переважно через політичні причини. З набуттям Україною незалежності кількість таких праць зростає, водночас змінюється вектор дослідження: науковців все більше цікавлять соціальні контексти впливогенності мас-медіа в історичній проекції.

2. Відбувається переосмислення спадку радянської журналістики, насамперед – людиноцентричних матеріалів, стратегій та підходів, що знайшли своє втілення в публіцистиці.

3. Систематизація наукових знань про історію становлення і розвитку національної журналістики, національної системи соціальних комунікацій ще не здійснена. На сьогодні соціальнокомунікаційний підхід передбачає найширші можливості для наукового відображення української медіаісторії. Ймовірно, для цього доведеться відкрити всі «білі плями».

4. Соціальнокомунікаційний підхід у таких наукових працях зазвичай виявляється у встановлені особливостей соціальної значимості інформаційної діяльності чи окремих її процесів у певний історичний період. Проекція такої значимості може розгортатися у досить віддалені у часі перспективи.

2.2. Теорії розвитку мас-медійного середовища

З появою соціальнокомунікаційного підходу наукові теорії соціальних комунікацій стали оновлюватися. Кількість таких досліджень не дуже велика, але всі вони важливі завдяки тому внеску, який здійснили в науку. Ці роботи розділені нами на кілька груп за принципом тематичної відповідності, всі вони спрямовані на оновлення методології концептуальних вимірів комунікаційного впливу, формування цінностей на основі комунікаційної взаємодії тощо. З позиції соціальнокомунікаційного підходу ми проаналізуємо, в який спосіб вчені досягали настільки вагомих результатів, що вони позначились на оновленні всієї моделі соціальнокомунікаційних досліджень.

Аналіз дисертацій першої тематичної групи, до якої ми включили власне теоретичні дослідження, розпочинаємо з роботи М. Бутиріної. Дисертація Марії Валеріївни Бутиріної «Мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості» захищена 22 грудня 2009 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Ця праця спрямована на оновлення теорії соціальнокомунікаційних досліджень, зокрема, ревізії усталених підходів до трактування ролі стереотипу в процесах продукування та сприймання масовоінформаційних повідомлень.

Наукова проблема у роботі кваліфікована відповідно до класичного розуміння визначення наукових проблем. Марія Бутиріна вказує на різнорідність наукового розуміння стереотипу та його впливу на аудиторію: «Залежність людини від медіатизованих форм знання, від готових формул сприйняття й оцінки дійсності досить рельєфно представлено у явищі стереотипізації масової свідомості. Наслідки його впливу й ефекти, створювані ним, варіюються в соціумі від конструктивних до деструктивних. Це унеможливлює однозначну наукову й суспільну оцінку феномена, що формує підґрунтя для критичного перегляду численних праць, у яких стереотипи постають у суто позитивних або в суто негативних контекстах» [135, с. 1]. Причому стереотип розглядається у комплексному вимірі, з позиції процесу мас-медійної стереотипізації, а саме «в аспектах генетичних передумов, чинників і механізмів утворення та функціонування стереотипів, зв’язку їх з іншими масовидними складниками психіки людини» [135, с. 1]. Закономірно, умови формування і функціонування стереотипів стають метою дослідження.

Робота, поряд із широким аналізом теоретичних підходів до функціонування стереотипів масової свідомості, включає аналіз емпіричного матеріалу, зосередженого у виявленні та кваліфікації стереотипів у тематичних обрисах науки та релігії. Відповідно, для дослідження використовуються загальнотеоретичні та емпіричні методи: «аналіз, синтез, узагальнення, абстрагування, … дискурсивного аналізу, когнітивного аналізу, квалітативного аналізу змісту та типологічного аналізу [135, с. 1].

Наукова новизна дисертації подана у контекстах переосмислення природи стереотипів та взаємозв'язку їх у системі медійної картини світу, при цьому така картина світу розуміється дослідницею як «глобальний медіаефект, що якнайвиразніше відображає сутність процесу медіатизації реалій». Важливим здобутком роботи є проникнення у внутрішню структуру стереотипу в проекції співвідношення «стереотип-настанова», внаслідок чого стереотип визначається як «соціальна, конвенційно зумовлена категорія», а сама настанова служить виразником «афективного компонента стереотипів» [135, с. 4].

Аналіз теоретичних підходів до розуміння стереотипу, практики стереотипізації у масовокомунікаційній діяльності реалізувався через системне відображення стереотипу у взаємозв'язку «тріади "архетип – міф – стереотип"» [135, с. 4]. Дослідниця показує ланцюжок формування стереотипних уявлень аудиторії, коли стереотип є підсумковим компонентом сформованої картини світу, зрозуміло, що в контексті глобального медіаефекту. Цей висновок важливий з огляду на розкриття механізмів створення стереотипів та окреслення шляхів дестереотипізації соціуму, що знайшло відображення в теоретичному дискурсі роботи.

Стереотипізація в дисертації постає наслідком комунікаційної практики, а виявлений дискурсний контекст розуміння природи стереотипу дає підстави для переосмислення форматів медіадіяльності та виявляє механізми експертної оцінки ефективності впливу медіа на соціум, з урахування характеру і особливостей породження стереотипів та програмування стереотипного мислення. Відтак, практичне значення отриманих результатів Марія Бутиріна визначає, насамперед, в площині «теоретичного осмислення конкретних модусів стереотипізації у медіадискурсі на якісно новому рівні». Ще один аспект практичного втілення результатів – перегляд когнітивних засад медіадіяльності, зокрема «при висвітленні політичних, ідеологічних, етнорелігійних питань, популяризації наукової тематики, невіддільних від утворення й використання стереотипів» [135, с. 5].

Серед результатів дослідження ключове місце посідає запропонований авторкою підхід, відповідно до якого при аналізі медійної продукції в соціальних комунікаціях варто говорити про «стереотипно-настановчий комплекс» [135, с. 9], оскільки стереотип і настанова взаємопов'язані, а структура цього поняття, на думку вченої, «відображає основні функціональні вектори мас-медіа – когнітивне опрацювання дійсності відповідно до інформаційних потреб аудиторії (спрощення, схематизація, генералізація змісту явищ); надання готових оцінок, які сприяють активізації певних реакцій; залучення до дії» [135, с. 9]. Функціональне розмежування стереотипу та настанови в структурі формування єдиного комплексу зумовлюється природою стереотипу, його функцією формувати формули оцінювання дійсності, поведінкові реакції, водночас когнітивна мотивація до сприймання визначає позиціонування сегменту дійсності в глобальній медійній картині світу, таким чином, взаємозалежність наведених структурних одиниць виходить із особливостей соціальнокомунікаційної взаємодії та характеризує процеси сприймання на рівні внутрішніх психологічних моделей реагування на інформацію.

Розглядаючи тріаду «архетип – міф – стереотип», Марія Бутиріна акцентує на спільних рисах цих феноменів, насамперед вказуючи на спрощення моделі світу в уявленнях соціуму при використанні означеної тріади в медіадискурсі. Схильність до такого спрощення визначається закономірним прагненням до економії інтелектуальних зусиль, що концептуально проявляється в прикладних комунікаціях, наприклад, в Санкт-Петербурзькій школі «ТРИЗ» це довели І. Вікентьєв та С. Сичов [169]. Готовність до спрощеного сприймання світу в комунікації, з одного боку, сприяє засвоєнню змістів і смислів такої комунікації, а з іншого – створює широке поле для маніпуляцій та впливу. На «когнітивну економію» як спільну функцію архетипу, міфу та стереотипу вказує і Марія Бутиріна, визначаючи її як функцію «миттєвого розпізнавання соціальних об'єктів» [135, с 12].

Загалом у дослідженні визначено функціональну спрямованість кожного компонента тріади та окреслено проекцію їх комплексного комунікаційного

ефекту: «Архетипи організують його [масове сприйняття] шляхом застосування дорефлексивного досвіду предків, міфи конкретизують у вигляді картини світу, яка відтворює певний світогляд, а стереотипи раціоналізують, надаючи конкретні формули оцінювання та поведінкових реакцій» [135, с. 12]. Вчена аргументує увагу до стереотипів у соціальній комунікації орієнтацією на масову свідомість, що протиставляється свідомості індивідуальній, таким чином, ефективність медіадіяльності може бути передбачуваною та прогнозованою у масових контекстах. Визначення залежностей в межах кваліфікованої в роботі тріади є важливим результатом дисертації, значимим елементом оновлення теорії соціальних комунікацій, адже кваліфікація окремих елементів тріади як чинників формування медіаефектів може звужувати наукову картину світу та формувати поверхові висновки про природу соціальнокомунікаційного впливу, особливо у ситуаціях, коли створювані на основі міфів стереотипи мають виразні архетипні знаки соціальної належності (Свій, Чужий, Інший тощо).

Дослідження розкриває природу створення стереотипів у масовій комунікації. Авторка виділяє три основні етапи цього процесу: формування когнітивного базису стереотипу, на якому виникають «спрощені, схематичні уявлення з генералізованим змістом, які через особливості соціальної перцепції також можуть характеризуватися інверсивністю, надлишковою деталізацією й ігноруванням суттєвих ознак об’єкта»; утворення стереотипно-настановних комплексів, «які містять спрощені й комунікативно адаптовані когнітивні елементи і, щонайважливіше, готову оцінку явищ, об’єднаних межами категорій»; медійна легітимізація стереотипів, де передбачається «утворення в мас-медіа та надання аудиторії прецедентних поєднань смислообразів усередині категорій», внаслідок чого виникають «конвергентні, апріорні, легітимні уявлення, що за своєю когнітивною специфікою є спрощеними, схематичними та генералізованими» [135, с. 13–14]. Ці спостереження вченої над природою формування стереотипів у соціальних комунікаціях набувають особливої ваги сьогодні, коли Україна живе в ситуації гібридної війни, інформаційні складники якої якраз і орієнтуються на продукування міфів та фіксування у масовій

свідомості певного кола стереотипів. Протидія інформаційній агресії може і повинна відбуватися з урахуванням теоретичного наукового базису, що відображає природу функціонування стереотипів та процеси стереотипізації дійсності. Не менш цінними є ці результати для процесів розвитку медіаграмотності, адже названі етапи послідовно розкривають природу зредукованого відображення дійсності та можуть у підсумку стати основою для об'єктивізації мас-медійної інформації.

М. Бутиріна присвячує механізмам руйнації стереотипів окремий підрозділ дослідження, вказуючи на два основні когнітивні механізми, що визначають цей процес – інверсію та медіацію. Дослідниця пише: «Інверсія характеризується як здатність стереотипу до зміни його модальності, при якій залишається можливість повторної метаморфози. Медіація представлена як більш плідна когнітивна процедура руйнації стереотипів, що дає змогу перейти до якісно нового сенсу, який перебуває за межами амбівалентної структури стереотипу» [135, с. 14].

Відзначимо, що такі механізми цілком актуальні для протидії фейковим повідомленням, які мають в своїй основі міфологічну природу та спрямовуються на стереотипізацію дійсності. Причому, як випливає із дослідження, механізми руйнації стереотипів мають не масову, а індивідуальну природу, навіть реалізовані через засоби масової інформації, вони передбачають свідоме осмислене реагування на деформації інформаційного простору, контекстуальні інформаційні ніші та співвіднесеність медіапродуктів з дійсністю. Іншими словами, руйнування стереотипів передбачає спеціальну настанову до повного усвідомленого сприймання дійсності, розкриття редукованого змісту та корекцію закладених смислів.

У дисертації висувається теза про недоцільність наукового осмислення стереотипів у контексті протиставлення на основі оцінки, з позиції глобальних моральних категорій, крім того, М. Бутиріна наголошує на небажаності функціонального підходу, оскільки він передбачає оцінність як категорію класифікації, тим самим кваліфікує стереотип і процес стереотипізації дійсності як комунікаційні інструменти, використання яких може мати різні наслідки, не

обов'язково однозначно позитивні чи негативні. Вказуючи на умовність «утворення таких опозиційних пар, як істинні / хибні; консервативні/ динамічні; позитивні/ негативні стереотипи» [135, с. 17], дослідниця визначає категорії та типологію стереотипів на основі властивих їм особливостей творення та специфіки побутування в соціальній комунікації, що у підсумку формує розуміння стереотипу на рівні соціальнокомунікаційного інструментарію.

Наукова робота Марії Бутиріної стала основою для подальшого осмислення феномена стереотипу в соціальних комунікаціях, системність підходу та ретельність дослідження теоретичного й емпіричного матеріалу зумовили оновлення наукової теорії. Авторка не тільки відобразила внутрішні закономірності стереотипу як явища соціальнокомунікаційного порядку, але й по-новому осмислила його природу та функції, розробила на нових наукових принципах типологію стереотипів, сформувала загальні закономірності породження та руйнування стереотипів у масовій комунікації. Не менш важливим результатом роботи стала кваліфікація процесу функціонування стереотипів у медіасередовищі – «стереотипотворення, стереотипізація, дестереотипізація та медіатизація стереотипів» [135, с. 23]. Це спостереження розкриває можливості дослідження стереотипів на різних етапах їх функціонування в медіа: об'єктивно визначати ефективність (відповідно до функцій кожного процесу) та передбачати дієві засоби протидії (за умови інформаційних загроз) чи засоби поширення й популяризації для здійснення свідомого спланованого впливу на аудиторію, як, наприклад, при пропаганді здорового способу життя або висвітленні фактажу, орієнтованого на формування патріотизму.

Дисертація Тетяни Василівни Кузнєцової «Аксіологічні моделі мас-медійної інформації: комунікативно-концептуальний підхід» захищена 22 листопада 2010 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій.

Робота присвячена моделюванню мас-медійних процесів, тому цілком закономірно розглядати її в контексті розвитку теорії соціальних комунікацій. Наукова проблема формулюється дослідницею у контексті інформаційного простору: осмислення аксіологічної сутності ЗМК як одного з кроків до

формування аксіологічно збалансованого інформаційно-комунікаційного простору», а вирішення цієї проблеми авторка вбачає у «аксіологічному моделюванні мас-медійної інформації» [456, с. 2]. У дисертації узагальнюються підходи до оцінки якісних складових частин інформації, виявляються особливості інформаційної організації тексту, а ширше – сукупності текстів чи повідомлень аж до метаконцептів оцінності буття. Вирішення поставленої проблеми у вигляді моделі інформаційної організації тексту як моделі аксіологічної веде до розуміння способів організації комунікативної стратегії у повідомленні з виразними значеннєвими обрисами ключових текстових елементів.

Закономірно, метою роботи стає розробка «методологічних засад аксіологічного дослідження мас-медійної інформації» при цьому дослідниця послуговується комунікативно-концептуальним підходом. [456, с. 2]. Відправною точкою для формування завдань дисертації стає цінність інформації, причому цінність позиціонується у контексті системи соціальних комунікацій та соціальних орієнтирів соціуму. Т. Кузнєцова орієнтується на аксіологічне моделювання інформації та визначення різних типів текстів за аксіологічною моделлю.

Апробація вибудуваної теоретичної моделі відбулася на широкому емпіричному матеріалі, що дозволило розкрити у роботі важливі закономірності реалізації оцінності в тексті та практично підтвердити змістовність запропонованої теорії. Результати дослідження спрямовано на три сфери впровадження: оптимізацію інформаційної політики держави у контексті підвищення рівня збалансованості інформаційно-комунікаційного простору; використання запропонованих моделей журналістами при створенні матеріалів з метою увиразнення аксіологічних складників тексту та уникнення надміру агресивності; інтеграції в навчальний процес, причому не тільки у практичні, але й теоретичні курси, зокрема теорію масової комунікації [456, с. 5].

Широка сфера впровадження результатів дисертації свідчить про системність дослідження, яке, поряд з оновленням теорії, має важливі здобутки прикладного характеру і може реалізуватися в різних площинах фахової

інформаційної діяльності. Відзначимо, що такий високий потенціал впровадження традиційно характерний для робіт, спрямованих на оновлення теорії комунікаційної діяльності, оскільки вирішення наукових проблем цього сегменту медійної діяльності зазвичай визначає напрямки розвитку і подальших досліджень, і систем навчально-методологічних підходів на тривалий термін. Такі проблеми часто виявляються в практичній діяльності медійників і знаходять фахове втілення в медіакритиці, публіцистиці, проте не знаходять системного вирішення. Водночас пропоновані науковцями моделі та підходи часто не набувають поширення у фаховому середовищі, насамперед, через низький рівень уваги цього середовища до теоретичних моделей розвитку мас-медіа, небажання системно вкладати кошти в оновлення інформаційних стратегій, непрофесійні, часто спорадичні зусилля, що спрямовуються на оновлення інформаційної політики або ж наслідування запозичених інформаційних стратегем сенсаційного коду, коли наростання негативної оцінності тяжіє до агресії, а соціум позиціонується в ситуації виживання без позитивних контекстів відображення дійсності.

Вирішенню питань свідомого оперування ціннісними контекстами і присвячена робота Тетяни Кузнєцової. Відзначимо, що це дослідження має значний потенціал використання для аудиторської та консалтингової інформаційної діяльності, оскільки чітко визначає пріоритетність та форматність продукування оцінності в журналістських матеріалах.

Методологія праці сформована відповідно до поставлених завдань. Дослідниця чітко визначає методи та сферу їх застосування у дисертації, що, на жаль, не є системним явищем у соціальнокомунікаційних наукових студіях. Результати дисертації отримані внаслідок застосування таких методів: моделювання, типологічного аналізу, концептуального аналізу, контент-аналізу, кількісного аналізу, структурно-функціонального та описового методів, психолінгвістичного експерименту.

Соціально-комунікаційний підхід у дослідженні реалізовано у класичному розумінні (класичному – з позиції найпершого та найповнішого визначення цього

підходу проф. В. Різуном, про що йшлося в першому розділі). Т. Кузнєцова, на основі аналізу актуальних теорій діяльності мас-медіа та в розрізі поставленої теми, сформувала загальну модель досліджуваного процесу, проаналізувала її життєспроможність на широкій емпіричний базі та експериментально підтвердила важливі, системоутворювальні складники цієї моделі. Окремо варто сказати про соціальні контексти досліджуваного явища оцінності, які представлені у роботі: вивчення аксіології масовоінформаційної діяльності не можливе без врахування, з одного боку, інтенцій авторів, виявлених через структурний інструментарій тексту, з іншого ж – загальної морально-етичної парадигми метаконцептів, до яких у підсумку зводяться всі оцінки. Іншими словами, як доведено в роботі Тетяни Кузнєцової, не можна говорити про теоретичне розуміння оцінності за модулем, без виразного знаку такої оцінки, яка й визначає міру впливовості, маніпулятивності, агресивності тексту.

Психолінгвістичний експеримент, використаний у роботі, не надто популярний метод соціальнокомунікаційних досліджень, оскільки, крім суто організаційної складності, потребує залучення даних суміжних із соціальною комунікацією сферою знань, зокрема в частині сприймання та розуміння сприйнятої інформації.

Наукова новизна роботи визначається створенням принципів аксіологічного моделювання інформації; типології аксіологічних моделей мас-медійної інформації; класифікації типів оцінних текстів; методики концептуального аналізу медіатексту, формуванням системи найбільш характерних рис української медійної аксіосфери [456, с. 4]. Традиційним для науки є погляд, коли типології та класифікації не позиціонуються як вагомі результати дослідження, оскільки кожен вчений може створити таку типологію чи класифікацію, однак це не стосується тих ситуацій, у яких класифікації уточнюються або ж пропонуються нові, такі, що створюються вперше. Наука про соціальні комунікації сьогодні проходить лише перші кроки свого розвитку і тому формування нових класифікацій та теорій – явище, що супроводжує процеси накопичення теоретичної бази, отже, цілком

закономірно, ми нерідко будемо зустрічатися з подібними формами наукової цінності результатів дослідження.

Запропонована Т. Кузнєцовою методологія та сформульована новизна дисертації дають підстави для кількох узагальнень, що ілюструють специфіку соціальнокомунікаційного підходу: у роботі використовується нелінійна методологічна схема, при якій послідовність висновків авторки формується на основі аналізу різних сегментів досліджуваного явища, виявлених завдяки використанню найбільш валідних методів. При цьому результативність забезпечується системою послідовних дослідницьких процедур, результати яких інтегруються межах текстової частини роботи.

Наприклад, виявити впливогенність позитивного чи негативного потенціалу текстів окремого видання – практично неможливо, якщо йдеться, звісно, про одноосібне дослідження, навіть окреслити такий потенціал складно. Водночас використання методу моделювання разом із методикою концептуального аналізу твору дали можливість авторці виявити актуалізатори концептів різного рівня емоційності і різного характеру оцінності, а вже на основі цього можна говорити про впровадження результатів роботи у форми організації медійної діяльності, використання моделей для оптимізації журналістських (і не тільки) матеріалів та проведення інформаційного аудиту в межах окремого часового періоду чи формату.

На користь викладеної вище тези говорить і факт уведення в класифікацію аксіологічних моделей парадоксальних текстів, сприймання яких не може бути однозначно спрогнозованим, бо, на думку Т. Кузнєцової, «Подаючи нейтральну і навіть позитивну інформацію, автор іноді активізує в реципієнта саме ті фонові знання, емоції або почуття, які сприяють негативному сприйняттю наведеної інформації» [456, с. 21]. У цій ситуації, як доводить науковець, актуалізуються негативні оцінні смисли, що виникають на основі стереотипних уявлень, а отже, авторська методологія формування аксіологічних моделей мас-медійної інформації проявила компоненти, які не вклалися в традиційну для гіпотез схему

позитивної-негативної-нейтральної інформації, що свідчить про перспективність подальших розробок аксіології мас-медійної інформації.

Значимість дисертації Тетяни Кузнєцової у контексті соціальнокомунікаційного підходу базується на визначенні чітких аксіологічних моделей мас-медійної інформації, формуванні нових методів багаторівневого вивчення значних текстових масивів, зручним дослідницьким інструментарієм, що може використовуватися і для аналізу одиничного журналістського матеріалу, і для оцінки діяльності засобу масової інформації впродовж певного періоду. Крім того, за умови формування серйозних дослідницьких потужностей, ця методологія може застосовуватися для характеристики використання аксіологічних моделей різних типів у площині національного інформаційно-комунікаційного простору.

Дисертація Ольги Володимирівни Тріщук «Феномен науково-інформаційного дискурсу у сфері соціальних комунікацій» захищена 21 грудня 2009 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Робота піднімає наукову проблему кваліфікації науково-інформаційного дискурсу в соціальнокомунікаційній площині.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю систематизації знань, «швидкого багатоаспектного доступу до нагромадженого суспільством наукового потенціалу, … потребою зорієнтуватися в уже відомих і прогнозованих знаннях, щоб запобігти їх дублюванню» [818, с. 1]. Наукова проблема у дисертації кваліфікована на основі необхідності узагальнення підходів суміжних наукових галузей, зокрема напрацювань соціології, психології, соціальної семіотики, комунікативної філософії, новітніх концепцій теорії соціальних комунікацій, дискурсивної теорії, теорії тексту та окремих наукових напрямів: комунікативно-антропологічного, психолінгвістичного, прагматико-комунікативного, когнітивного, деривaційного [818, с. 1–2].

Дослідниця підкреслює, що «у жодній праці, де їх [названі теорії] викладено, не розглядається проблемний комплекс, у центрі якого перебував би науково-інформаційний дискурс» [818, с. 2]. Теоретичний характер роботи виявляється через системність підходу у залученні результатів суміжних

дисциплін та напрямків, перелік яких досить широкий. При цьому науковець ставить за мету створення «теорії науково-інформаційного дискурсу як соціокомунікативного явища, з'ясувати його структуру, системотворчі ознаки, специфіку функціонування і регулювальну роль в системі наукової комунікації» [818, с. 2]. Відзначимо традиційну для феноменологічних досліджень увагу до внутрішньої структури явища та позиціонування цього явища в системі соціалізованих форм суспільної взаємодії.

Аналізовану дисертацію вирізняє одна особливість: авторка не тільки окреслила перелік завдань, але й визначила пріоритетність та послідовність осмислення науково-інформаційного явища на основі комплексного дослідження. При цьому послідовність дослідницьких процедур передбачає такі кроки: аналіз і узагальнення теоретичних підходів, вивчення сукупності проблем, труднощів і суперечностей як системного тла наукової праці, визначення спектру дискурсивних ролей, аналіз структури й змісту потреб, мотивів та інтенцій комунікаторів, кваліфікацію дискурсивних складників комунікації в науково-інформаційній сфері, з'ясування актуального стану вивчення наукового тексту, деривaційних залежностей між першоджерелом та науково-інформаційним текстом, з'ясування особливостей передачі в науковому тексті семантичного простору та формальної організації первинного тексту, способів і засобів авторизації, адресованості під час породження, сприймання і розуміння науково-інформаційного тексту [818, с. 2–3].

Унікальність такої системної послідовності дослідницьких процедур показує основні напрямки вирішення проблеми та розкриває особливості використання вченою соціальнокомунікаційного підходу: поряд із проникненням у структурно-функціональні параметри феномена, виявляється його соціальний фокус, хоча й у вузькому сегменті інформаційного простору – науковій комунікації. Увага саме до наукової комунікації аж ніяк не звужує проблему, оскільки така комунікаційна сфера часто стає першоджерелом для породження масокомунікаційних матеріалів, входить до соціалізаційних інформаційних систем, проявляється у різних сферах соціального буття. Зростання науково-

технологічного рівня компетенцій населення, зумовлене стрімким технологічних розвитком систем і засобів комунікації, з одного боку, впливає на доступність та відкритість інформації, з іншого – веде до суто технологічного ускладнення процедур отримання такої інформації. Тому системне уявлення про науково-інформаційний дискурс, розробка концепції його соціального функціонування з акцентом на оптимізації текстового масиву, полегшенні доступу до інформації та оптимальна організація текстових масивів, – є актуальними завданнями сьогодення, вирішення яких знаходимо і в цій роботі.

Ольга Тріщук розглядає науково-інформаційний дискурс як соціальну практику, «складне соціокомунікативне явище, що має зорієнтувати потенційного читача у сфері досягнень, якими володіє людство, і поєднує: (а) комунікативних особистостей – представників інформаційних служб і тих установ, що займаються науково-інформаційною діяльністю, а також читачів науково-інформаційних видань; (б) соціальний контекст, що дає уявлення про учасників комунікації (їх знання, думки, настанови, цілі); (в) сукупність вторинних текстів, створених у результаті масово-інформаційної діяльності; (г) процеси породження та сприймання цих текстів [818, с. 6]. Ця широка цитата доводить соціальнокомунікаційну спрямованість дослідження через розуміння соціального тла як основи для поєднання комуніканта й вторинного тексту. На основі зіставлення комунікаційних моделей у роботі обстоюється вторинність тексту в науково-інформаційному дискурсі, відтак проводиться теза соціального відбору знання та його інформаційного втілення, тим самим, на нашу думку, стверджується значимість інформації, представленої в науково-інформаційному дискурсі.

Методологія дослідження, представлена в окремому підрозділі роботи, набула системного і цілісного обґрунтування з огляду на використовуваний підхід наукового осмислення об’єкта та предмета наукового розгляду. О. Тріщук використовує методи термінологічного аналізу та операціоналізації понять, спостереження, тестування й анкетування, зіставний метод, методи аналізу та синтезу, контент-аналіз [818, с. 8]. В основу всебічного аналізу досліджуваного

феномена покладено дискурс-аналіз, при цьому авторка акцентує на множинності дослідницьких процедур в основі цього методу, вказує на варіативність теорій і методів проведення дискурсивного аналізу, позиціонує власний підхід як стратегію вивчення «всіх ланок комунікаційного акту» [818, с. 9], що спонукає науковця використовувати системно-інтегративний підхід як тактику вивчення феномена. Сутність цього підходу у роботі кваліфікована таким чином: «аналітичне вивчення будь-якого об'єкта є неможливим без точної його ідентифікації у великій системі – цілісності, яка становить єдність закономірно розташованих і взаємопов' язаних елементів» [818, с. 9].

Системність методологічного підходу дослідження зумовлена складністю феномена науково-інформаційного дискурсу, його внутрішніми структурними зв'язками, соціальними та соціалізаційними функціями. Відзначимо, що використання дискурс-аналізу як основної дослідницької стратегії є ефективною формою реалізації соціальнокомунікаційного підходу, адже дозволяє окреслити явище у всій багатовимірності внутрішніх зв'язків та структурних компонентів, а також спроектувати форми позиціонування досліджуваного об' єкта в системі соціальних знань. Важливою перевагою такої форми реалізації соціальнокомунікаційного підходу є придатність методології до використання технологій дослідження з різних галузей наукового знання, з акцентуванням на важливих для обраного параметру аспектах, наприклад, на встановленні психологічних особливостей сприймання тексту чи способу вираження авторських інтенцій у вторинному тексті тощо.

З іншого боку, використання такої складної методологічної системи вимагає від вченого методологічної вправності, оскільки широка канва дослідницьких процедур може визначати деформацію результатів у площину суб' єктивних зацікавлень автора, позиціонувати ці результати не в площину поставленої наукової проблеми, а в систему важливих, але часткових висновків. Відзначимо, що результати дослідження О. Тріщук чітко спозиційовані в площині досліджуваної проблеми, спрямовані на її вирішення, а методологія відзначається системною чіткістю.

Особливої уваги заслуговують перспективи використання запропонованого авторкою системно-інтегративного підходу до аналізу дискурсу, насамперед у формах «моделювання творчого процесу в усіх сферах діяльності, пов’язаних зі збереженням, опрацюванням і передачею інформації» [818, с. 27]. Ольга Тріщук справедливо наголошує, що така методологія може використовуватися «для аналізу різних видів стислих текстів – новин, скорочених газетних та мережевих повідомлень, оголошень, реклами тощо, зокрема під час виявлення та обґрунтування енергетизму, яким вони наділені» [818, с. 27]. З часу захисту дисертації пройшло не так багато часу, але можемо констатувати справедливість підходу дослідниці, особливо з поширенням таких явищ як рерайтинг, продукування вторинних текстів на основі прес-релізів, матеріалів на основі новинних стрічок, узагальнення важливих новин за певний період часу в фаховій аналітиці тощо. Увесь цей значний масив текстової інформації потребує аналізу з обов’язковим використанням презентованого в дослідженні О. Тріщук системно-інтегративного підходу.

Відзначимо, що феноменологічне дослідження науково-інформаційного дискурсу Ольги Тріщук збагатило соціальнокомунікаційний підхід новою методологією, реалізованою на рівні тактики організації дослідницького процесу, із залученням аналітичних процедур різних наукових галузей та напрямків, але з виразним комунікаційним спрямуванням та встановленням соціальної значимості результатів роботи. Особливо актуальними ці результати постають під час наростання інформаційного потоку, в процесах дублювання інформації, створенні значного масиву текстів в умовах спеціального чи спонтанного нівелювання авторства, як, наприклад, при продукуванні фейкових новин, коли запропонована модель аналізу може показати системну однорідність тиражованих «фейків», тим самим довести спільність та однозначність їх походження.

Продовження дослідницького напряму, започаткованого Ольгою Тріщук, на сьогодні – актуальне завдання не тільки для системи медіа, але й для різних немедійних структур, інтегрованих у процеси накопичення та тиражування знань – від інформаційних структур бібліотек до відповідних підрозділів, що

забезпечують соціалізаційні функції суспільства через діяльність інституцій держави. А загальна тенденція домінування малих форм у сприйманні інформації робить результати цього дослідження корисними й для бізнесових структур за умови того, що їх діяльність безпосередньо спрямована на оперування інформаційними потоками і передбачає залучення різнопланових систем знань (консалтингова та аудиторська інформаційна діяльність).

Дисертація Людмили Григорівни Пономаренко «Морально-етичний дискурс мас-медіа початку XXI ст.» захищена 28 травня 2012 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Робота присвячена осмисленню морально-етичних принципів діяльності журналіста в сучасних умовах, на основі дослідження реакцій фахового середовища та медіатекстів, що цим середовищем продукуються.

З позиції розвитку соціальнокомунікаційного підходу праця цікава, насамперед, широкими соціологічними вимірами та встановленням соціальних наслідків розвитку журналістських моделей осмислення дійсності у фаховій діяльності. Робота включена до блоку дисертацій, спрямованих на оновлення теорії журналістики внаслідок послідовної уваги авторки до актуального розуміння принципів журналістської діяльності як системного чинника оновлення соціальнокомунікаційного дискурсу. Відзначимо, що відлік теоретичного моделювання фахової оцінки принципів журналістики у роботі розпочато від базових досліджень теорії журналістики кінця минулого століття, що й дотепер визначають основні системи принципів журналістської діяльності.

Людмила Пономаренко зосередилася не на ревізії принципів журналістської діяльності з позиції морально-етичного дискурсу, а простежила, як реалізуються ці принципи на початку XXI століття та наскільки вони є визначальними для журналістів-практиків. У дисертації чітко визначена наукова проблема полягає у «з'ясуванні причини значних розбіжностей між морально-етичними питаннями в теорії журналістики та їх застосуванням на практиці, пошуку відповіді на запитання: чому здорова теоретична основа журналістики не є гарантом належного рівня моральності практичної діяльності?» [702, с. 3–4]. Вирішення

цієї проблеми, на думку дослідниці, полягає у виявлені причин «трансформації українського морально-етичного мас-медійного дискурсу в умовах інформаційного глобалізаційного суспільства початку XXI ст. [702, с. 5]. Значні соціальні зміни, якими характеризується соціальний поступ українського суспільства на початку XXI століття, не могли не позначитися на продукованій медіасистемі цінностей і моральних орієнтирів. На час підготовки нашого дослідження ми можемо констатувати стрімке оновлення цінностей, що пов'язано з боротьбою за територіальну цілісність та незалежність України в умовах військової й інформаційної агресії Росії. Водночас методологія, запропонована Л. Пономаренко, залишається актуальною для дослідження зміни морально-етичного комплексу, реалізованого в національних медіа. Отримані нею результати можуть стати точкою відліку для подальших наукових оцінок зміни об'єкта цієї дисертації.

Система методів, запропонована науковцем, передбачає чіткі орієнтири на соціологічні вимірювання журналістського середовища та аналіз породжених ним текстів. У роботі заявлено про використання таких методів: «описового, порівняльно-історичного, типологічного, аналізу, синтезу, методу формалізованого інтерв'ю, контент-аналізу з елементами дискурсивного аналізу, частотного аналізу з елементами кваліативного аналізу змісту повідомлень, когнітивного аналізу етичних концептів з елементами дискурсивного аналізу [702, с. 5–6]. Відзначимо чітку систему методологічного підходу, відповідність обраних методів характеристикам емпіричних даних, послідовність використовуваних дослідницьких практик, що і є виразником системності підходу.

У дисертації практичне значення роботи визначено як потребу і результат оновлення низки теоретичних дисциплін підготовки журналістів. Тим самим, Л. Пономаренко наголошує на необхідності актуалізації морально-етичних концепцій підготовки випускників журналістських інститутів та факультетів. Водночас відзначимо виявлені закономірності соціологічного вивчення фахового середовища: за результатами опитування практиків щодо доцільності використання принципів журналістики у своїй праці, авторка доходить висновку,

що «частині респондентів бракує фахових знань, оскільки їхнє розуміння принципів журналістики обмежується «суто теорією журналістики» [702, с. 18]. Ці твердження говорять про формування у дослідженні висновку про потребу підвищення якості підготовки журналістів, а як наслідок, можемо акцентувати на особливій потребі фахової підготовки журналістів, які не мають фахової освіти, можливо – через систему тренінгових практик, можливо – на основі функціонування системи медіакритики та жорсткої позиції акторів медіасередовища (від НСЖУ до аудиторських громадських організацій і значимих для журналістської спільноти постатей) щодо дотримання морально-етичних принципів як ознаки фаховості.

Послідовність науковця у формуванні результатів дослідження виявляється і на рівні наукової новизни дослідження. Причому, якщо частина категорій результативності стосується внутрішніх параметрів морально-етичного дискурсу, що встановлені в процесі теоретичного осмислення емпірики, то з позиції розвитку соціальнокомунікаційної науки не менш важливими є теорії та концепції, що набули подальшого розвитку: «трансформація принципів правдивості (в окремих новинах та в новинному дискурсі) і гуманізму (за допомогою моральної оцінки в аналітичних матеріалах) як моральних принципів журналістики та методика дослідження моральних характеристик новинних та аналітичних текстів українських мас-медіа за допомогою етичних концептів і їх модифікацій – моральних симулякрів» [702, с. 6]. Якщо концепція принципів правдивості і гуманізму більшою мірою належить поставленій науковцем меті, то оновлення методики дослідження моральних характеристик – може стати набутком інших досліджень, зокрема й орієнтованих на часткові наукові завдання.

Певної ваги у роботі набувають моральні симулякри, які є невід'ємними характеристиками сучасного соціального буття. Дослідниця характеризує це явище як «образ або копію відсутнього морального явища чи поняття, від якого залишилася лише назва» [702, с. 16]. При цьому акцент у дисертації зроблено на концептуалізації правди та обману при формуванні таких явищ у практиці медіадіяльності. Глобальний соціальний контекст при цьому відображає загальну

природу соціального буття, в якій існування таких моральних симулякрів стає правилами, зокрема в роботі розглядаються важливі концептуально поняття «любов», «шлюб» тощо [702, с. 23–24]. До переваг наукової розвідки варто віднести те, що отримані результати аналізу емпіричних даних розглядаються в системі концепцій розвитку суспільства, тобто на глибокому методологічному ґрунті, а саме з урахуванням характеристик постіндустріального суспільства, зокрема тих характеристик, що визначають особливості соціальних комунікацій та умов, які стають детермінантами процесів інформаційного обміну [702, с. 14].

Підсумком дисертації закономірно стають рекомендації щодо оптимізації морально-етичного мас-медійного дискурсу, які містять три основні складники: 1) оновлення моральних принципів журналістики відповідно до суспільних реалій XXI ст. як теоретичної базису для подальшого розвитку системи журналістики; 2) оновлення системи підготовки журналістських кадрів з акцентом на відповідальності за публічне слово й орієнтацію на духовні потреби аудиторії; 3) врахування морально-етичних концептів при творенні журналістських матеріалів [702, с. 29–30]. Цікаво, що на час проведення дослідження найбільш актуальним журналісти вважали принцип правдивості, найменш актуальними принципи патріотизму й гуманізму [702, с. 26]. Наскільки ситуація змінилася сьогодні може відповісти лише окрема наукова студія, яка базуватиметься на методологічній основі, розробленій Людмилою Пономаренко.

Висловлені дослідницею рекомендації щодо включення морально-етичних оцінок явищ дійсності в журналістські матеріали, попри суспільну моду, або ж щодо більш змістовного використання морально-етичних маркерів дійсності, щоб вони не перетворювалися на моральні симулякри, – певно, не втрачають значимості й сьогодні. Для теорії соціальнокомунікаційного підходу важливість роботи Л. Пономаренко визначається, насамперед, тематикою та особливостями використання соціологічних досліджень для вирішення соціальної проблеми. При цьому варто також звернути увагу на філософсько-етичні характеристики соціальної дійсності, системно вибудувані в роботі. Ці особливості спонукають до теоретичного переосмислення позицій етичності чи неетичності в різних

концептуальних координатах, як, наприклад, згадуваний в роботі «громадянський шлюб», який в площині християнської етики набуває зовсім не типових для побутового розуміння характеристик (відображення таких моральних симулякрів – площина етичної відповідальності журналіста, іноді – з урахуванням потреб і очікувань аудиторії, для якої він пише). Концептуалізація морально-етичних принципів на рівні системної характеристики соціального порядку, запропонована у дисертації, має широкі можливості варіювання окремих концептів, що породжуються політичними, культурними, економічними умовами становлення соціуму, а отже, потребують подальшого наукового осмислення в нових суспільних реаліях.

Отже, відзначимо, що теоретичні новації, запропоновані дослідниками, їхні підходи до інтеграції нових теорій та концепцій у структуру традиційних наукових поглядів не тільки оновлюють соціальнокомунікаційну науку, але й демонструють наукові технології такого оновлення.

Дисертація Олександра Вікторовича Чекмишева «Моніторинг ЗМІ в системі соціальних комунікацій: історико-теоретичний та прагматичний аспект» захищена 26 березня 2012 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Робота присвячена всебічному вивченню моніторингу в сучасній науковій парадигмі. Автор визначає специфіку цього явища у контексті зіставлення власне методу моніторингу та технології моніторингу як двох цілком окремих наукових способів пізнання дійсності.

Наукова проблема, що розв'язується в дисертації, виходить із того, що «теорія моніторингових досліджень перебуває у постійній динаміці, однак її розвиток в рамках окремих напрямків наукового пізнання не дає змоги сповна оцінити, як дослідження, що здійснюються в межах однієї науки можуть впливати на інші сфери людського життя, а відтак і на інші науки». При цьому автор наголошує, що «звернення до теорій моніторингових досліджень…, інколи навіть у рамках одних наукових шкіл…, доходять до суперечливих чи протилежних висновків» [878, с. 1]. При цьому вже на рівні характеристики наукової проблеми О. Чекмишев вказує, що результати використання методу та його наукового

осмислення дають підстави вважати моніторинг і методом дослідження, і «технологією впливу на різні соціальні інституції» [878, с. 2]. Вчений виділяє три напрямки вирішення наукової проблеми: виявлення взаємозв'язку між моніторинговими технологіями та технологіями маніпуляції, впорядкування теорії моніторингових досліджень та обґрунтування актуальних соціальнокомунікаційних теорій (Г. Почепцов та В. Різун), згідно з якими моніторинг може одночасно виступати і методом дослідження, і технологією впливу [878, с. 2].

Робіт, орієнтованих на розробку чи наукове обґрунтування соціальнокомунікаційної методології в сучасному науковому дискурсі, – не надто багато, причина цього, на нашу думку, у відсутності широких наукових результатів, які спонукають до оновлення методологічного підходу, різнорідності праць, існуванні різних поглядів науковців на пріоритетні напрямки дослідження в соціальних комунікаціях. Олександр Чекмишев не просто актуалізує моніторингову технологію, він виявляє специфіку використання моніторингових основ дослідження саме в соціальних комунікаціях та вказує на особливості врахування результатів, особливо з огляду на взаємозалежності різних проекцій у трикутнику «дослідник – результати – медіа». Саме тут виникає можливість розкриття різновекторних потенціалів моніторингових технологій, які можуть позначатися на розвитку системи медіа.

Наукова розвідка побудована не тільки на широких теоретичних узагальненнях, але й враховує реальні моніторингові дослідження, проведені автором за час підготовки дисертації, тобто запропоновані О. Чекмишевим тлумачення та узагальнення мають в основі й теоретичне обґрунтування, і чималий (1994–2011 рр.) емпіричний досвід застосування моніторингових технологій до практики медійної діяльності.

Автор сформулював мету в контексті вирішення «науково-методологічної проблеми історії розвитку, теоретико-методологічного становлення й трансформації, а також майбутнього методологічного осмислення та практичного застосування медіамоніторингу в системних соціальнокомунікаційних

дослідженнях» [878, с. 4]. Відзначимо, історія використання моніторингу в соціальнокомунікаційних дослідженнях має не таку тривалу історію, як і сама наука про соціальні комунікації. Водночас спостерігається тяглість наукової традиції використання моніторингу в журналістикознавчих працях.

Крім того, тривале спостереження (з 2008 року) за розвитком соціальнокомунікаційних досліджень в процесі виконання обов'язків вченого секретаря спеціалізованих вчених рад базового навчального закладу МОН України – Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка дає нам підстави говорити про, як мінімум, два чинники, що стимулювали використання технологій моніторингу в соціальних комунікаціях: позиція дирекції Інституту журналістики та позиція керівництва спеціалізованих вчених рад, що функціонували й функціонують при Київському національному університеті у вказаний період.

Перший чинник виявився у спрямуванні тематики та методології досліджень аспірантами та докторантами Інституту журналістики на вивчення реальної емпірики, при цьому моніторингові технології забезпечували можливість об'єктивного відбору та осмислення фактів медійної дійсності. Таке переорієнтування наукових праць почалося одразу після затвердження Постановою Кабінету Міністрів нової галузі наукових знань, про що ми вже говорили вище. Крім того, окреслені в статті проф. Володимира Різуна складники та критерії соціальнокомунікаційного підходу ще більш увиразнили необхідність використання моніторингу в соціальнокомунікаційних дослідженнях.

Другий чинник інтенсифікації моніторингових досліджень у соціальних комунікаціях пов'язаний безпосередньо з діяльністю голови спеціалізованої ради Д 26.001.34 – проф. Валерія Іванова, який зорієнтував діяльність вчених у процесі кваліфікації результатів наукових праць саме в площину аналізу результатів реальних медіа, тому в наукових роботах моніторинг та контент-аналіз стали «популярними» методами. Пізніше, коли після захисту докторської дисертації членом згаданої спецради став Олександр Чекмишев – названа тенденція тільки посилювалася.

Варто наголосити на важливості використання моніторингових технологій, для кандидатських дисертацій, які, маючи реальні зрізи медіадійсності, суттєво підвищували цінність результатів не тільки для навчального процесу, але й для фахового медіасередовища, а самі дослідження набували виразнішої методологічної чіткості.

Широка експериментальна база дисертації – проведення моніторингових досліджень – забезпечила достовірність отриманих результатів та об'єктивувала висновки автора, при цьому варто акцентувати на тому, що ці результати отримали серйозне визнання – Олександр Чекмишев отримав активне впровадження на основі реалізації спільних дослідницьких проектів з ЄС, Радою Європи, Фундацією Українсько-польської співпраці, Українського форуму благодійників, Фундацією «Суспільність» та Асоціацією «Спільний простір». Крім того, у роботі доведено ефективність використання моніторингу одночасно як методології дослідження процесів соціальних комунікацій та технології соціальних комунікації – проведений науковцем експеримент моніторингу українських та міжнародних медіа показав якісні зміни медіаконтенту після оприлюднення матеріалів експерименту [878, с. 19].

Дослідження Олександра Чекмишева, безпосередньо орієнтоване на вирішення важливої наукової проблеми становлення соціальнокомунікаційного підходу, формує не тільки теоретичну модель досліджуваного явища, але й унаслідок експериментальної перевірки гіпотези розкриває широку палітру використання моніторингу (прагматичний аспект у термінології науковця). Поєднуючи теорію, методологію та технологію в площині складної дослідницької процедури моніторингу, дослідник доводить окрему соціальну значимість її саме для соціальнокомунікаційних досліджень. Ще один висновок стосується практики діяльності аудиторських організацій – у роботі це різні громадські утворення та моніторингові центри – як чинника впливу на оновлення контенту, збільшення частки якісних медіаматеріалів, а отже – демонструє соціальні наслідки правильного використання моніторингу в сучасних умовах. Впровадження результатів дослідження показує їх важливість не тільки для наукового

співтовариства, але й для практиків медіадіяльності, для медіакритики та громадських аудиторських організацій, діяльність яких покликана оптимізувати медіаконтент.

Публічність результатів медіамоніторингу, насамперед тих, що становлять основу експериментального дослідження, демонструє методологічну чіткість, технологічність дослідницьких процедур, тим самим, серйозно позначається на формуванні культури наукового пошуку, забезпечення достовірності результатів. Всі ці чинники визначають важливість роботи Олександра Чекмишева для розвитку методології соціальнокомунікаційних досліджень, особливо з огляду на те, що поки в науці про соціальні комунікації не доведено більшої ефективності інших методів збору емпіричних даних при дослідженні соціальних комунікацій, а доведена автором значимість публікації результатів для оновлення медіаконтенту – може стати дієвим інструментом впливу наукового середовища на медіаринок.

Друга тематична група робіт, спрямованих на оновлення теорії – дослідження галузевої журналістики. Розвиток галузевої журналістики завжди був важливим напрямком досліджень у журналістикознавстві, а потім у соціальних комунікаціях. Такі праці, зазвичай, орієнтуються на узагальнення емпіричного досвіду розвитку системи медіа впродовж певного періоду, наукове осмислення інновацій, тенденцій та трендів актуального стану журналістики.

Дисертація Віти Володимирівни Гоян «Телебачення як вид журналістської творчості: візуально-вербальні компоненти екранної комунікації» захищена 23 квітня 2012 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. У роботі системно та повно розглянуто проблеми українського телебачення. Відзначимо, що це одна з небагатьох докторських дисертацій, присвячена цьому виду журналістики.

Наукову проблему в роботі чітко сформульовано. В. Гоян наголошує на необхідності «створення концепції телебачення як виду журналістської творчості, ідеєю якої вважається те, що саме журналістська творчість є визначальною для розвитку функціональної, типологічної та комунікаційної сфер телебачення» [209, с. 4]. Потреба саме такого трактування особливостей висвітлення телевізійної

тематики серед інших галузей журналістської діяльності викликана протиставленням творчості виробництву. Адже підготовка телевізійного матеріалу до ефіру передбачає задіювання не одного співробітника телеканалу, а отже, постає питання – наскільки творчість журналіста є визначальним критерієм високих професійних стандартів [209, с. 2].

Внутрішньоцехові та наукові погляди на ці питання різняться в залежності від наукової школи або ж фахової підготовки телепрацівників. Особливо актуальними такі дискусії стали на етапі стрімкого розвитку телевізійних систем та Інтернет-мереж, коли «чисті» медіавиди почали поступатися популярністю та функціональністю кросмедійним формам презентації соціально значимої інформації, а якість підготовки журналіста як автора і текстового повідомлення, і фотоматеріалів, і аудіо чи відео – стали вимогою сучасних медіа.

На момент підготовки та написання роботи Вітою Гоян, проблема кросмедійної журналістики не була такою актуальною, якою вона є сьогодні. Водночас питання творчих складників у підготовці телевізійника стояли досить гостро. Змістом підготовки випускників вищих навчальних закладів все більшою мірою ставали практичні заняття, моделювання виробничих ситуацій. При цьому створювалися умови, в яких студенти зобов'язані були певний навчальний час попрацювати з камерою та мікрофоном (не залежно від спеціалізації). Особливо серйозно підготовка ведеться на телевізійних та радійних спеціалізаціях. Відтак питання про зміст і форми творчого розвитку випускника, усвідомлення творчих складників професії як основних і визначальних для телебачення – важливий елемент актуальної дискусії, до якої, поряд із науковцями, активно долучаються представники громадських організацій та фахове середовище.

Мета дослідження орієнтована на вирішення наукової проблеми, зокрема двох її складових частин – «інтерпретації журналістики як творчої професійної діяльності» і «ролі та значення тележурналіста як професійного комунікатора» [209, с. 4]. Завдання дослідження спроектовано в площину соціальної виразності передбачуваних результатів. В. Гоян формулює такі аспекти реалізації поставленої мети: виявлення специфіки «функціонування телевізійної (екранної) комунікації в

контексті суспільно-політичних трансформацій», аналіз «екранної специфіки телевізійної мови як складника медіакультури», означення «рис журналістської творчості на телебаченні в контексті професійної організації аудіовізуальної комунікації» [209, с. 5]. Виконання цих завдань показує виразну соціальну спрямованість роботи, засвідчує суспільну актуальність поставлених завдань та наукових результатів дослідження.

Повертаючись до висловленої на початках роботи тези про межу між ремеслом і творчістю, зауважимо, що в дисертації чітко вказано на природу такої творчості, на масовокомунікаційне втілення результатів цієї творчості. А це, безперечно, накладає певні специфічні вимоги до підготовки кадрів, до розуміння професіограми тележурналіста, системи професійних характеристик та моделей їх формування.

Контекст творчості тележурналіста й соціальних наслідків його творчості – як дії екранної комунікації – стали призмою, крізь яку авторка переосмислює комунікаційні потенціали телебачення в умовах сучасної інформаційної індустрії, формує нові контексти реалізації творчих можливостей у межах професії. Методи дослідження у роботі не розшифровуються надто детально, проте чітко відображають специфіку дослідницьких процедур. У дисертації використано методи: «абстрагування, аналіз та синтез, історико-порівняльний, системно-хронологічний, деталізація, гіпотеза та припущення, інтерв'ю» [209, с. 6].

Запропонована методологія свідчить про аналіз як теоретичних, так і емпіричних даних. Тобто виявлені В. Гоян закономірності формуються не тільки на основі наукової дискусії щодо розвитку телебачення, але й враховують досвід роботи телеканалів.

Кілька результатів, що становлять наукову новизну дослідження, вважаємо за необхідне проаналізувати. У роботі вперше «теоретично обґрунтовано класифікаційну модель журналістської творчості в аудіовізуальній комунікації з узагальненням функціональних, видових, структурних, типологічних, жанрових та комунікаційних характеристик сучасного телебачення», – пише Віта Гоян [209, с. 6]. Отже, у дослідженні не просто доведено домінування творчості над

виробництвом у телеіндустрії, а відображено місце цієї творчості в різних площинах функціонування телебачення у контексті його соціальної ролі та з урахуванням особливостей телевізійного виробництва. Така чітка кваліфікація творчої парадигми телевізійного мовлення відкриває можливості ефективної організації виготовлення телевізійного продукту, з одного боку, та підготовки кадрів для такої роботи – з іншого.

Далі викладена вченою теза розкривається у кількох не менш важливих положеннях наукової новизни: «додано, що теорія журналістики мусить бути доповнена тезою про телебачення як особливий вид журналістської творчості» та «піднято проблему екранної творчості журналіста з огляду на типологічний та жанровий спектри телевізійного мовлення, … розглянуто проблему якісного інформування, ефективність взаємодії екранного персонажа та телеглядача в процесі телевізійної (екранної) комунікації» [209, с. 6]. Контексти та застереження, виявлені авторкою, стосуються, насамперед, телебачення. Проте ми повинні розуміти, що сьогодні екранна комунікація переміщується й на інші екрани – мобільних додатків і електронних сторінок. Відтак значимість, змістове та функціональне наповнення поняття «екранна творчість» наповнюються новими контекстами соціальної комунікації, передбаченими в цьому досліджені на рівні взаємодії журналіста та глядача у творчому процесі сучасного телебачення. Характеризуючи практичне значення отриманих результатів, В. Гоян наголошує на необхідності розробки навчального курсу з методології журналістської творчості [209, с. 8].

Дослідниця акцентує, що тележурналіст має особливу соціальну роль як комунікатор, оскільки його діяльність спрямовується не тільки на формування новинного чи просто медійного контенту, але й впливає на творення аудіовізуальної культури, що, в свою чергу, визначається соціально-політичними умовами розвитку суспільства.

У висновках дисертації ще більш поглиблено розглядаються особливості телебачення як складника соціальної комунікації. Та й саме телебачення В. Гоян визначає як «важливий масмедійний сегмент соціальних комунікацій» [209, с. 25],

наголошуючи на тому, що тележурналістика має особливий статус саме в силу природи аудіовізуального контенту та його соціальної функції.

З позиції реалізації соціальнокомунікаційного підходу, маємо відзначити дві особливості праці В. Гоян: по-перше, використання методів аналізу емпіричного матеріалу, зокрема інтерв'ювання, включення внутрішньофахових дискусій у моделювання теоретичної платформи досліджуваного об'єкта; по-друге, неформальний підхід до відображення складної внутрішньої структури об'єкта, вивчення його специфіки з урахуванням не тільки актуального дослідженню часового періоду, але з осмисленням тих тенденцій, що визначають розвиток галузевої журналістики сьогодні й будуть визначати найближчим часом. Особливого значення, з огляду на цей висновок, набуває розуміння тележурналістики саме як творчого процесу, який, на противагу виробництву, потребує спеціальної організації діяльності, спеціальних умов і критеріїв для оцінки її результатів й спеціальних вимог до підготовки телевізійних журналістських кадрів.

Дослідження В. Гоян збагатило соціальнокомунікаційну теорію новим розумінням телебачення як актуальної соціальнокомунікаційної практики, що заснована на особливостях творчого процесу виробництва не тільки інформації (хоча, в першу чергу – інформації), а й контенту загалом. Найновіша історія України показує важливість телевізійного контенту, засвідчує наслідки відсутності національного телебачення в окремих регіонах держави, водночас аналіз російського телебачення, неодноразово здійснений і науковцями, і медіааналітиками, свідчить про надмірне розуміння «творчості» в роботі телеканалів, коли дійсність перетворюється на вигадку, реальність конструюється з образів, що їй не властиві. Результатом цього стає викривлення інформаційного простору, а головне – серйозні розбіжності між уявлюваним і дійсним у свідомості аудиторії. Саме тому творчість у системі аудіовізуального мистецтва потребує серйозного наукового обґрунтування. Стверджуємо це з огляду на надзвичайну соціальну значимість аудіовізуального мистецтва, використання об'єктивних методик оцінки, з урахуванням думки не тільки наукового, але й фахового

середовища, громадських організацій, що здійснюють дослідження медіасфери та медіаекспертів. Отже, у роботі В. Гоян виразно відокремлено творчість як складник процесу відображення дійсності, сформовано низку контекстів реалізації творчого потенціалу журналіста-телевізійника – від жанрово-тематичних вимог до критеріїв продукування візуальної культури соціуму.

Дисертація Інни Леонідівни Пенчук «Телебачення для дітей в Україні: інформаційно-емоційний і змістовно-тематичний потенціал» захищена 31 травня 2012 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики. У соціальнокомунікаційних працях (дисертації на здобуття наукового ступеня доктора наук) телевізійна тематика, крім цієї, аналізується лише в роботі В. Гоян. Така «популярність» окремого виду журналістської діяльності зумовлена, на нашу думку, складністю об'єкта дослідження, який характеризується низкою особливостей виробничого характеру, де, крім власне творчих закономірностей, не менш важливі технологічні. Отже, об'єктивний аналіз телебачення у науковому дискурсі передбачає глибоке володіння дослідником не тільки специфічною науковою методологією, але й знаннями про особливість виготовлення, презентації та ефективності телевізійного продукту.

Увага до теми дитячого телебачення в контексті соціальнокомунікаційного підходу – ще більш складна тематика, адже потребує додаткових педагогічних та психологічних знань про особливості становлення особистості, форми засвоєння знань, особливості соціалізаційних процесів та їх врахування при формуванні телевізійного контенту. На час підготовки цієї праці на теми функціонування дитячого телебачення було захищено лише кандидатську дисертацію Владиславою Загороднюк, причому там дитячі телепрограми виступають середовищем втілення технологій ед'ютейнменту [327].

Тематика дослідження Інни Пенчук цікава для нас ще й інтеграцією психологічних та педагогічних технологій дослідження соціалізаційного розвитку особистості на основі соціальнокомунікаційного підходу, оскільки ці галузі наукового знання нечасто залучаються до інструментарію вчених. Наукова проблема у роботі дається описово. Причому відзначимо, що саме в цій дисертації

необхідність дослідження обґрунтовується відсутністю знань про дитяче телебачення та його особливості: авторка наголошує на тому, що із розвитком телебачення змінюється його змістове та інформаційно-емоційне наповнення, структура, які, у свою чергу, зумовлюють «необхідність аналізу принципів функціонування системи телебачення для дітей, наукового осмислення здобутків минулих часів, теоретичного узагальнення позитивного досвіду використання екранних медіа в процесі формування особистості, визначення помилок, недоліків телепрограм, удосконалення методики підготовки дитячих телевізійних передач, адже досі ця проблема в такому аспекті не була об'єктом уваги науковців» [681, с. 1]. Відзначимо, така постановка проблеми вказує на її галузевий характер, класичне розуміння відсутності знань як чинник обмеження розвитку медіа, детермінант формування певних змістово-смислових концепцій світобачення в аудиторії цих медіа. І. Пенчук справедливо вказує на важливість дослідження саме дитячого телебачення, акцентуючи на його ролі в соціалізаційних процесах, особливо важливою є увага до вікової специфіки сприймання телевізійного продукту.

Однак вивчення телебачення саме по собі не приводить до якісних змін у програмі телевізійного мовлення, не визначає безпосередньо пріоритети для телевізійного менеджменту. В ситуації вирішення фахової проблеми як наукової, поза увагою медійного середовища можуть залишитися і результати роботи, і рекомендації автора, і ті перспективні напрямки оновлення галузі, які науковець позиціонує як обов'язкові. Крім того, розв'язання таких проблем може не позначитися на науковому поступі, адже змістово-смислові та інформаційно-емоційні особливості окремої галузі медіадіяльності ніяким чином не визначають напрямки наукового розвитку, вони більшою мірою є джерелом, емпіричною базою для наукових студій.

Кваліфікація фахової проблеми як наукової – це свідчення готовності автора змінювати ситуацію у професійному середовищі, маючи для цього серйозні, вивірені наукові аргументи. Що ж до роботи Інни Пенчук, то тут суто фахова проблема отримала важливий науковий контекст: вирішення цієї проблеми

передбачало проведення систематичного емпіричного спостереження, експерименту і, як наслідок, розробку науково обґрунтованої системи рекомендацій, реалізованих на практиці регіонального телебачення із засвідченим ефектом, причому моніторинг ефективності був здійснений не авторкою, а третьою організацією, яка дала позитивний висновок [681, с. 7–8].

У роботі продемонстровано високий рівень інтеграції наукових результатів різних галузей наукового знання, насамперед – психолого-педагогічного. Відповідь на питання «Як змінити медіадискурс?», реалізувати наукові результати, в цій роботі знайдено: через апробацію встановлених закономірностей у діяльності інститутів, що визначають такий медіадискурс.

Ця спрямованість продемонстрована і в науковій новизні дисертації, де поряд із розвитком концепцій діяльності дитячого телебачення, зокрема удосконаленням «концептуальних аспектів редакційної політики дитячого телеканалу», «формуванням програмної сітки мовлення», розвитком «усталених традицій та нових тенденцій дитячого мовлення», «перспектив пошуків «сучасних форм художньої виразності на телеекрані», – визначено підходи до створення «умов ефективної соціальної адаптації підлітків з використанням можливостей дитячого телевізійного об’єднання» [681, с. 6]. При цьому до інструментарію методів соціальнокомунікаційного підходу включено нові стратегії дослідження фахового середовища, які передбачають оцінку ефективності на основі експериментальних даних та їх аудиторської перевірки третіми організаціями.

Методологічна основа дисертації включає теоретичні, теоретико-емпіричні та емпіричні методи, зокрема: історико-теоретичний, системний аналіз теоретико-методичної літератури, археографічний, ієрархічний, метод класифікації, метод типології, теоретичний метод, метод дослідницьких прогнозів; метод фактологічного аналізу, метод когнітивного аналізу дитячих телепрограм, метод індукції; теоретичне узагальнення педагогічного досвіду; стандартизоване спостереження, метод експерименту, метод включеного польового систематичного спостереження, метод наукового спостереження [681, с. 5]. Крім того, варто відзначити, що Інна Пенчук проводила лангітюдні дослідження аудиторії дитячого

телебачення впродовж 2007–2011 років [681, с. 15], – це перше свідчення використання методу в науці про соціальні комунікації. Системність лангітюдних досліджень передбачає високу об'єктивну цінність отриманих результатів та розкриває широкі можливості для визначення динаміки досліджуваного об'єкта, а також перспектив його розвитку, що, власне, і продемонстровано в роботі.

У дисертації зроблено важливий висновок про залежність «умов ефективної соціальної адаптації підлітків» [681, с. 30] від діяльності дитячих творчих телевізійних об'єднань, експериментально доведено вищу соціалізаційну цінність програм, створених разом із дітьми, чи учасниками яких є діти. Водночас варто відзначити не заявлену авторкою цінність дослідження для соціальнокомунікаційного підходу – системність у вивченні аудиторії з використанням різнопланової методології та передбаченням стратифікації аудиторії відповідно до об'єкта дослідження (самі діти, батьки, представники загальноосвітніх закладів – все це різні за функцією учасники процесу засвоєння телевізійних продуктів чи регулятори цих процесів), широку практику впровадження результатів з акцентами на різних складниках системи дитячого телевізійного мовлення, врахування соціалізаційних змістів дитячого телебачення на основі вікових характеристик аудиторії, інтеграцію психолого-педагогічних дослідницьких технологій у методологію соціальнокомунікаційного підходу.

Увага до соціалізації дітей, особливо з урахуванням прагнення цієї аудиторії до використання нових технологій, нових комунікаційних практик із використанням сучасних технічних засобів, – закономірна для будь-якого соціуму, тому шлях реальних змін медіапрактики, продемонстрований у дисертації, є важливим прикладом взаємодії наукового та фахового середовища у процесі формування якісного медіапродукту. Сьогодні тематичне наповнення дитячого телебачення змінилося, змінилися й канали поширення інформації, значну частку уваги дитини забирають інтернет та соціальні мережі й сервіси, процеси соціалізації стають менш керованими з боку регуляторів – батьків, загальноосвітніх закладів, держави. Якість інформаційних продуктів стає слабо регульованою, насамперед тих, що поширюються у глобальній мережі, внаслідок

чого зростає роль регульованого сегменту інформаційного ринку в роботі над створення національних інформаційно-розважальних програм для дітей, які повинні нести базові концепти соціалізаційного плану. Методологія, запропонована Інною Пенчук, може використовуватися для оцінки інших каналів масової комунікації, орієнтованих на дітей, при цьому результати таких експертних оцінок завжди важливі для практиків медійної діяльності.

Дисертація Іллі Андрійовича Хоменка «Художнє радіомовлення в системі соціальних комунікацій» захищена 29 травня 2013 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій.

Наукову проблему роботи можна визначити аналітичним шляхом, оскільки у дослідженні текстово проблема не формулюються: виходячи з того, що мета роботи розкриває особливості вирішення наукової проблеми, яку відчув, помітив, зафіксував, сформулював чи довів вчений, – можемо описати наукову проблему цієї роботи як об'єктивне позиціонування художнього радіомовлення в системі соціальних комунікацій. Зрозуміло, що авторське бачення тут було б більш доречним, однак наукова проблема в роботі не сформульована. Водночас мета дослідження визначена таким чином: «Мета роботи полягає в теоретичному і емпіричному обґрунтуванні оптимальних продуктивних можливостей художнього радіомовлення як елемента системи соціальних комунікацій, медійна специфіка якого пов'язана з мистецьким аудіальним контентом [860, с. 1].

Відзначимо, що І. Хоменко проектує результати дослідження у соціальнокомунікаційній площині, зокрема це виразно проявляється у завданнях дисертації, у яких, до речі, частково кваліфікована наукова проблематика дослідження. Дисертація передбачає вивчення особливостей розвитку художнього радіомовлення як елемента соціальнокомунікаційного процесу, дослідник чітко розмежовує мистецьку природу явища та його мас-медійне втілення через канал комунікації. Таким чином, і методологія оцінки явища, і результати автора лежать у сфері впливу художнього радіомовлення на соціальні процеси, позиціонують цей вид мистецтва в контексті масовокомунікаційної діяльності з усіма властивими їй особливостями та моделями соціального впливу.

Вчений, відповідно до послідовності дослідницьких процедур, у роботі виділяє три групи методів: пошуку і збирання інформації, аналізу та наукової інтерпретації фактів, методи перевірки «придатності результатів до впровадження в практику» [860, с. 3–4]. До останньої групи методів включено і натурний експеримент, за допомогою якого було перевірено окремі теоретичні гіпотези дослідника в умовах радіоефіру.

У дисертації виконується чимало часткових завдань. До переваг дослідження варто віднести те, що автор чітко проектує шлях розвитку художнього радіомовлення в контекст розвитку системи аудіовізуальних каналів передачі інформації, зокрема й художніх жанрів на масову аудиторію. Результатом такого підходу та глибокого проникнення І. Хоменка в природу специфічних жанрових та видових особливостей художнього радіомовлення стали нові форми і формати, запропоновані й апробовані дослідником. Це є свідченням прикладного впровадження результатів дисертації у практику медіадіяльності, формування цілком відчутних критеріїв наукової та фахової ефективності.

Перевага дослідження – у синтезі класичних традицій радіомовлення та сучасних досліджень стратегій масовокомунікаційної діяльності [860, с. 21–22], що є основним підґрунтям для проектування нових форм та жанрів медійного контенту. З позиції прояву соціальнокомунікаційного підходу можемо констатувати цікаву схему, запропоновану дослідником – проникнення в історичну сутність явища, вивчення його внутрішніх взаємозв’язків, переосмислення цього явища в контексті розвитку сучасної системи соціальної комунікації, формування нових моделей і форм комунікації, які, з одного боку, відповідають сучасним соціальнокомунікаційним трендам, з іншого ж – відображають найбільш ефективні та функціональні моделі медіадіяльності, що виникали впродовж усього розвитку галузі. Найбільш важливим є практичне підтвердження гіпотез у вигляді натурного експерименту, що став не просто мірилом ефективності теорій автора, але й переконливим маркером ефективності методологічного підходу дослідника.

У роботі зазначено: «Поєднання методів системно-структурного аналізу і фізичного моделювання комунікаційного явища … дозволило здобувачеві

сформулювати науково-обґрунтовані концептуальні засади створення літературно-драматичної радіопрограми гібридного напряму, яка поєднувала б суспільно корисну спрямованість, потужність впливу, притаманну псевдоевристичним репортажам минулого і цілковиту безпечність для аудиторії» [860, с. 30]. Прагнення повернути найбільш дієві форми радіовиробництва у практику сучасного радіомовлення – ключова теза дослідження, яка реалізується на кожному його етапі. У підсумку автор говорить про те, що використання такого підходу може мати наслідком «створення української науково-практичної школи неокласичного радіомистецтва» [860, с. 31], тобто оновленого позиціонування радіомовлення в системі координат соціальної комунікації із залученням системно осмисленої традиції в нових комунікаційних умовах.

Соціальна значимість отриманих результатів не викликає сумніву, особливо з урахуванням розвитку технічних можливостей поширення радіомовлення через систему інтернет-комунікацій та тенденції розвитку технічних систем цього напрямку. Актуальність малих жанрів, поєднання фактологічної змістовності і художності, чіткість форматів для інформаційного і розважального контенту – це ті критерії, що можуть стати виразниками завтрашньої системи радіомовлення. Глибоке розуміння соціальної значимості художнього радіомовлення, системна популяризація цього виду мистецтва і в науковому дискурсі, й у практиці реальної медіадіяльності, які здійснює Ілля Хоменко, є виразною характеристикою ефективності галузевих наукових практик Київської школи журналістикознавства.

Дисертація Вікторії Едуардівни Шевченко «Концепція візуалізації журнального контенту в системі наукових поглядів у галузі соціальних комунікацій» була захищена 23 квітня 2014 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Цю роботу ми розглядаємо в площині галузевої журналістики з огляду на об’єкт дослідження – журнальний контент. Відзначимо, що такі теми виявляються досить складними для рівня докторської дисертації, оскільки складно знайти наукову проблему, яка б потребувала вирішення, і могла бути продовжена в подальших дослідженнях як самого автора, так і його учнів.

Однак праця Вікторії Шевченко виступає унікальним прикладом успішного розв'язання такої проблеми.

Як справедливо відзначає дослідниця, українській журналістикознавчій науці та науці про соціальні комунікації «властива відсутність цілісного уявлення про форми подання контенту, а протилежні позиції вчених, що базуються на застарілому уявленні про журналістський контент як суто словесний, призводять до таких практичних рекомендацій, які не сприяють якості вітчизняних журналів» [899, с. 2]. Різнорідність підходів до тлумачення контенту, а головне – визначення його цінності в процесах сприймання і розуміння журналістського матеріалу, і спричинили виникнення проблеми побіжного врахування значимості візуалізації в теоретичному та практичному осягненні медійної дійсності. Дослідження Вікторії Шевченко стало своєчасним теоретичним узагальненням ще й тому, що кліповість та асоціативність як способи сприймання журналістського матеріалу, про які тільки починали говорити в першому десятиріччі XXI сторіччя, у другому десятиріччі стали визначати особливості подачі матеріалів та зумовлювали виникнення нових журналістських форм на межі жанрів. Відтак роль візуального коду виявилася більш вагомою і значимою для сприймача, а теоретичне осмислення візуалізації контенту стало необхідністю і для прикладної сфери медіадіяльності, і для навчально-методологічної основи підготовки журналістських кадрів. І якщо практика могла орієнтуватися на окремі зразки та тренди, запозиченні ззовні, то теорія підготовки фахівців передбачала утвердження системного погляду на особливості візуалізації контенту. Відзначимо, вирішення цієї проблеми на теоретико-методологічному рівні спричинило формування низки теоретичних завдань, які сьогодні становлять важливий напрямок теоретичної роботи окремої кафедри Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Вікторія Шевченко номінувала наукову проблему досить специфічно: «Формування системного уявлення про контент журнального видання, обґрунтування концепції візуалізованого контенту» [899, с. 2]. Особливістю формулювання наукової проблеми є умова залежності візуального контенту від

системного уявлення про журнальний контент. Іншими словами, результативність дослідження Вікторії Шевченко проявляється тільки в тому випадку, коли ми стоїмо на позиції системного уявлення про журнальний контент, яку обстоює вчена, якщо наше системне уявлення про журнальний контент різниться від запропонованого автором, то і висновки та результати, що їх отримала дослідниця, не вкладуться в систему нашого розуміння медій.

Мета дисертації сформульована класично – вирішення наукової проблеми, що говорить про методологічну чіткість автора: «створення й обґрунтування концепції візуалізації журнального контенту як принципово нової форми інформаційного повідомлення на підставі виявлення закономірностей формування структуризації та функціонування наочного складника журналів» [899, с. 2]. Відзначимо, що робота більшою мірою орієнтована на прикладний результат – концепцію, щоправда, формування цілком нової концепції можливе тільки на основі визначення і узагальнення основних теоретичних платформ, в яких відбито історично попередні результати дослідження візуалізації у структурі масової комунікації, а згодом – і соціальних комунікацій.

Ця теза підтверджується основними завданнями роботи, в яких поряд із теоретичними узагальненнями формулюються завдання визначення концептуально нових складників теоретичного осмислення візуалізації в системі пресової журналістики, зокрема журнального контенту. Так, дослідниця акцентує на створенні «авторської дефініції візуального контенту», на виявленні переходу від «зображальної журналістики до журналістики даних», визначенні «місця та функції знакових систем у формуванні інформаційної культури суспільства», розробці «теоретико-методологічного інструментарію вивчення візуалізованого контенту», експериментального визначення «ролі унаочнення в комунікаційному процесі в цілому, а також для відображення соціальних, економічних, культурних і політичних проблем суспільства», створенні «типології сучасних журналів на підставі критеріїв ступенів візуалізації читацького призначення та змісту», виявленні «тенденцій інтерпретації журнального контенту згідно із вимогами сучасності» [899, с. 3–4]. Поставлені у роботі завдання ілюструють окремі

показники соціальнокомунікаційного підходу в дослідженні з погляду систематизації теоретичного та емпіричного складників. Авторка формує концепцію не на основі формалізації соціальних наслідків розвитку нової візуальної культури, об'єктом її уваги стає процес сприймання.

Ще одним цікавим припущенням є розуміння образно-символічного підходу як прояву соціальнокомунікаційного. У цьому випадку мав би використовуватися цілий комплекс прийомів, які б реалізували таку залежність, однак у роботі, за словами В. Шевченко, використовувалися традиційні для соціальнокомунікаційного підходу методи синтезу, контент-аналізу, семіотичного аналізу типологічного аналізу [899, с. 4]. На нашу думку, зіставлення двох підходів у дослідженні як мінімум передбачає широку методологічну основу, а з названих дослідницею шляхів освоєння емпіричного матеріалу, образно-символічний підхід міг би частково реалізуватися через семіотичний метод.

Узагальнення наукової праці Вікторії Шевченко дає підстави говорити про трансформацію соціальнокомунікаційного підходу в площину залучення нової методології, яку диктують об'єкт та предмет дослідження. Вивчення візуальної культури як результату тенденцій візуалізації контенту в журнальних виданнях створює прецедент розмивання меж традиційного для соціальних комунікацій підходу, результатом чого стає адаптація дослідницької тактики при вивченні обраного предмету дослідження. Варто наголосити, що такі особливості є продуктивним способом отримання нових наукових результатів, практичним втіленням прагнення до пошуку наукових відкриттів на стику наук. Важливим застереженням при цьому має бути увага до соціальної значимості виявлених закономірностей, до того, як ці закономірності впливають на соціальні процеси та явища у сприйманні інформації та реагуванні на неї. З огляду на традиційні для соціуму процеси інформаційної діяльності – обробку, тиражування, зберігання інформації у площині соціального інформаційного обміну та в системі функціонування соціальних інститутів – виникають цілком нові стратегії інформаційної взаємодії у суспільстві, у цьому ж ряду стають нові технології опрацювання та зберігання інформації, її осмислення для соціалізаційних

контекстів, що може впливати не тільки на гуманітарні, але й, насамперед, технічні складники названих процесів.

Важливий висновок із аналізу дисертації Вікторії Шевченко: отримані результати можуть бути досить легко спроектовані на процеси оптимізації візуального контенту окремого видання, але при цьому говорити про спрямоване формування візуальної культури – неможливо. Спонтанність виникнення тенденцій візуальної культури визначається багатьма чинниками, насамперед – технологічними та соціальними, формується унаслідок ситуацій інформаційного вибуху, коли цінність набуває вже не інформація сама по собі, а інформація в контексті витрат часу та уваги. Отже, візуальний контент видання є лиш складником проблеми, важливим, але не завжди основним, а соціальнокомунікаційна характеристика цих процесів повинна передбачати тенденції розвитку системи медіа, адже навіть ідеальна візуальна модель журналу конкуруватиме з інтерактивними сервісами та соціальними мережами, телебаченням тощо. Тому важливі і цікаві результати роботи мають перспективу контекстуально ширшого осмислення в розрізі тенденцій розвитку соціальної комунікації, а вирішена дослідницею проблема веде до формування комплексу нових наукових завдань, передусім – у плані виявлення соціальних умов та перспектив візуалізації наповнення, наприклад, у площині презентації сучасними засобами масової інформації соціуму нових форм подання контенту з урахуванням виявлених закономірностей розвитку візуальної культури. Крім того, варто зважати на те, що технологічний розвиток сьогодні має надзвичайно високий темп, а технологічність візуалізованих форм подачі інформації є важливою умовою їх поширення, а отже, і оновлення теоретичних концепцій візуалізації контенту буде затребуваним науковим знанням.

Третя тематична група робіт представляє наукове осмислення зв’язків із громадськістю, як особливого складника соціальнокомунікаційної діяльності. Ця група робіт включає всього 2 дослідження – Віти Березенко та Наталії Мантуло. При цьому можемо говорити про чимало кандидатських дисертацій, навчальної літератури, посібників прикладного характеру та тренінгових методик, що

знайшли, зокрема, й текстове втілення. Така ситуація пояснюється двома чинниками. По-перше, в парадигму філологічного підходу дослідження цього напрямку не вкладалися в силу особливостей самого підходу, а від часу появи соціальних комунікацій пройшло не так багато часу для створення фундаментальної основи подібних праць.

Ще одним чинником такої «популярності» досліджень із public relations є усвідомлення науковцями значного теоретичного відставання від практики медіадіяльності. Адже навіть тренінгове поле PR надзвичайно широке. У великих компаніях існують свої технології підготовки кадрів, стандарти діяльності, формати ефективності фахівців, тому теоретичні розробки мають, з одного боку, стосуватися актуальних проблем, з іншого ж, повинні інституціалізувати накопичений емпіричний досвід. Часто ці завдання знаходяться по різні боки інтенцій науковців. Формування соціальнокомунікаційних досліджень зв'язків із громадськістю в таких умовах більшою мірою виявляється у вирішенні прикладних наукових завдань, так само як і в рекламі, про що вже говорилося в окремих публікаціях [392; 401; 928]/

Водночас різноманітність та багатовекторність у розумінні соціальної ролі й функцій public relations, чинників ефективної діяльності, методів і форм організації такої діяльності зумовлюють необхідність фундаментальних досліджень фаху. Адже навіть в країнах близького зарубіжжя зв'язки з громадськістю як науковий напрям існують в межах різних наук – від філологічних до правових. Таким чином створюються різні контексти для розуміння по суті однакових технологічно явищ, а це, в свою чергу, може становити наукову проблему.

Дисертація Наталії Борисівни Мантуло «PR-текст у сучасному соціально-комунікаційному просторі» захищена 1 червня 2013 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Позиціонування системи зв'язків із громадськістю в сучасному соціальнокомунікаційному просторі передбачає спеціальну увагу до іманентних характеристик цього виду комунікаційної діяльності, оскільки жанрова палітра, функціональна спрямованість матеріалів та

характер вираження суб'єктності в матеріалах набувають нового осмислення з розвитком інформаційно-технологічних складників комунікаційного процесу.

Наукову проблему дослідження у роботі кваліфіковано як потребу визначення «характеру співвідношення тексту й контексту в PR-комунікаціях у зв'язку зі зміною гносеологічних та праксеологічних установок зв'язків із громадськістю в транзитивному, перехідному від модерну до постмодерну суспільстві, а також у виявленні механізмів оптимізації текстових форм PR-комунікації» [512, с. 2]. Таке визначення наукової проблеми більшою мірою зорієнтоване на сферу практики діяльності зі зв'язків із громадськістю. Наукові складники у формуванні проблеми носять характер філософського осмислення соціальної парадигми в умовах трансформації суспільства та вироблення, на основі цього, актуальної стратегії для PR як окремого сегмента соціальних комунікацій. Не відкидаючи важливості поставлених дослідницею завдань, все ж наголосимо на необхідності теоретичного обґрунтування проблеми, оскільки говорити про звуження наукових підходів чи, навпаки, формування широких суперечливих контекстів розвитку соціальнокомунікаційної науки без виконання заявленої у дисертації проблеми – було б невиправдано.

У роботі послідовно й системно розглядається значимість семіотичного підходу, концептуалізується знакова природа тексту, формуються аспекти врахування символьних значень тексту при оцінці комунікаційних властивостей його. Відтак методологія дослідження включає широкий спектр методів: загальнотеоретичні (описовий, аналізу і синтезу, систематизації й узагальнення), порівняльно-історичний, структурно-функціональний, моделювання, порівняльний, семіотичний, метод контент-аналізу [512, с. 5]. Запропонована методологія корелює з поставленими завданнями. Окремо відзначимо методи аналізу емпіричного матеріалу, спрямовані на виявлення функціональних та смислових характеристик досліджуваного текстового масиву. При цьому контекстуальні розуміння культурологічного та філософського вимірів соціальних процесів у дисертації «беруться на віру». Іншими словами, актуальні філософські та соціальні погляди на природу соціального розвитку в добу трансформації

постмодерністської естетики та символьності – враховуються як такі, що справедливі апріорі та не перевіряються на рівці пропонованих тенденцій і закономірностей.

Аксіоматичність теоретичної основи соціальних змін загалом характерна для соціальнокомунікаційних досліджень, фактично, можемо говорити про традиційну модель наукової роботи, коли реалії інформаційної та комунікаційної діяльності виявляються в межах більш чи менш популярної теорії, що може бути справді науковим підходом до оцінки інформаційної дійсності. З іншого боку, якщо теоретичні концепції суспільства та комунікаційних процесів у ньому беруться тільки частково, в частині, яка цікавить вченого, або ж використовується статична, «застигла» модель теорії, що не передбачає контекстуальної зміни умов та форм розвитку суспільства – такі теорії унеможливлюють актуальну об'єктивність результату.

Розвиток теорій та концепцій соціальнокомунікаційних процесів, як і в роботі Віти Березенко, натомість приводить до об'єктивізації результату, формує нові тенденції та перспективи досліджень, передбачає оновлення теоретичних концепцій та інституціалізацію нових інформаційних реалій. Ще одним важливим спостереженням є при цьому характер кваліфікації об'єкта.

Проведене нами дослідження дисертацій докторів наук за увесь період розвитку наукової галузі – від початку її виникнення до 2015 року, доводить – чим вужчий предмет дослідження обрано вченим, тим ширша предметна сфера отриманих результатів, тим більше перспектив та напрямків відкриває така робота. Натомість, якщо об'єкт дослідження визначається широко, спостерігається звуження предметного поля отриманих результатів, концептуалізуются основні, визначальні характеристики та закономірності. Узагальнена модель таких підходів може бути описана таким чином: широкий об'єкт передбачає звуження результатів і контекстів та, як правило, підсумовує наукові контексти досліджуваного; вузький об'єкт, що стосується предметних одиниць аналізу, виявляє результати у широкому теоретичному баченні,

демонструє широкі зовнішні зв'язки досліджуваного, розкриває перспективи вивчення PR-тексту та кваліфікує наступні наукові проблеми.

Врахування концепцій та теорій соціального розвитку у дисертації Наталії Мантуло простежуємо у акцентах дослідниці на визначенні двоєдиності та амбівалентності піар-тексту, розумінні сучасного етапу розвитку PR-комунікації як етапу транзитивного, на якому проходить зіткнення чи, можливо, інтеграція модерністських і постмодерних культурологічних концепцій [512, с. 5]. Соціальні контексти, в яких функціонує PR-текст, визначають особливість комунікації цього сегменту інформаційного простору. Так дослідниця доводить циклічність функціонування PR-тексту, що накладає певні особливості сприймання такого тексту, визначає його функціональні характеристики на різних етапах існування в дискурсі.

Прикметно, серед наукових результатів, які визначають новизну дослідження, особливе місце займає розуміння PR-тексту в модерністському та постмодерністському трактуванні. Науковець говорить про удосконалення та розвиток в роботі «ідентифікаційних параметрів PR у системі соціальних комунікацій», «критеріїв класифікації PR-текстів», «концепції PR-тексту як полізнакової (полікодової) системи», «концепції жанрової валентності» як здатності PR-жанрів до медіатизації, інакше – «адаптивності до характеристик ЗМІ» [512, с. 4–5]. Ці результати дисертації абсолютизують PR-текст у соціальних комунікаціях, до речі, один із висновків науковця говорить про унікальність PR, що «залишається одним із основних способів трансформації соціальної реальності, на відміну від реклами й журналістики, які окреслюють її параметри й характеристики» [512, с. 4].

Це, на перший погляд, суперечливе твердження має сенс з позиції розуміння того, що і реклама, і журналістика відображають дійсність, яку конструюють зовсім інші предметні сфери. Водночас говорити про те, що журналістика не може трансформувати реальність – також передчасно, адже в інформаційну добу контекстуально важливішим є все виявлене в медіапросторі, особливо помітно це в ситуаціях медіаоцінки та формування соціального ставлення до процесів і явищ.

Крім цього, варто пам’ятати: PR-текст є своєрідним комунікаційним відображенням, формалізацією предметної реальності, а отже, може відмежовуватися від суб’єкта як елемент інструментального порядку для змін дійсності, який має певну функціональність, але так само і певне значення поряд з іншими інструментами соціальних трансформацій.

Логічний аналіз концепції оновлення інституціональних вимірів зв’язків із громадськістю, здійснений у дисертації, приводить до розуміння того, що PR функціонально наближається до ідеології, яка також визначає смисли і контексти соціального розвитку, однак поліваріантність і соціальна детермінованість тут спостерігаються тільки у справді демократичних суспільствах.

Важливим висновком роботи також стало розуміння співвідношення PR та засобів масової інформації: дослідниця наголошує на значному адаптативному потенціалі жанрів PR, визначає їх високу перлокутивність [512, с. 33]. Цей висновок позиціонує комунікаційну діяльність в системі зв’язків із громадськістю як самостійне і цілком самодостатнє явище, а отже, формує нові підстави для переосмислення стратегій і тактик діяльності в цій сфері, адже, погодьмося, формувати стратегію комунікаційної ефективності на основі media relations, передбачаючи реакцію журналістів, виражену у певних матеріалах тієї чи тієї жанрової природи – і формувати цілком окремі жанрово своєрідні тексти для виконання тих самих функцій позиціонування PR-об’єкта – це виміри різних стратегій як комунікаційного, так і організаційного характеру.

З позиції розвитку соціальнокомунікаційного підходу дослідження Н. Мантуло цікаве передусім виявленням взаємозалежності між розумінням соціальної стратифікації суспільства та інструментарієм інформаційно-комунікаційних дій, що орієнтуються на такий соціум. І хоча певні висновки, запропоновані дослідницею, можуть стати предметом фахових дискусій, зокрема в площині інституціалізаційних вимірів PR, концепція дисертації має перспективу практичної реалізації, запропоновані інструментальні підходи до піару – не втрачають актуальності, а дискусійні положення можуть стати відправною точкою для вирішення нових наукових проблем.

Дисертація Віти Віталіївни Березенко «Наукове осмислення феномену PR як соціальнокомунікаційної діяльності в Україні» захищена 27 березня 2014 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій.

Наукова проблема, яка вирішується у роботі, кваліфікована дослідницею у площині актуальності та структурно окреслена на рівні трьох складників: ролі зв'язків із громадськістю в соціальному розвитку суспільства; потреби всебічного наукового осмислення ролі піару як соціальнокомунікаційного феномену; розуміння піару як прикладної дисципліни, що спрямована на продукування моделей управління інформацією, технологій PR-комунікації, методів досягнення ефективності PR-кампаній [66, с. 1–2]. Далі авторка, на основі поєднання цих чинників, вказує на особливості наукової проблеми, яка на рівні текстової кваліфікації розуміється дослідницею як «окреслення сфери наукової діяльності зі зв'язків із громадськістю, що стосується визначення предметної площини цієї нової наукової галузі, специфіки пізнавальних та методологічно-операціональних функцій» [66, с. 2]. Окремо варто відзначити акцент Віти Березенко на розумінні «соціальнокомунікаційного методу», який формується у межах науки про соціальні комунікації та може використовуватися «для теоретичної інтерпретації практично всіх PR-явищ і процесів, починаючи зі складної системи суспільних відносин і закінчуючи формами індивідуальної участі в громадських зв'язках» [66, с. 2].

Таке широке розуміння наукової проблеми закономірно передбачає широке коло шляхів її вирішення. Однак вже в меті та завданнях дисертації науковець зосереджується на «теоретико-методологічних засадах формування науки про зв'язки з громадськістю», об'єктом дослідження обрано «науково-теоретичні розробки представників української наукової школи PR», а предметом стали «теоретичні й методологічні положення, наукові концепції, конструкції й моделі» [66, с.4]. Осмислення поставленої авторкою наукової проблеми з огляду на мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, дає підстави для сприймання цієї роботи як однієї з базових та визначальних для соціальнокомунікаційної науки на етапі становлення й інституціалізації опорних знаннєвих моделей.

У дисертації В. Березенко закладено визначальні контексти й розуміння, що характеризують українську науку про соціальні комунікації на етапі її сучасного розвитку. Таким чином, вчена сформувала теоретичний базис, на основі якого мають будуватися подальші дослідження, причому основа цих наукових знань однаково валідна і навчальному процесові, й сфері предметного public relations. Адже поряд із теоретичними напрацюваннями українських вчених, у роботі сформульовано та кваліфіковано ширші наукові контексти, залучено закордонні праці, чітко встановлено паралелі між українською й зарубіжною наукою, виявлено особливості розвитку наукових теорій, концепцій, гіпотез.

Концептуально важливим дослідження Віти Березенко є саме на етапі розвитку науки про соціальні комунікації, оскільки тут закладаються моделі інтеграції наукового знання, зокрема й світового наукового досвіду, в українську науку. З огляду на те, що PR оперує соціально-культурними характеристиками середовища, в якому функціонує об’єкт піар-діяльності, – методологічно важливим для науки про піар стають форми залучення знань із суміжних дисциплін – від психології до комунікативістики. Дослідження В. Березенко, шляхом актуалізації тенденцій розвитку наукових теорій та розкриття особливостей їх реалізації й у підготовці кадрів, і в практичній діяльності в системі PR, формує інтеграційну основу для поєднання таких знань, тим самим у перспективі закладає розвиток теорії зв’язків із громадськістю на основі осмислення національного середовища, його суб’єктивних характеристик та особливостей.

Методологія вченої виражена через систему підходів. Окреме місце в цій методології посідає соціальнокомунікаційний підхід. Найбільш важливими для дослідження авторка називає феноменологічний підхід – «для збереження цілісності досліджуваного явища», дисциплінарний – «для орієнтації на визначення форми організації наукового знання», інституціональний – «дав можливість виявити особливості формування та самовизначення соціального інституту PR, системний – для структурування «теоретико-методологічного простору наукової дисципліни та визначенні її місця в загальному комплексі

знання про соціальні комунікації», хронологічний – «для виділення важливих етапів і напрямків розвитку наукового знання про PR в Україні [66, с. 5]. Серед методів В. Березенко виокремлює логічні методи (без деталізації), порівняльно-історичний та структурно-функціональний методи [66, с. 5].

Окремо звернемо увагу на кваліфікацію вченою соціальнокомунікаційного підходу: «За допомогою соціальнокомунікаційного підходу феномен паблік рилейшнз аналізується в контексті суспільної взаємодії суб'єктів PR-діяльності. Соціальнокомунікаційний підхід передбачає наявність спеціальних методів дослідження, які базуються на розумінні соціальної взаємодії між суб'єктами спілкування. До таких спеціальних методів слід віднести інформаційний, який є не просто методом, а особливим методологічним підходом до вивчення PR як частини соціальних комунікацій. Ключову роль у цьому відіграє система подання знання, а вмістилищем інформації про стан знання, способи його обробки, угрупування та відносин учасників роботи зі знанням у кожен момент часу виступає масив дисциплінарних публікацій, аналіз яких дозволяє сформувати стан наукового осмислення українською PR-спільнотою такого соціальнокомунікаційного феномену, як паблік рилейшнз» [66, с. 9–10]. Така широка цитата необхідна для контекстуального відображення розуміння дослідницею соціальнокомунікаційного підходу.

Перше, що нас цікавить у наведеному визначенні – чи є соціальнокомунікаційний підхід основним у роботі, і, якщо так, то чим це можна довести. Відповідь на це питання формально не може бути позитивною з огляду на кілька фактів: передусім визначення площини соціальнокомунікаційного підходу не охоплює об'єкт дослідження, згадуваний вище, а стосується саме суспільної взаємодії суб'єктів, тобто власне того, що і є об'єктом вивчення науки. Іншими словами, соціальнокомунікаційний підхід тут використовується не щодо науки про зв'язки з громадськістю (об'єкта дослідження), а щодо об'єкта цієї науки – піар-діяльності. На цій підставі ми можемо говорити про недостатнє використання соціальнокомунікаційного підходу до об'єкта дослідження.

Друге питання, яке варто поставити в цьому ключі – наскільки результати дисертації розкривають соціальнокомунікаційну природу досліджуваного об'єкта, тобто наскільки вони відображають соціальну значимість та формують соціальні проекції об'єкта у площині соціального розвитку країни. І тут зовсім інші відповіді: В. Березенко доводить унікальність теорії піару, яку «не можна вивести з будь-якої іншої наукової дисципліни» [66, с. 23], розглядає внутрішню структуру та функції науки про піар, виявляє тенденції її розвитку саме у площині дослідження взаємодії соціуму та PR, проектує перспективні напрямки розвитку науки про піар.

Підсумком другого підрозділу стане висновок про те, що оновлення наукової теорії соціальних комунікацій на основі використання соціальнокомунікаційного підходу проявляється у кількох напрямках: переосмислення традиційних форм і способів інформаційно-комунікаційної діяльності з погляду оцінки соціальної значимості її; створення чи адаптація методологічних систем та стратегій, окреслення перспективних наукових горизонтів для подальших наукових студій.

2.3. Феноменологічні дослідження системних явищ мас-медійної, інформаційної та культурно-мистецької діяльності

У цьому підрозділі розглядається найбільша кількісно група досліджень. Увага до феноменології – закономірне явище в умовах становлення нового наукового підходу, методології, тематичних обрисів галузі знань. Аналіз дисертацій показує, що в межах групи феноменологічних праць варто виділити вужчі підгрупи, зокрема дослідження, орієнтовані на соціальну комунікацію і процеси демократизації суспільства, підвищення ролі національного, патріотичного складника у тематичних контекстах фахової медійної діяльності; роботи, об'єктом дослідження яких стали культурно-мистецькі явища, тут часто використовуються підходи суміжних наукових дисциплін, особливо, коли об'єктом стають мистецькі твори в системі соціальних комунікацій; у таких дослідженнях важливим аспектом є розкриття умов масивізації естетичного потенціалу образу,

коли автори використовують елементи лінгвістичного аналізу в різних його проявах.

Усього в цій роботі ми виділяємо дві тематичні групи дисертацій: феноменологічні дослідження системних явищ мас-медійної діяльності (праці Н. Грицюти, С. Демченка, М. Житарюка, О. Мітчук, І. Паримського, Л. Хавкіної), дослідження літературно-художніх та культурно-митецьких феноменів (роботи О. Біличенко, Л. Василик, Т. Дзюби, Н. Зражевської, О. Іванової, Л. Супрун).

Дисертація Мар'яна Георгійовича Житарюка «Українська журналістика як соціокультурна модель: генезис, домінанти у світовому інформаційному контексті» захищена 18 травня 2009 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Дослідження передбачає переосмислення теоретичних засад розвитку журналістики в умовах становлення нової соціокультурної парадигми, чинниками формування якої, на думку автора, стають суспільні зміни та розвиток систем інформування, які створили нові умови для розуміння журналістики в широкому соціальному контексті. За формальними показниками працю варто віднести до розділ феноменологічних, оскільки автор розглядає соціальний інститут журналістики в нових суспільних умовах функціонування. За результатами дослідження та висновковими рекомендаціями автора, робота спрямована на оновлення теорії журналістики, на створення нової теоретичної системи координат, в якій визначено критерії та перспективи ефективності нового соціального розуміння журналістики.

Наукова проблема, яку М. Житарюк обґрунтовує у роботі, полягає у кваліфікації журналістики в «загальнокультурному контексті – як складової історичних, територіальних, національно-етнічних, ідеологічних, культурних спільнот, як важливий суспільний чинник» [318, с. 1]. Обраний контекст дослідження, з погляду автора, передбачає постановку питань про доцільність розвитку інформаційної чи інтерпретаційної моделі журналістики, про параметри інформаційного простору, його роль у формуванні політичної незалежності України, про правову інституціалізацію національного інформаційного простору. М. Житарюк констатує: «Попри наявність у нашій країні актуальних, цікавих

глибоких наукових праць із теорії журналістики, які загалом не поступаються ні російським, ні європейським, ні американським аналогічним працям, українська теорія журналістики все ж потребує власного комплексного синтетичного міждисциплінарного дослідження» [318, с. 1].

Формулювання наукової проблеми та визначення особливостей впровадження результатів дає підстави для висновку про спрямованість дисертації у сферу прогнозів і формування системи перспектив, які можуть або не можуть зреалізуватися. При цьому автор подає серйозні теоретично обґрунтовані проекції своїх ідей, що свідчить про системність наукового підходу дослідника, яка, в проекції результату, все ж показала значну міру суб'єктивізму. Проте для теоретичних праць це не завжди виправдано, адже в такому випадку виникає так звана «іменна» теорія, що не завжди здатна успішно конкурувати з системою теоретичних поглядів і може реалізуватися у вузьких науково-практичних контекстах.

Викладену вище тезу підтверджує наукова новизна дослідження, сформульована автором, зокрема, в частині удосконалення й подальшого розвитку теорій, які є чинними для актуального наукового дискурсу: «У роботі вдосконалено:

а) комплексний підхід до вивчення журналістики;

б) типи і функції журналістики (з допомогою наукового синтезу функцій журналістики, факторів-домінант і соціокультурних аспектів);

в) розуміння понять «журналістика», «інформація», «баланс», «модель», «система», «українська журналістика», «ЗМІ України», «ЗМІ в Україні» [318, с. 5].

Підхід дослідника виявився не стільки в розвитку означених наукових контекстів, скільки у формуванні додаткового розуміння системоутворювальних контекстів для теорії журналістики, подібно до виникнення нового значення в наукового терміна. Це може бути свідченням наукового розвитку теоретичного базису, але з іншого боку, розмиває семантику. Особливо помітним таке розмивання є в системі впровадження в навчальний процес, коли виникає суперечність між традиційним розумінням, наприклад, функцій журналістики, і

авторським. Якщо ж при цьому нова наукова теорія не має практичного впровадження на рівні виробництва інформаційних продуктів, а лежить в системі ідеології, філософії, теоретичного моделювання – виникає ситуація доречності такого оновлення теоретичної системи. Не відкидаючи значних наукових результатів М. Житарюка, все ж акцентуємо на необхідності більшої формалізації цих результатів у площині наукового дискурсу. Насамперед – з метою більш чіткого позиціонування досліджуваних автором важливих проблем розвитку національної журналістики та інформаційного простору загалом.

При цьому мета дисертації передбачає «осмислити національну журналістику як націєтворчий феномен, її соціокультурну модель (структура, варіанти модифікації і напрями трансформації від зародження до сучасного стану) показати її перспективи в умовах інформаційної глобалізації» [318, с. 2]. Тобто основна мета проведеного аналізу історичних умов та узагальнення перспектив розвитку журналістики має більшою мірою системний ідеологічний характер, визначає теоретичні закономірності у площині філософії розвитку системи, що цілком закономірно передбачає й нову парадигму функцій, і оновлення термінологічного апарату журналістикознавства, визначення перспективних завдань журналістики у визначених автором умовах.

Окремо варто наголосити на методології дослідження, яку запропонував М. Житарюк. Для отримання результатів дисертації використано: «історико-порівняльний, системно-хронологічний, типологічний, соціально-структурний і проблемно-тематичний» методи [318, с. 4]. За традиційним розумінням змісту й сутності методів, така методологія спрямована на відтворення історичного потенціалу певної системи чи явища, тобто вона не орієнтована на формалізацію у вигляді моделі, яка була названа автором у меті дослідження. Водночас у тексті роботи зустрічаються згадки про використання моделювання, конструювання [318, с. 28], аналітично-математичне проектування [318, с. 11-12, 18], що є свідченням використання дослідником набагато ширшого методологічного підходу, ніж заявлено у тексті роботи.

Вчений засвідчує використання методу математичного моделювання процесів та явищ сучасної журналістики. М. Житарюк пропонує «модель ефективності сучасної української журналістики» (іноді – модель ефективності української журналістики), де визначає ефективність через відношення «мови видання, соціальної значущості проблематики, коректності» до «ідеї національної державності» крізь призму «дієвості». Всі визначені параметри оцінки в математичній моделі дійсно ілюструють типові процеси журналістського осягнення дійсності. Однак всі ці параметри не є однозначно вимірюваними, що обмежує результативність підходу соціальним розшаруванням як мінімум, адже ідея національної державності, не сформульована в чітких термінах і визначеннях, може набувати різних смислів для окремих соціальних груп і страт, так само й соціальна значущість інформації та коректність. Впровадження такого математичного моделювання в практику журналістської діяльності можливе за умови зваженої інформаційної політики, наприклад, в елітарних медіа, з чіткою орієнтацією на соціологічні дослідження аудиторії та послідовним визначенням пріоритетів соціального розвитку.

В інших випадках такі математичні моделі можуть бути лише певною точкою відліку для теоретичного аналізу фактів і явищ соціальної дійсності, відображеної медіа. При чому достовірність результату має бути надійно доведена однозначністю перемінних у запропонованій формулі, тобто за умови погодження чинників значимості, коректності, формулювання національної ідеї (яка у системі побутового світобачення може набувати різних, абсолютно відмінних від філософського бачення обрисів), дієвості медіа. Це говорить про дискусійність визначеної ефективності ЗМІ. Адже наповнення смислом запропонованих констант може зумовлюватися не тільки суб'єктивізмом науковця, але й соціально-політичними змінами в житті соціуму або іншими чинниками.

З погляду розвитку методології соціальнокомунікаційних досліджень, формування основ соціальнокомунікаційного підходу дисертація М. Житарюка цікава серйозним вивченням генезису досліджуваної проблематики, спробами застосування математичного моделювання, формування концепції розвитку

медіасистеми на основі узагальнення даних різнорідних складників. Водночас певна футурологічна спрямованість результатів роботи, апеляція до медіасередовища як чинника актуалізації запропонованої моделі, на нашу думку, не мають в чинних соціальних умовах відчутного наслідку, оскільки система журналістики розвивається поза теоретичними побудовами, що досить плідно формуються в соціальній комунікації. Рефлексивні дослідження меншою мірою цікаві через втрату актуальності, а проектування траєкторій розвитку медіасистеми не становить актуальної щоденної потреби, лише виявляє контури більшою чи меншою мірою віддаленого майбутнього. Сам М. Житарюк наголошує на тому, що «Сучасна соціокультурна модель журналістики в Україні, за певними винятками, практично не працює» [318, с. 28.]. Це свідчення, на нашу думку, передбачає формування не стільки науково-теоретичної, скільки фахово-виробничої площини для переосмислення напрямків розвитку інформаційної індустрії, що дасть підстави консолідувати зусилля науковців-теоретиків та фахового середовища для більш ефективного освоєння в національному інформаційному просторі ключових демократичних стандартів медіадіяльності.

Дисертація Любові Марківни Хавкіної «Український рекламний міф: шляхи творення, основні компоненти та особливості функціонування» захищена 23 листопада 2010 року зі спеціальності 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології. Це дослідження – перша докторська дисертація із названої спеціальності. У нашій праці робота розглядається серед феноменологічних досліджень, адже в ній в цілому кваліфіковано окремий феномен соціального комунікаційного простору, а отримані автором результати можуть використовуватися у міждисциплінарних дослідженнях та мають значний потенціал прикладного впровадження.

Вивчення реклами в українському науковому дискурсі не має тривалої історії, особливо в контексті її соціального впливу та технологічних особливостей. Це пов’язано, передусім, із домінуванням філологічного підходу в площині філологічних досліджень, де зазвичай розглядалася реклама. Інша причина – специфіка регулювання діяльності рекламістів-практиків з боку держави: тут

існують певні ситуації та залежності, які носять почасти парадоксальний характер – відсутність рекламних структур у державній власності і поряд із цим серйозна державна програма підготовки фахівців для галузі; законодавче регулювання діяльності рекламістів (наприклад, Закон України «Про рекламу»), і відсутність жодної серйозної ситуації, коли б держава, як регулятор, зупиняла недобросовісну рекламу; існування механізмів медіапланування, і при цьому оцінка ефективності реклами переважно за економічними показниками, без врахування особливостей функціонування породженого рекламою поля оцінок, стереотипів, позицій.

Окремо варто говорити про існування соціальної реклами як явища, яке за своїми формальними показниками органічно виявляється частиною рекламного дискурсу, а за функціональними характеристиками виходить за межі суто рекламного повідомлення, оскільки має набагато ширші завдання та форми їх реалізації [125; 314].

З появою нової наукової галузі дослідження рекламного дискурсу активізувалися, насамперед – завдяки соціальнокомунікаційному підходові, який передбачав можливості вивчення соціального ефекту рекламування, дослідження технологічних складників рекламного повідомлення як соціального феномена, а не вузькотекстового елементу з визначеним функціональним набором. Відзначимо, що за час незалежності України практики рекламної діяльності широко використовували зарубіжні дослідження як західного походження, так і північно-східного. При цьому механічне перенесення рекламних текстів, технологій та стратегій не завжди давало ефективні результати: навіть близькі мовно і контекстуально російські дослідження все ж орієнтувалися на інші ментальні та культурні особливості аудиторії, форми сприймання рекламних текстів. Натомість на українському ґрунті закладені в рекламу ідеологічні та філософські концепти не завжди адекватно сприймалися. Обґрунтування цього знаходимо, наприклад, у праці Марини Гримич [237].

Поява прикладних соціально-комунікаційних технологій як наукової спеціальності відкрила можливості для системних досліджень, насамперед тих, де об’єктом вивчення ставав не стільки процес чи результат комунікаційної

діяльності – медіапродукт – скільки соціальний контекст, особливості того, як ці процеси та продукти позначалися на соціумі. Дисертація Любові Хавкіної – яскравий приклад такого дослідження, орієнтованого, насамперед, на суто національну специфіку рекламного ринку.

Наукова проблема, що вирішується у роботі, сформульована авторкою в двох позиціях: описово – при визначенні актуальності, та у вигляді прямої текстової номінації при формулюванні мети дослідження.

Описовий рівень визначення наукової проблеми вмотивовує доцільність вивчення українського рекламного міфу невизначеністю в науковому дискурсі особливостей реклами як системи, що «функціонує за власними законами й використовує здавна відомі прийоми апелювання до людської психіки» [827, с. 1]. Л. Хавкіної наголошує на популярності наукових підходів до реклами з позиції її знакової природи, зокрема на вивченні «символів, асоціацій міфологем», що за відсутності системного наукового погляду на ці факти дає підстави розглядати рекламу і рекламний дискурс загалом як «різновид міфотворчості» [827, с. 2]. При цьому науковець акцентує на низці питань, вирішення яких визначає складові частини наукової проблеми: «чи можна трактувати рекламу як цілісний автономний міф, чи лише як комунікаційний феномен з елементами міфологічності; чи правомірно говорити про окремі національні рекламні міфи (зокрема український), чи лише про єдиний рекламний міф». У меті ж роботи наукова проблема кваліфікована таким чином: «вирішити наукову проблему кваліфікації рекламного міфу з позиції соціальної комунікації» [827, с. 2].

Вирішення наукової проблеми на рівні розуміння рекламного міфу як окремого рекламного продукту, так і рекламного дискурсу в цілому, передбачає його дослідження на структурно-функціональному рівні, а сам рекламний міф при цьому трактується як феномен соціальної дійсності, що потребує системного наукового підходу.

Ці особливості виявляються у завданнях дисертації, де поряд із суто внутрішніми характеристиками рекламної продукції виявляються завдання, спрямовані на осмислення соціальних наслідків рекламної діяльності, на природу

формування системи цінностей та картини світу у споживача рекламної продукції. Відзначимо, що в роботі представлено глибоке онтологічне розуміння реклами, зокрема творення нею альтернативної реальності міфологічної природи, що має на меті формування соціальних орієнтирів. Недарма ж значна частина дослідження опирається на аналіз архетипів, які актуалізуються рекламними продуктами.

Методологічну основу дисертації складають порівняльно-типологічний, дискурсивний, описовий та структурно-семіотичний методи. Крім того, Любов Хавкіна використовує методики когнітивного, інтертекстуального та контекстуального аналізу реклами». Але основним вчена обирає міфотворчий метод, специфіку використання якого у дослідженні спроектовано з урахуванням численних наукових праць [827, с. 3]. Відзначимо, що специфіка міфотворення, розкрита у роботі, є значимим кроком в оновленні соціальнокомунікаційних досліджень, оскільки міфотворчість не є виключно сферою рекламного дискурсу, і запропоновані авторкою підходи можуть ефективно використовуватися і в іншій площині аналізу медіадіяльності, зрозуміло, з урахуванням особливостей того чи того медіасередовища. Аналіз складників та компонентів рекламного міфу, формат його архетипного трактування, продемонстровані дослідницею, є цікавим набутком соціальнокомунікаційного підходу, оскільки тут, крім суто текстових особливостей функціонування реклами, встановлюються соціальні параметри її прояву, а сформовані в контексті рекламної діяльності концептологічні форми відображення дійсності розглядаються як елементи альтернативної реальності, які не зникають із комунікаційно-інформаційного простору після завершення рекламних кампаній.

Любов Хавкіна пропонує власне визначення рекламного міфу, яке виявляє широкі соціальні контексти розуміння явища. Український рекламний міф це «сформований сукупністю представлених в українському медіапросторі рекламних текстів суспільно-культурний феномен, що ґрунтується на міфологічних засобах концептуалізації дійсності й наслідує архаїчну міфологію в структурно-семантичному та функціональному плані, зокрема тяжіє до функцій продукування, трансформування, підтримання буття соціуму, здійснюючи вплив

на його членів завдяки синкретичному поєднанню реального й фантазійного, раціонального й позасвідомого, на знаковому рівні контактуючи з індивідуальною та колективною свідомістю й підсвідомістю» [827, с. 10–11]. Таке розуміння досліджуваного феномена передбачає актуалізацію його метатекстової природи і вимагає ретельності у формуванні складників, що й продемонстровано в роботі. Авторка доводить існування національного рекламного міфу, який нескоординовано твориться різноформатними рекламними продуктами, при цьому інтегрувальним чинником такого процесу виступає заснована на архетипних моделях реальність, почасти віртуальна, яка і формує середовище для проявлення міфу, визначає закономірності його соціального сприйняття та внутрішні потенціали розвитку.

За підсумками аналізу цього дослідження можемо констатувати формування специфічної методології, в якій центральне місце займає запропонований Л. Хавкіною міфотворчий метод. У дисертації встановлено особливості врахування аудиторії, на яку орієнтований об’єкт дослідження – український рекламний міф: коли рефлексії аудиторії виникають під впливом відмінної від дійсності реальності і в цій же реальності формалізуються на рівні закладених контекстів оцінності та позиціонування. Окремо варто відзначити, що подібна модель передбачення аудиторії – пасивного сприйняття медіапродукту у визначеному контексті – може свідчити про загалом міфологічну природу медіадискурсу чи окремого тексту, використовуватися для аудиту не тільки рекламних матеріалів чи текстів, породжених PR-комунікацією, але й до журналістських матеріалів та, особливо, до матеріалів вузькопрофільних тематично спеціалізованих видань (спеціалізованих тематичних рубрик), які можуть містити мало інформаційної продукції, проте формувати певну світоглядну природу, часто – міфологічну. До таких об’єктів можна віднести видання чи тематичні рубрики прикладного змісту (медицина і фармакологія, догляд за дітьми, дача і рослинництво, ремонт і дизайн тощо).

Як підсумок відзначимо, що авторка позиціонує практичну значимість результатів саме в площині навчального процесу, наукових та науково-експертних

досліджень: «вивчення реклами в контексті мас-медійної творчості, … при викладанні курсів основ рекламної діяльності, розробці спецкурсів та спецсемінарів, досягнення більшої креативної та етичної виваженості й функціональної доцільності рекламної продукції» [827, с. 4]. Звернімо увагу на те, що таке бачення корелює із загальним висновком про існування українського рекламного міфу як явища дискурсного порядку, тобто на рівні конкретного рекламного повідомлення складно говорити про творення міфологічності певного рівня чи порядку, водночас рекламний дискурс формує певні залежності, що мають міфологічну природу. Дослідження її передбачає виважене ставлення до продукування контекстів псевдореальності чи альтернативної дійсності, певно, саме тому в роботі засвідчено науково-практичну сферу впровадження, адже оцінити соціальну значимість явища – виходячи з розуміння дослідниці – можна тільки за результатами аналізу медіадискурсу.

Дисертація Сергія Володимировича Демченка «Масова комунікація у процесі розбудови громадянського суспільства: історія, теорія, українські реалії» захищена 8 листопада 2011 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Дослідження присвячене вивченню взаємозв’язку засобів масової інформації та суспільства на шляху побудови громадянського суспільства.

У цій роботі наукова проблема сформована за класичним підходом: усунення теоретичних протиріч, що виникли внаслідок тривалого дослідження окресленого питання. Автор так кваліфікує наукову проблему: «Звернення до існуючих теорій, у яких обґрунтовується значна роль масової комунікації в громадсько-політичних процесах взагалі і в розбудові громадянського суспільства, зокрема, дозволяє зробити висновок, що вони не лише не дають вичерпних відповідей на поставлені у зв’язку з цим питання, але інколи навіть у межах національних шкіл доходять протилежних висновків» [284, с. 2].

Як наслідок, вербалізація досліджуваної проблеми С. Демченком виявилася у необхідності вивчення теорії масової комунікації «під кутом зору легітимізації в системі політичних та соціальних інститутів». Відтак значний інтерес становить

«реальна складність її [масової комунікації] інституціональних зв'язків, ефективність функціонування у соціумі» [284с. 3].

Площина соціальнокомунікаційного підходу в цій дисертації виявляється у встановлені особливостей розвитку теорії масової комунікації в соціальному вимірі. Отже, автор орієнтується на соціальну значимість теорій, виявляє тенденції соціальної адаптації новітніх комунікаційних явищ. Про це свідчить принаймні мета дослідження: «вирішення наукової проблеми, пов'язаної з сучасним теоретико-методологічним осмисленням масової комунікації як глобального явища та особливостей її адаптації до українських реалій, трансформацій, що відбуваються у зв'язку з цим у вітчизняному інформаційному просторі, й нових інформаційно-комунікаційних форм, яких набувають складові масової комунікації як чинники впливу на формування в Україні громадянського суспільства» [284, с. 3]. Вирішення цієї наукової проблеми передбачає формування системного кваліфікаційного підходу до розвитку масовокомунікаційної науки в площині соціальних процесів становлення суспільства. Тим самим забезпечується соціальнокомунікаційних підхід як виразник прикладного впровадження теоретичних основ дослідження та база для формування нових наукових завдань у системі співвідношень масовокомунікаційна теорія – комунікаційно-технологічний прогрес – соціальний розвиток. Така реалізація соціальнокомунікаційного підходу передбачає істотно нову парадигму наукового знання, коли факти комунікаційно-технологічного розвитку суспільства є не просто даністю в науковому аналізі, а стають формувальним чинником соціального розвитку, визначаючи, через інституціоналізацію нових процесів та явищ, тенденції інформаційно-комунікаційної діяльності, що, в свою чергу, забезпечує можливості вивчення різних чинників становлення соціального інформаційного простору.

Методологічна система дослідження подається надзвичайно широко. Автор акцентує на порівняльному та конкретно-історичному методах, використанні індуктивного та дедуктивного методів, системного та структурного підходів [284, с. 4]. На нашу думку, робота сформувалася на підставі відчутно більшої кількості

методів, ніж зазначено в загальній характеристиці дослідження. Адже в дисертації, крім аналізу масової комунікації, (а об'єкт дослідження автора – за його твердженням – саме масова комунікація «як чинник створення, передачі й обміну суспільно значущої інформації), запропоновано осмислення й наукових праць попередників С. Демченка – актуальної мас-медійної теорії, і аналіз соціальної площини реалізації масовокомунікаційних тенденцій та трендів. Коментуючи запропоновану методологію, автор сам акцентує на широкій методологічній палітрі: «Використання зазначених методів дало змогу простежити основні етапи й тенденції розвитку масової комунікації від загальних особливостей сучасного глобалізованого медіапростору та медіакультури перейти до предметних висновків стосовно специфіки розвитку масової комунікації в нашій державі на сучасному етапі…» [284, с. 5]. Зрозуміло, методами індукції та дедукції можна сформувати не ключове наукове знання, а гіпотезу, яка може підтвердитися чи не підтвердитися фактами, а отже, варто говорити про те, що реалізована у дисертації методологія ширша, ніж названа, оскільки не може науковий висновок бути на рівні узагальненої гіпотези.

Соціальнокомунікаційний характер мають і сформовані автором позиції наукової новизни роботи: дослідник доводить вплив комунікації на підвищення соціальної активності населення, вказує на роль мас-медіа, що виникають з ініціативи громадських організацій та об'єднань, звертає увагу на соціальне сприйняття процесів реформування комунікаційної сфери, визначає пріоритетність медіатизації суспільних відносин, тим самим акцентуючи на необхідності подальшого вивчення медіатехнологій [284, с. 5–6].

Підсумком дисертації можна вважати запропоновану С. Демченком «інтегровану модель масовокомунікаційної діяльності», яка відображає «універсальні можливості входження в інформаційних ринок» і при тому містить «певні асоціальні ефекти, пов'язані з тим, що інформаційний пресинг… при виникненні належних умов може призвести до глобального інформаційного тоталітаризму» [284, с. 29]. Соціальна зорієнтованість цієї моделі говорить про особливості дослідницького підходу: вивчення мас-медійних процесів у

нерозривному зв'язку з соціальними наслідками, які можуть бути цими причинами викликані. Як важливий підсумок варто відзначити акцент на позитивних і негативних наслідках розвитку масовокомунікаційного сегменту соціуму, що й властиво феноменологічним розвідкам.

Соціальнокомунікаційний підхід у роботі виявляється у чітких акцентах на соціальній значимості досліджуваних явищ. Це стало можливим завдяки таким чинникам: соціальна формалізація проблеми, включення в об'єкт дослідження не лише самого явища, але й його соціальних наслідків; формування широкого спектру спостереження за об'єктом, де поряд з суто теоретичним осмисленням масовокомунікаційних процесів присутні спостереження за практикою медійної діяльності в площині взаємодії «влада – соціум»; формування висновків на основі узагальненого переосмислення теоретичних положень під кутом зору соціальних складників проблеми, яку має вирішити дослідження.

Виявлені й описані С. Демченком напрямки вирішення наукової проблеми засвідчили доцільність використання соціальнокомунікаційного підходу для феноменологічних праць. Щоправда, можемо констатувати певну нечіткість у називанні методів дослідження, розуміючи, що реальна методологія автора була набагато ширша названої у роботі. Проте важливим для нас акцентом є створення принципової моделі досліджуваного явища у зв'язку з ареалом поширення цього явища, що виявляє важливу особливість феноменологічних досліджень у площині соціальнокомунікаційного підходу.

Дисертація Наталії Миколаївни Грицюти «Рекламна етика: принципи, чинники, реалії, тенденції» захищена 25 березня 2013 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Тема рекламної етики в науці про соціальні комунікації – тема досить популярна, можемо говорити про, як мінімум, два дослідження, в яких вона продовжена – це роботи Мар'яни Кіци (недобросовісна реклама) [360] та Олександри Андрєєвої (шокова реклама) [2]. Але якщо ці роботи орієнтовані на виконання часткових наукових завдань, то у праці Наталії Грицюти системно розкриваються специфічні для рекламного виробництва проблеми етики.

Наукова проблема, заявлена в роботі, сформульована у вигляді переліку етапів дослідження, домінування складників проблемного поля дисертації: «поетапне з'ясування теоретичних основ етики рекламної комунікації, історіографії та джерел її вивчення, систематизацію принципів класифікації етичної коректності реклами і укладення систематизованої моделі етики із формулюванням змісту понять, визначення проблем порушення принципів гуманістичної етики в рекламі через визначення і аналіз реклами, що вводить в оману, порівняльної і прихованої реклами» [248, с. 1]. Як видно з процитованого формулювання, наукова проблема визначається описово, при цьому формулюється вона більшою мірою у площині практичної діяльності, оскільки не вказується на значимість роботи у фаховому науковому дискурсі. Модель впровадження результатів дисертації, практичне значення роботи полягає у оновленні бази для підготовки фахівців для рекламної галузі, результати є важливим складником «формування особистості фахівців» та передбачають можливості «вдосконалити рівень професійної освіти як основи формування професійних стандартів», крім того, робота «посилить кваліфікаційні вимоги до спеціалістів, конкретизує правила професійної поведінки суб'єктів рекламного ринку» [248, с. 1].

У роботі удосконалено підходи до регулювання етики реклами, вказано на особливості саморегулювання в галузі, формалізовано місце етичних норм і кодексів при виробництві рекламної продукції, інтерпретовано вітчизняні підходи до етики реклами. Водночас з погляду перспективної інтеграції роботи в систему науки йдеться, насамперед, про «перспективи розвитку й удосконалення етичних парадигм рекламної комунікації» [248, с. 3]. Соціальна значимість дослідження побудована за принципом: історичні умови й реальні факти етичного регулювання подаються як теоретичний базис – аналіз реального ринку рекламної діяльності виявляє суперечності з етичними нормами (ретельно класифіковані в науковій праці), дослідження розкриває перспективи та формує рекомендації щодо етичної оптимізації рекламної діяльності.

Соціальна значимість розкривається авторкою через розуміння оцінної (естимаційної) природи реклами як моделі відображення оцінних характеристик у

суспільстві. З огляду на це, вимоги до рекламної продукції в площині етики, моралі, закону – мають бути більш жорсткими, адже формування неетичних підходів до виготовлення, поширення реклами позначається на соціальних процесах, оскільки актуалізується площина масової комунікації з усіма властивими їй соціальними наслідками.

Визначаючи мету дисертації в площині з'ясування «сутності етики реклами як феномену соціальних комунікацій, що базується на принципах і нормах загальнолюдської моралі, моральних цінностях суб'єктів ринку» [248, с. 2], дослідниця передбачає два рівня розуміння етичності – мораль як категорію філософську, що сформувалася об'єктивно в процесі суспільного розвитку, та окрему категорію індивідуального – суб'єктивного параметру виробника рекламної продукції. Зрозуміло, що ці множини не можуть збігатися стовідсотково, а отже, виникає закономірна ситуація існування девіацій етичного плану.

Методологічну основу дослідження склали «наукові принципи сучасної комунікативістики та суспільних наук, загальні філософські принципи науковості, об'єктивності, конкретності, детермінізму, єдності логічного й історичного підходів», при цьому використовуються методи «аналізу та синтезу, дедукції та індукції, гіпотетичний метод, метод систематизації, порівняння, декомпозиції, нормативний метод, метод аналогій, метод закономірності, класифікації, моделювання, екстраполяції, ідеалізації, амбівалентності та ізоморфності» [248, с. 2–3]. Нетиповим для соціальнокомунікаційного підходу є нормативний метод, який зазвичай використовується у практиці виробничого обліку для контролю витрат на виробництві і охоплює динаміку нормування. Також він є ефективним у дослідженнях, коли протиставляються чи зіставляються нормативні категорії та їх практичне втілення в будь-яку діяльність. У дослідженні Н. Грицюти виразно проявляється компаративний підхід на основі зіставлення нормативних та девіаційних моделей етичності в виготовленні та поширенні рекламної продукції, а отже, така техніка дослідження може бути включена до актуального інструментарію соціальних комунікацій.

Розроблені авторкою підходи до термінологічної кваліфікації явищ етичного порядку в рекламі, типологія реклами з позиції етично виважених критеріїв стали підґрунтям для висновків про необхідність впровадження єдиних етичних стандартів у систему підготовки фахівців та практику рекламної діяльності. Дослідниця наголошує: «Вивчення теоретичних основ етики рекламної комунікації та проведення класифікації сучасних концепцій (вітчизняних і зарубіжних) виявило відсутність *єдиного комплексу принципів*, що дав би можливість кваліфіковано здійснювати аналіз етичної коректності реклами. Проте учені доходять консенсусу в питаннях «проблемних зон» рекламної етики. … Але лейтмотивом класифікаційних систем сучасних теорій етичної коректності реклами є вплив реклами на цінності суспільства» [248, с. 23–24]. Таким чином, соціальна значимість етичності в рекламній діяльності розуміється дослідницею як, насамперед, чинник соціального впливу, що має високі потенціали, особливо, коли йдеться про порушення етичної платформи, на якій розвивається соціум.

Кваліфіковані в роботі процеси трансформації соціального ставлення до окремих типів реклами – наприклад, реклами порівняльної, – показують, що етичні моделі не залишаються незмінними, вони набувають соціальної динаміки, але основні постулати моральності та законності більшою мірою консервативні. Поява нових комунікаційних можливостей із розвитком соціальних мереж і сервісів передбачає й нові форми рекламування, а відтак – ставить питання про оновлення етичних приписів, особливо в середовищі мікромаркетингу, заснованого на роботі з ІТ-технологіями.

У підсумку відзначимо, що вирішення поставленої у роботі Н.Грицюти проблеми, підтвердження наукової гіпотези більшою мірою важливі для фахового середовища, практиків та їх асоціацій – саме тут може вповні реалізуватися рекомендаційний потенціал дослідження. Високий рівень значимості дисертації простежується і з позицій формування медіаграмотності, особливо з урахування маніпулятивних потенціалів реклами. З погляду розвитку соціальнокомунікаційного підходу варто відзначити використання окремих методів та чітко виявлену у роботі послідовність аналізу окремих явищ у системі

рекламного виробництва в діахронічному ключі. Отримані авторкою результати стали прикладом використання наукового підходу до вимірювання етичності явищ соціальної комунікації, а методика отримання цих результатів може стати у нагоді для інших наукових праць, орієнтованих на виявлення девіацій у соціальних комунікаціях.

Дисертація Ігоря Святославовича Паримського «Національна преса – суспільна домінанта інформаційного простору демократичної держави» захищена 26 червня 2013 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Робота є типовим прикладом феноменологічного дослідження. Особливість цієї наукової розвідки у тому, що автор зосередився на досить відомому об'єкті дослідження, який неодноразово розглядався в різних галузях сучасної науки: у працях, присвячених теоретичному осмисленню системи ЗМІ, у дослідженнях, що розкривають особливості становлення громадянського суспільства, у роботах соціологів та політологів, фахівців з державного управління та філософії – цей список можна продовжувати і продовжувати. Водночас саме використання соціальнокомунікаційного підходу та осмислення національної преси як феномена становлення демократичної держави забезпечили вченому можливість сформувати концепції та висновки, що відзначаються високим рівнем наукової новизни.

Феноменологічний характер дослідження простежується вже на рівні формування наукової проблеми: наголошуючи на тому, що «Нав'язаний нашому народові чужий досвід державотворення завжди ставав на заваді формування в першу чергу національної свідомості», автор констатує, що все більш актуальним стає «з'ясування суті феномена національної преси, її вирішального значення у ствердженні інформаційного простору в процесі розбудови в Україні демократичного суспільства». І далі: «Для повноти наукового аналізу необхідно дати робоче визначення цього базового поняття, виявити його сутнісні параметри та методи відображення дійсності». При цьому автор констатує, що в роботах науковців, які торкалися проблеми функціонування національної преси, «лише побіжно зачіпаються окремі аспекти проблематики дисертації, і жодна не

розглядає комплексу теоретико-практичних завдань сучасної національної преси як суспільної домінанти інформаційного простору демократичної держави в єдності об'єкта, предмета, методів змісту і форми в теоретичній концептуальності її національно-духовного, державотворчого функціонування, у творенні світоглядних цінностей громадянського суспільства» [655, с. 1–3].

Підсумком кваліфікації наукової проблеми та утвердження наукового підходу стає думка про те, що «Феномен інформаційного суспільства програмує інакомислення і плюралізм на ґрунті всебічної поінформованості, культурної полеміки, суперечливого пізнання дійсності з допомогою багатоканальних знань про світ (це не виключає впливу на свідомість соціуму безмежної дезінформації). Отже, необхідне системне наукове встановлення закономірностей пізнання через журналістику в конкретно-історичних умовах і масштабах національної держави [655, с. 3].

Наукова проблема у дослідженні Ігоря Паримського подається широко і встановлюється аналітично, на основі зіставлення складників, що виявляють різні площини функціонування національної преси. Виправданість такого підходу зумовлюється широкими контекстами обґрунтування вказаних у формулюванні проблеми аспектів. Водночас вважаємо за доцільне звернути увагу на кілька проекцій у цьому описі наукової проблеми: дослідник акцентує на феноменологічних особливостях дослідження вища, визначаючи його історичну зумовленість, складний характер досліджуваності та перспективність у площині соціального розвитку. Крім того, у роботі зроблено акцент на науково-методологічному обґрунтуванні теорії функціонування національної преси та обґрунтовано площину системності підходу, що визначило в подальшому і мету, і методи дослідження.

Така кваліфікація наукової проблеми тяжіє до вичерпності в описі явища, водночас досить складна для наукової кваліфікації, адже передбачає аналітичне опрацювання значного текстового масиву з описом теорій та уточнюючих наукових відступів. Відзначимо, що цей підхід спорадично трапляється в наукових працях, виконаних в межах соціальнокомунікаційного підходу, і зумовлюється, як

правило, складністю цілісного та системного вивчення явища, особливо, якщо такі явища вже досліджувалися в інших наукових галузях, або ж їх осмислення видається очевидним, що насправді завжди тільки здається на перший погляд, насправді ж висновки авторів далеко глибші і системніші за нефахові узагальнення.

Варто наголосити на закономірності формулювання наукових проблем в межах соціальнокомунікаційного підходу, яку яскраво ілюструє праця І. Паримського: у переважній більшості досліджень при формулюванні наукової проблеми використовуються акценти та вказівки на соціальну природу явищ, що стали об'єктом вивчення, виявляються перспективи соціального розвитку таких явищ. Далі автори послідовно розкривають ці аспекти в меті, завданнях, науковій новизні, самому тексті дослідження та отриманих результатах. І якщо в роботі вповні використовується соціальнокомунікаційний підхід, то соціальне звучання висновків також обов' язково присутнє, принаймні, вчені акцентують на тому, як може позначитися досліджуваний об'єкт на розвитку суспільства в тих чи тих визначених умовах, або ж в межах окремого часового періоду.

З огляду на вказані особливості у формулюванні концепцій наукових праць, можемо констатувати, що досліджувані з позиції феноменології явища постають системно, а трактування їх значення для суспільного розвитку може набувати ознак соціального інституту, зрозуміло, якщо такі явища мають глобальне трактування, зокрема саме так визначено мету дослідження у роботі І. Паримського: «Через системне наукове вивчення суперечливих реальних, інформаційно-політичних, державотворчих, демократичних процесів у сучасній Україні, історичного ідеологічного досвіду обґрунтувати теоретичну концепцію функціонування преси як національного суспільного інституту – генератора світоглядних цінностей суспільства у вихованні громадянської свідомості людей, як незамінного складника творення сильної національної держави, що прагне цивілізованої інтеграції до світового інформаційного простору» [655, с. 4]. Як бачимо, поставлена вченим мета роботи передбачає позиціонування результатів у контексті соціальної значимості національної преси. Саме цей аспект висновків

дослідник вважає основним і саме йому підпорядковуються завдання та методологія роботи.

Методи дослідження визначаються автором на основі об'єкта дисертації та передбачають опрацювання широких масивів даних. І. Паримський використовує методи аналізу, синтезу, узагальнення, історичний, теоретичний, порівняльно-типологічний, соціально-психологічний, структурно-функціональний, проблемно-тематичний, жанрово-стилістичний та системний. Така широка методологія дослідження свідчить про формування системності у вивченні явища, залучення до аналізу досить різнорідної інформації, для опрацювання якої й застосовуються названі методи. При цьому, важливим позитивним результатом підходу є використання методів, що передбачають формування соціально-значимих акцентів у функціонуванні досліджуваного об' єкта з урахування історичних особливостей розвитку національної преси, форм і форматів її змістово-жанрового наповнення, формування певних типологічних закономірностей та структурно-функціонального відображення окремих аспектів явища у площині становлення громадянського суспільства.

Наукова новизна роботи лежить у площині переосмислення актуальних теорій, що визначають контексти сучасних досліджень теорії преси. Автор уводить три концептуально важливі виміри наукової новизни: розуміння національної преси як «суспільної домінанти інформаційного простору незалежної демократичної України»; визначення основного завдання національної преси як «відродження української нації та створення сильної національної держави в Україні» з позиції виходу з «орбіти тоталітарного режиму»; наукове обґрунтування теорії національної преси, відповідно до якої основні особливості справді національної преси «складаються у вектор «нація – ідеологія – преса» [655, с. 5]. Переосмислення вчений актуальних теорій преси виявляється в уникненні безстороннього ставлення преси до процесів становлення національної держави. Поряд з усвідомленням стандартів журналістської діяльності, І. Паримський вказує на необхідність свідомого визначення пресою сторони у боротьбі за становлення громадянського суспільства з виразними національними

ознаками. Відзначимо, що актуальність цього дослідження предметно означилася вже через рік після захисту дисертації – після початку революції гідності та в процесах інформаційної, а згодом і гібридної війни, яку розпочала проти України Росія.

Акцент на відповідальності національної преси, який зробив автор у своїй праці, спрямування системою засобів масової інформації зусиль у бік становлення громадянського суспільства, – стали актуальними завданнями наступних років історії України, особливо з урахування активізації націєтворчих процесів унаслідок протидії агресії Росії. Певно, варто акцентувати ще й на тому, що досліднику вдалося побачити розвиток прикладного значення запропонованої концепції в сучасних умовах гібридної війни, коли запропоновані ним концепти стали визначальними для формування національної держави. Зрозуміло, тут варто говорити не стільки про те, що система медіа сприйняла теоретичні моделі Ігоря Паримського, стільки про те, що науковець об'єктивно і точно визначив єдиноможливі шляхи позиціонування соціально відповідальних медіа, а складні умови дійсності підштовхнули й активізували процеси такого позиціонування.

Висновки дисертації сформовано у площині соціальнокомунікаційного підходу: практично всі науково-теоретичні узагальнення в роботі спроектовані на процеси соціального становлення національного суспільства, а узагальнення даних у формі концептуальних схем [655, с. 26], має в основі тип національної свідомості, на формування якого й спрямована діяльність національної преси як соціального інституту.

У роботі Ігоря Паримського нове наукове знання постає на основі системного переосмислення досвіду та історії національного становлення суспільства з представленням результатів у площині перспектив національного розвитку. Автор констатує: «Знати із преси про той ідейний спадок, який залишили покоління борців за незалежність України, – це половина справи. Друга ж – послідовною журналістською творчістю плекати інтерес до нього, розкрити його настільки, щоб він склав стійку систему поведінки, споконвіків властивої українській нації. <…> Неприпустимою для держави є втрата національних

зв'язків у суспільстві, знецінення національних ідеалів за відсутності будь-яких суспільно-політичних, світоглядних, моральних цінностей» [655, с. 22]. У 2013 році ці слова сприймалися лише як аспект концептуальної теорії, яка може або не може бути реалізована в силу різних соціально-політичних обставин. Вже 2014 рік показав актуальність теорії, значимість висловлених концепцій. Нерідко почали звучати тези про те, що анексія Криму, сепаратизм у Донецькій та Луганській областях стали можливими внаслідок пасивності національної системи ЗМІ, витіснення з інформаційного простору регіонів національно спрямованої інформації, символіки, аргументації тощо інформаційними моделями «русского міра», домінуванням ідеології та образної символіки Росії.

Повертаючись до концептуальних засад соціальнокомунікаційного підходу, що проявилися у дослідженні Ігоря Паримського, відзначимо розгляд феномена як соціального інституту, використання широкої методології для аналізу внутрішніх особливостей явища (проблемно-тематичний та жанрово стилістичний методи), зовнішньої соціальної валідності цього явища у загальній структурі розвитку соціуму (порівняльно-типологічний, історичний методи), а також застосування соціально-психологічного і структурно-функціонального методів для створення цілісної концепції об'єкта як соціального інституту, зокрема, з урахуванням потенційних можливостей національної преси як елемента інформаційної індустрії та значимості системи українських медіа у соціально-політичному житті суспільства.

Дисертація Ольги Андріївни Мітчук «Феномен ліберального контенту в соціальних комунікаціях» захищена 28 грудня 2015 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Робота присвячена висвітленню значимості ліберального контенту для розвитку соціальних комунікацій у різних історичних реаліях.

Наукова проблема у дисертації сформульована описово, авторка апелює до відсутності системного розуміння ролі ліберального контексту у становленні соціальних комунікацій, вказує на актуальність такого дослідження в умовах стрімкого розвитку технологій соціальної комунікації, які значною мірою

лібералізують процеси інформаційного обміну та формують нові перспективи для встановлення неконтрольованої інформаційної взаємодії в суспільстві (ознаки демократизації процесів оновлення цього суспільства).

Відповідно до поставленої проблеми сформульована і мета дисертації, яка полягає у «розкритті ключових чинників функціонування ліберального контенту в соціальних комунікаціях у контексті фіксації та створення ним інформації для публічного обговорення реальної в сучасному й історичному вимірах суспільно-політичної ситуації, що дасть можливість проаналізувати ступінь і можливості її вільної інтерпретації в суспільстві» [550, с. 4]. Саме контекст вільної інтерпретації як притаманна ліберальній комунікації модель інформаційних взаємин є наскрізним для праці О. Мітчук. З огляду на це, для роботи важливими є кваліфікації понять «ліберальний контент» та «носії ліберального контенту», які дослідниця визначає елементами наукової новизни дисертації [550, с. 7–8].

У роботі запропонована традиційна для феноменологічних досліджень методологія, спрямована на вивчення історичних закономірностей розвитку явища та його актуального функціонування в умовах соціальних комунікацій, використовуються аналітико-синтетичний, логічний метод. Окремо варто відзначити заявлену авторкою методологію типологічної та видової сегрегації [550, с. 7], за допомогою якої у дисертації сегментувалися певні факти реальності з метою типологізації та виявлення класифікаційних ознак. Цей метод є унікальним для методології соціальнокомунікаційного підходу, принаймні, на рівні авторських визначень дослідницької основи своїх праць.

У дисертації органічно поєднується свобода інформаційної діяльності та розвиток соціальних комунікацій. Основою для такого поєднання визначено соціум як модель ліберальних трансформацій, «яка передбачає діалектичну взаємодію соціальної пам’яті, інформаційного простору, соціального ідеалу» [550, с. 9]. Отже, соціальна практика набуває залежності від рівня свободи інформаційного обміну і, водночас, виступає джерелом такого обміну.

Закономірно, протилежністю лібералізму в продукуванні контенту виступає керованість комунікаційних процесів, зумовлена політичними, економічними,

соціальними культурними чинниками [550, с. 9]. При цьому втрачається не тільки можливість вільного вибору інформаційного продукту, але й можливість оперувати форматами поширення інформації та сприймати таку інформацію з різноформатних джерел. Реалії останнього часу показують, що в такому жорстко керованому інформаційному просторі, де певні форми подачі інформації однозначно регламентовані, виникають підстави для маніпуляційних впливів, зокрема, якщо перевірка інформації ускладнена або ж – неможлива (особливо – через обмеженість форми подачі інформації, наприклад, телебаченням або формалізованим сегментом інтернета (Рунет), що й засвідчує практика поширення фейків в умовах гібридної війни.

Дослідження Ольги Мітчук у контексті формування соціальнокомунікаційного підходу важливе з двох позицій – формуванням методології типологічної та видової сегрегації (вузько контекстуальний аспект) та позиціонуванням соціальних комунікацій у площині актуальної ідеологічної платформи, що по-новому кваліфікує традиційні уявлення про розвиток соціальних комунікацій та визначає перспективність окремих моделей становлення соціальнокомунікаційних процесів. Актуалізація певних ідеологічних парадигм у площині визначення історичних умов та перспектив розвитку медіасистеми сьогодні, в умовах стрімких соціальних трансформацій, стають все більш актуальними завданнями для середовища науковців та медіапрактиків, адже за цим стоїть насамперед право на інформаційну, а далі й політичну, економічну, культурну тощо свободу громадянина.

Друга тематична група робіт охоплює художньо-літературні феномени у соціальнокомунікаційному вимірі.

Дисертація Олени Андріївни Іванової «Літературно-мистецька періодика в соціальнокомунікаційному просторі України початку XXI століття» захищена 18 січня 2011 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Віднесення цієї роботи до групи феноменологічних досліджень визначається специфікою розгляду літератури як феномена соціальнокомунікаційного порядку. Причому цей аспект визначається не стільки

публікацією мистецьких творів засобами масової комунікації (власне формальний аспект), скільки визначеним вченою соціальним контекстом художнього слова, що формується внаслідок специфіки сприймання літературно-мистецької періодики в системі інформаційного простору.

Наукова проблема авторкою чітко не кваліфікується. Вона окреслена у структурі обґрунтування актуальності дослідження, визначається метою та завданнями роботи. Виходячи з цих параметрів дослідження, можемо визначити наукову проблему так: розкриття значимості художньої літератури як феномена соціальної комунікації, що виявляється через суб'єктні характеристики літературно-мистецьких видань у процесах формування системи цінностей суспільства. Таке тлумачення наукової проблеми можливе на основі визначення авторкою основних положень актуальності дослідження, зокрема «Соціальні комунікації, де реалізує себе мистецтво слова сьогодні, визначають його соціокультурний – ціннісно-функціональний і комунікаційний – статус, дослідження якого може стати джерелом усвідомлення цінності й ваги художньої літератури в конкретних історико-культурних обставинах, як і чинником осмислення нових властивостей культурної реальності в аспекті її комунікаційного потенціалу» [347, с. 1]. І далі: «…нагальною є потреба комплексного дослідження соціальних комунікацій щодо літератури. Його підґрунтям має стати наукова база сучасної гуманітаристики, зокрема літературознавства, філософії, теорії масової комунікації, соціології комунікативістики…» [347, с. 1].

Також О. Іванова стверджує необхідність «формування системної картини сучасної української літературно-мистецької періодики як специфічного медіасуб'єкта, який є центром соціальнокомунікаційних процесів щодо літератури, чого у вітчизняній науці ще не було здійснено, що стало б внеском у формування бази інформаційних моделей сучасного комунікаційного простору» [347, с. 2]. Визначені дисертанткою аргументи на користь соціальнокомунікаційної проблематики дослідження передбачають, з одного боку, визначення особливостей літературно-мистецької періодики як каналу соціальної

комунікації, встановлення специфіки такого виду періодичних видань, з іншого ж – увагу до внутрішнього контенту цих видань, прояв якого виявляється у формуванні ціннісних орієнтирів, певної актуальної соціальної образності тощо.

Методологія дослідження представлена низкою методів аналітичного спрямування. Вчена використовує структурний метод, аналіз, контент-аналіз, герменевтичний метод в поєднанні з моніторингом, а також окремі прийоми спостереження, опис, класифікацію та систематизацію. Відзначимо, що в роботі немає прямої вказівки на методи вивчення аудиторії, однак висновки та текст дисертації свідчать, що цьому напрямку також приділено серйозну увагу дослідниці.

Методологія праці зумовлена, на наш погляд, складністю та внутрішньою різнорідністю контенту. У науковій розвідці О. Іванова враховує різні за змістом і складом параметри – з одного боку, презентацію власне літератури у виданні, з іншого ж – навкололітературний процес у всій різноманітності його проявів: від інформування про культурно-мистецькі події до презентації позиції літераторів щодо соціально значимих подій у досліджуваних виданнях. Як наслідок, у висновках та науковій новизні роботи простежується синхронічний зріз розвитку літературно-мистецької періодики з акцентом на соціальній значимості виявлених форм презентації літературного процесу та тенденцій до формування ціннісних орієнтирів аудиторії.

Серед теоретичних висновків, які становлять наукову новизну дослідження, О. Іванова називає «введення категорії тотальної інформаційності», «форми й тенденції креативної та рецептивної реалізації художньої літератури в умовах сучасності», «концептуальну модель літературно-мистецького видання, що базується на функціональних ознаках часопису як специфічного медіасуб’єкта», «системний кількісно-якісний моніторинг сучасної української літературно-мистецької журнальної періодики на основі дослідження її контенту, комунікативних намірів, аудиторної орієнтації, потенціалу форматів», «діагностику та прогнозування діяльності українських літературно-мистецьких журналів в у мовах культури тотальної інформаційності» [347, с. 4].

Соціальнокомунікаційні контексти наукової новизни дисертації визначаються авторкою саме в формах відображення соціального буття на сторінках літературно-мистецьких видань, актуалізуються аналізом контенту та створенням актуальних проекцій розвитку цього сегменту періодичної преси.

Висновкова частина роботи виявляє всю складність досліджуваного об'єкта. Авторка показує результати моніторингу внутрішніх структурних характеристик літературно-мистецьких видань, особливості презентації літературного процесу на сторінках цих видань, способи позиціонування ціннісних комплексів, що продукуються як у середовищі літератури, так і в системі літературної критики. Окремі спостереження О. Іванової чітко відображають розуміння інформаційної кон'юнктури та особливостей існування видань в сучасний період розвитку технологій інформаційної взаємодії: ці спостереження стосуються, наприклад, відмови окремих видань від публікації надміру літературних творів з аргументацією їх доступності в інформаційному просторі, натомість на перше місце виходить презентація письменника, його погляди, оцінки коментарі – через систему журналістських жанрів, насамперед, інтерв'ю [347, с. 24–25].

Опис моделі сучасного літературно-мистецького видання в роботі засновано на узагальненні особливостей подання різнотипного контенту, зокрема – власне літературних творів, літературної критики та інформаційного відображення літературного процесу в соціальній проекції [347, с. 23–24]. Причому науковець актуалізувала ці залежності з огляду на особливості аудиторії видань, наголосивши на «конфронтації між «під радянською» і «пострадянською» літературними спільнотами як опонентами догматичного й демократичного підходу до літературної діяльності». Не менш важливим чинником у формуванні типології та тематичної спрямованості видання виділяється регіоналізація, внаслідок якої формується літературний контент досліджуваних у роботі часописів [347, с. 24].

Увага до феномена літератури в контексті соціальнокомунікаційного підходу – один із важливих напрямків досліджень з огляду на можливості широкої презентації літературних творів, літературної творчості як процесу та вироблення

образних характеристик дійсності, які, погодьмось, часто стають більш ефективними й популярними за будь-які прямі політичні заклики чи дидактичні приписи, бо несуть в собі ціннісні моделі та формати, що спрямовуються на майбутнє і, водночас, подаються у формах, придатних для чуттєвого сприйняття.

Дисертація Ольги Леонідівни Біличенко «Художня література в соціально-комунікаційній структурі суспільства» захищена 20 червня 2013 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Робота віднесена нами до феноменологічних досліджень, оскільки художня література тут постає як феномен в соціальнокомунікаційному вимірі. Вчена, формалізуючи художню літературу в системі соціальнокомунікаційних суб'єктів, виявляє її характеристики як повноцінного учасника комунікаційного процесу, реалізованого в каналах масової комунікації.

Складність такого дослідження відображається особливостями внутрішньої природи художнього тексту, який є образним. Тобто, з одного боку, ми говоримо про контент вигадки в соціальній комунікації, з іншого ж боку – проходячи соціальну актуалізацію, художній твір стає елементом дійсності, і його осмислення в соціумі, особливо позалітературні концепти, привнесена цим твором символьність та оцінність стають набутком соціальної реальності. Отже, можна говорити про те, що медіа перетворюють літературу з віртуального в реальний дискурс.

У дисертації формулюється соціальна значимість дослідження в площині динаміки культурної ситуації, що безпосередньо пов'язана, на думку автора, з літературою. Аргументи вчена висловлює, наприклад, при формуванні актуальності дослідження: «Аналіз феномена «художня література» в методологічній парадигмі соціальних комунікацій, значною мірою пов'язаний із ситуацією, яку фахівці вважають кризовою. Показники друку літератури загалом, а художньої літератури зокрема, віддзеркалюють культурну ситуацію в країні. Аналізуючи показники друку української літератури, фахівці зазначають, що, починаючи з 1994 року, спостерігається згортання впливу літератури на процес удосконалення соціально-комунікаційної взаємодії в українському суспільстві»

[82, с. 1]. Такі аргументи звучать не дуже переконливо з огляду на вплив різних чинників на формування культурної парадигми, і література тут є фактором дієвим, однак не визначальним. Проте не можна не погодитися із зниженням літературних впливів, оскільки поява ІТ-технологій та привнесених ними продуктів частково знизила позиції художньої літератури (насамперед, через збільшення обсягу інформації та не раз згадувану в актуальному науковому дискурсі кліповість та асоціативність сприймання).

Наукова проблема, сформульована в роботі, виходить за межі соціальних комунікацій, принаймні у тому формулюванні, яке використовує Ольга Біличенко: «Проблема полягає в тому, що розкрити феномен «література» в межах традицій літературознавства унеможливлюється в умовах становлення системи соціальних комунікацій на основі новітніх комунікаційних технологій, інтеграції технологій, знарядь та засобів відтворення інформаційних потоків, зокрема образно-художнього» [82, с. 2]. У такому потрактуванні проблема набуває загальнонаукового значення, оскільки зачіпає історично близькі, але не тотожні, і часто навіть не дотичні сфери наукового знання. Авторка точно кваліфікує ситуацію: зовнішні параметри функціонування літературного твору стають досліджуваними тільки при використанні соціальнокомунікаційного підходу: «Дослідження художньої літератури в соціально-комунікаційній структурі суспільства – новий і надзвичайно перспективний напрям вивчення соціально-комунікаційних об’єктів на основі інтеграційних наукових пошуків досліджень, що пов’язані перш за все з дослідженням творів художньої літератури як способу соціальної комунікації» [82, с. 2].

Загалом соціальна значимість літератури (як домінанта авторського підходу до соціальнокомунікаційного аналізу) простежується впродовж всієї текстової частини дисертації. Метою роботи визначено виявлення «соціально-комунікаційної сутності художньої літератури, що трансформується відповідно до розвитку соціально-комунікаційної системи суспільства та інтеграції до єдиного соціально-комунікаційного простору» [82, с. 3–4]. О. Біличенко ставить завдання переосмислення ролі літератури в нових соціальних та інформаційно-

комунікаційних умовах, при цьому причини зміни статусу літератури вбачаються не у внутрішній природі явища, а у зміні соціально-культурної парадигми. Феноменологічність дослідження виражається через його об'єкт: авторка не порівнює художню літературу з іншими чинниками впливу на людину в соціальних комунікаціях, натомість зосереджує увагу на властивих літературі потенціалах та формах їх втілення.

Основою пошукової частини дисертації стали методи, серед яких дослідниця називає «теоретичні (вивчення, аналіз і синтез, класифікація, систематизація й узагальнення), метод моделювання, структурно-функціональний метод, метод концептуального аналізу, описовий та семіотичний методи [82, с. 4–5]. Як бачимо, ні компаративна методологія, ні історичний підхід не використовуються, що свідчить про традиційну для феноменології синхронічність дослідження, з одного боку, і не завжди передбачає можливості об'єктивного вивчення явища – з іншого. Особливо справедливим такий висновок буде при встановленні причинно-наслідкових кореляцій між різними етапами соціальної чинності явища.

У науковій новизні дисертації художня література кваліфікується як «підсистема соціальних комунікацій [82, с. 5]. Дослідниця акцентує на тому, що у роботі вперше доведено функціональне призначення цієї підсистеми, виявлене «у впорядкуванні семіосферного середовища комунікаційного простору сучасності». Не менш цікавим є твердження про можливість розуміння літературного середовища «як семіотичної сфери соціально-комунікаційного простору сучасності». Ці наукові результати не вповні корелюють з науковим дискурсом соціальних комунікацій, принаймні такі твердження справедливі в певних контекстуальних умовах. Зазначений погляд на співвідношення соціальних комунікацій і художньої літератури та художнього процесу допустимий, однак потребує специфічних уточнень, а використання результатів такого підходу можливе саме в площинні проектування комунікаційних середовищ, зокрема й віртуального характеру.

Наукова праця О. Біличенко виходить із системного підходу. Дослідниця акцентує на традиційну розумінні системи, встановлюючи особливості структури цієї системи та характеристику елементів, що разом становлять цілісність, значимість якої ширша, ніж у простої сукупності. Системність у роботі використовується для формування наукового підходу до осмислення літератури як явища соціальної дійсності, встановлення місця досліджуваного об'єкту в межах системи соціальних комунікацій. Авторка апелює до семіотичних концепцій Ю. Лотмана, на підставі чого сприймає художню літературу цілісно, без диференціації «високої» та масової літератури [82, с. 12]. Такий підхід справді оптимальний для вивчення особливостей соціальнокомунікаційної реалізації художнього слова, однак варто відзначити, що він не передбачає виведення соціальних процесів та контекстів, які впливають на трактування художньої літератури в соціальному вимірі. Крім того, у дослідженні відчувається (але не формалізується) динаміка літератури в її суб'єктних проявах: О. Біличенко часто абстрагується від конкретних уявлень про твір та автора в соціальній площині, але ж часто художній твір постає як реакція на соціальні процеси, засіб позиціонування автора в суспільстві, причому світоглядні контексти та ціннісні орієнтації митця можуть хай і не кардинально, але – змінюватися.

Значимість соціальнокомунікаційного підходу в роботі виявляється через його функціональність. Ольга Біличенко пише: «Знання про художню літературу без застосування соціальнокомунікаційного підходу було б неповним, оскільки без цих знань не можливо зрозуміти і пізнати ті особливі соціальні зв'язки, які встановлюються у літератури з суспільством. Дослідження художньої літератури у контексті соціально-комунікаційного підходу дозволило оцінити твори літератури з точки зору того, наскільки вони впливають на соціум. Саме соціально-комунікаційний підхід дав можливість представити і внутрішню структуру, і зовнішні зв'язки твору художньої літератури, що свідчить про соціально-комунікаційну природу художньої літератури та її роль як підсистеми соціальних комунікацій» [82, с. 13]. Але таке розуміння соціальнокомунікаційного підходу є частковим, більшою мірою характерним для соціологічного аналізу

впливогенності окремих текстів чи їх авторів, а через них – літератури в цілому. Важливішим видається встановлення закономірностей формування соціальних контекстів, їх розвиток, значимість літературного процесу для розвитку соціальної парадигми, встановлення кореляцій між соціальними процесами та процесами літературними.

У роботі актуалізовано специфіку сучасних чинників розвитку культури як явища соціального порядку: «Трансформація сучасної культури, зміна комунікаційного простору сучасного соціуму приводять до формування нової системи цінностей, новітніх пізнавальних пріоритетів, які впливають на функціонування практично усіх соціальних інститутів, зокрема, книговидавництв, бібліотек, спілок письменників, літературних об'єднань. Особливості сучасного розвитку художньої літератури визначаються тим, що філософія поєднується з художніми формами слова і глибше та різнобічно визначає буття людини» [82, с. 14]. При цьому О. Біличенко не завжди послідовно акцентує на специфіці соціальних комунікацій, які можуть визначати чи регулювати ці процеси. Спорадичні згадки про соціальнокомунікаційні особливості художнього слова вказують на розуміння вченою інформаційно-комунікаційного простору як пасивного середовища поширення літературного твору, а суб'єктність літератури – як визначальну особливість соціального впливу, підносячи, таким чином, роль і письменника, і твору.

Наприклад, у роботі визначено параметри художнього твору в інформаційному суспільстві, вказано на його функції як інформаційного ресурсу «трирівневого тексту» – це: 1) власне текст твору, створений конкретним автором; 2) контекст твору, що відтворює елементи загальної культурної компетенції автора і безпосередні соціокультурні умови, що вплинули на змістовний компонент твору; 3) гіпертекст художнього твору, що включає усі думки про нього, і які зафіксовані в біографічній, науковій і художній критиці, інформаційних матеріалах» [82, с. 20]. Бачимо, що породжена текстом комунікація присутня у класифікації, але не диференціюється, також не виділяються власне соціальні реакції – засвоєння цінностей, сприйняття і поширення оцінок, переосмислення й

актуалізація образності – наприклад, через популяризацію автором неологізмів чи фразеології тощо.

Загалом текстова природа культури спостерігається і у висновках дослідження. О. Біличенко констатує: «…щоб подія стала явищем культури, вона повинна бути втілена в текст» [82, с. 31], тим самим відкидає можливості предметного мистецтва та й загалом зводить культуру до форм відображеної дійсності, причому, якщо такий текст є літературним – дійсності деформованої авторською образністю.

З позиції соціальнокомунікаційного підходу праця Ольги Біличенко – цікавий приклад феноменологічної студії, в якій комунікаційні, культуротворчі та художньо-образні параметри творчості поєднуються на основі системного аналізу ролі та місця художньої літератури в соціальних комунікаціях. Незважаючи на спорадичну суб'єктивність дослідниці, у роботі запропоновані цікаві ідеї розуміння художнього слова, окреслено напрямки соціальнокомунікаційного осмислення значимості цього слова у різних культурницьких контекстах.

Дисертація Людмили Вікторівни Супрун «Комунікаційна система «Літературно-наукового вісника» («Вістника»): мовноментальні детермінанти» була захищена 27 травня 2013 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики.

Робота включена до групи феноменологічних досліджень на підставі виділеного авторкою об'єкта – «комунікаційної системи «Літературно-Наукового Вісника («Вістника») з погляду комунікаційних кореляцій образу автора й адресата у дискурсі часопису» [768, с. 3]. Важливою для виявлення способів реалізації соціальнокомунікаційного підходу є сформована вченою методологія, адже досить складно встановити кореляції автора і адресата на основі тільки документованих даних – журнальних публікацій.

Наукова проблема у тексті роботи чітко не виписана, традиційно вказано на «відкритість питання дискурсивного кореспондування мовної ментальності» в науці про соціальні комунікації та констатовано «початок увіходження мовної ментальності в оперативне поле соціальних комунікацій» [768, с. 2]. Водночас

відзначимо соціальнокомунікаційну спрямованість дослідження, найбільш виразно заявлену авторкою в меті та завданнях роботи.

Мета дисертації чітко вказує на прагнення Л. Супрун дослідити 3 ланки комунікаційного процесу: адресата, дискурс і адресанта, причому не просто їх взаємозалежності в межах одного медійного продукту, який тривалий час визначав концептуально важливі для нації акценти реальності, а «динаміку комунікаційної системи» в «мовноментальному аспекті» [768, с. 3]. Таким чином, мета дослідження позиціонує аналітичний апарат роботи на виявлення трансформацій комунікаційної системи з автора дискурсу і читача ЛНВ, однак такий підхід повинен відображатися складною методологією, де ми могли б говорити про аналіз всіх ланок системи з акцентами на причинах чи природі трансформації.

У дисертації використані такі методи: описовий, індукції, дедукції, аналіз, синтез, спостереження, бібліографічно-описовий, біографічний, порівняльно-історичний, дискурс-аналіз, контент-аналіз та проблемно-тематичний аналіз як окремий метод, з допомогою якого розкрито змістове наповнення, проблематика та ідеологічне спрямування Літературно-Наукового Вісника. [Супрун, с. 3–4]. Як бачимо, в цій групі немає методів, за допомогою яких досліджувалася б третя ланка динамічної комунікаційної системи – адресат (принаймні з огляду на час існування видання). Спостереження до таких методів зарахувати не вийде. При цьому ми не відкидаємо ідеї про те, що закладені автором ідеї та інтенції, формати національного коду, концептуально вивершені ідейно-образні константи стають елементами ідеологічного впливу, визначальними маркерами соціальних процесів, впливають на формування національних характеристик та якостей.

Водночас не завжди можна погодитися з авторкою, яка у науковій новизні вказує на те, що «проаналізовано практику врахування І. Франком, М. Грушевським, Д. Донцовим специфіки мовної ментальності аудиторії часопису» [Супрун, с. 4]. Тут більшою мірою можемо говорити про врахування результатів такої практики, а не практики як процесу, оскільки концептуальне поле, досліджене Людмилою Супрун, свідчить саме про результативність роботи редакторів Літературно-Наукового Вісника.

Ці, на перший погляд, не надто значимі зауваги, стають важливими при ширшому соціальнокомунікаційному контексті розгляду результатів дисертації: формування методології, з допомогою якої може досліджуватися процесуальність типових медійних явищ, фахова поведінка кращих представників цеху – це серйозна підстава для формування нового наукового напрямку, та й цінність таких досліджень надзвичайно велика і для впровадження в навчальний процес, і для використання у журналістській роботі. З іншого боку, коли ми аналізуємо тільки результати творчого процесу та прогнозуємо настанови чи моделі мислення за виявленими в документі результатами, то в контексті аналізу процесу динамічної зміни комунікаційної системи можемо говорити тільки про припущення та його достовірність, засвідчену в міру важливими чи не важливими для цього процесу фактами.

Повернімося до результатів дослідження Людмили Супрун. Довівши домінування на сторінках Літературно-Наукового Вісника концепту «нація» у публікаціях Івана Франка, концепту «Україна» у творчості Грушевського, концепту «держава» у матеріалах Дмитра Донцова, далі науковець лише називає способи врахування «мовної ментальності реципієнтів-етнофорів» [Супрун, с. 22]. Серед цих способів ми бачимо зорові образи та тотемічні номени у Франка [768, с. 22], різні апелятиви, вставні слова та гумор у Михайла Грушевського, емотивно-оцінну образність у Дмитра Донцова [768, с. 23].

Сформульовані авторкою дослідження результати говорять про певну суб'єктивність в оцінці діяльності редакторів Літературно-Наукового Вісника. Закладені особливості стилю, концептологія, виявлена і охарактеризована авторкою, не дають підстав для оцінки реакцій аудиторії. Як бачимо, й самі динамічні характеристики у висновках дисертації не акцентовані, принаймні, в межах досліджуваного періоду. Вчена вказує, що «головні редактори «Літературно-Наукового вісника («Вістника») не обмежувалися врахуванням мовної специфіки мовної ментальності комунікатів й основною метою соціальної комунікації вважали трансформацію цієї ментальності» [Супрун, с. 24], однак говорити про результативність таких закладених трансформацій чи деформацій

мовної ментальності не доводиться, оскільки для цього потрібно проводити дослідження аудиторії ЛНВ.

Цікава за темою і результатами дисертація Людмили Супрун, з позиції розширення методичного інструментарію соціальнокомунікаційного підходу не стала чимось категоріально новим. Висновки та результати, які отримала авторка, формулюються на основі фактологічної оцінки значного масиву текстів із залученням контекстів комунікативістики та психології, однак соціальні проекції результатів, реалізованість концепцій у роботі не розкриваються, та й з огляду на певний відтинок часу, що відділяє нас від періоду виходу ЛНВ, науково довести такі соціальні траєкторії досить складно.

Дисертація Тетяни Анатоліївни Дзюби «Публіцистика другої половини XIX – першої третини XX ст.: модель національної ідентичності» захищена 28 жовтня 2014 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Віднести працю до історіографічних оглядів української журналістики можемо за змістовим і проблемним принципами. Ця робота, водночас, може розглядатися і в розділі феноменологічних праць, оскільки в дисертації виразно проступає інтерес дослідниці до об'єкта вивчення як до окремого явища в історії української журналістики. Постановка проблеми, мети та завдань дисертації дають підстави кваліфікувати цю роботу саме в ключі феноменологічних праць, адже основним результатом дослідниці є винесена у назву модель, яка розкривається в дисертації описово. З огляду на використані авторкою підходи та широту теоретичних, методологічних, емпіричних узагальнень, описова форма представлення моделі тут виглядає найбільш оптимальною.

Відзначимо, що у цій праці проблема дослідження, яку вирішує авторка, трактується досить широко й потребує спеціального аналізу. Зокрема, викликає інтерес сам опис досліджуваної проблематики: від означення (домінування) самої проблеми через аналіз наукових підходів до її вирішення в українських та закордонних наукових розвідках з акцентом на предметові вивчення, і до визначення методології та вербалізації наукового підходу [298, с. 1–13]. Відзначимо, що такий концептуально широкий підхід все ж не є доцільним з

погляду формального аналізу, оскільки наукова проблема в роботі встановлюється лише аналітично і не сформульована вченою в чітких критеріях класифікації наукових проблем. Дослідниця наголошує, що «В українському інформаційному просторі проблема формування української національної ідентичності увиразнилася з усією гостротою, оскільки сходження нації, збереження її тожсамості є умовою політичної, територіальної та державної цілісності України» [298, с. 1]. Далі авторка переконливо доводить, що «суспільно важлива, онтологічна проблема національного самоототожнення перебуває у причинно-наслідковому взаємозв'язку з пресою» [298, с. 1].

За результатами аналізу підходів до вивчення феномена національної ідентичності, Т. Дзюба акцентує на різнотлумаченнях у зарубіжній та українській науках: «Слід сказати, що попри спільний предмет вивчення, яким є феномен національної ідентичності, у вищезгаданих працях засвідчений не лише широкий спектр наукових підходів та їх конфігурацій, а й різне семантичне тло. Якщо у дослідницькому корпусі текстів західних науковців превалюють роботи, де ідентичність аналізується в контексті соціокультурних, комунікаційних, глобалізаційних процесів, то представниками російського наукового світу частіше з'ясовується кореляція між категоріями національна ідентичність і «слов'янство» або ж «євразійство», у чому виявляється специфіка національного становлення. В українських інтерпретаційних моделях значне місце відводиться, зокрема, колоніальному дискурсу, проблемі «травмованої ідентичності» тощо» [298, с. 3].

Проте, замість чіткої кваліфікації проблеми, далі йдеться про роль публіцистики в «культивуванні національного усвідомлення» та подальшого розгляду наукових підходів переважно українських дослідників до вивчення проблеми національної ідентичності, формалізації методологічного підходу, окресленні публіцистичного дискурсу. Все це дає підстави до висновку про аналітичне подання наукової проблематики, але без чіткої вербалізації цієї проблеми. Ґрунтовний аналіз теоретичних підходів та моделей, проектування методології в процесі осмислення теорій та результатів праць попередників засвідчують наукову ретельність автора та глибину осмислення наукового

матеріалу. Деяка відстороненість від формальних показників не шкодить самому дослідженню, а лиш ускладнює аналіз отриманих результатів, зокрема – на рівні формулювання проблеми, гіпотези дослідження, та й, власне, висновків.

Відзначимо, що робота Т. Дзюби – одна з небагатьох праць, що зосереджена на оновленні методології дослідження як основного інструменту відкриття нового теоретичного знання. Саме використанням нових «методологічних теорій» дослідниця обґрунтовує наукову новизну дисертації [298, с. 12], наголошуючи, що основним методом, застосованим у роботі, є соціальний конструктивізм [298, с. 12]. Ці твердження авторки, в проекції на вимоги до докторських дисертацій, звучать у чомусь суперечливо, а в чомусь парадоксально. З позиції формального підходу, нова теорія не може постати як практика застосування методу до відомого об'єкта, хоча винятки в такому твердженні можливі. На цьому варто зупинитися детальніше. Справа в тому, що в природничих дослідженнях об'єкти історії не мають, тобто ми можемо взяти такий самий матеріал і провести дослідження того ж матеріалу з використанням нових методів, технологій тощо. Натомість у гуманітарних розвідках мусимо зважати на те, що будь-який об'єкт вже має фіксовану історію у соціальному просторі, яка може з часом деформуватися, змінюватися, але під впливом певних соціальних зрушень, а не використання дослідниками нової методології. Адже в цій ситуації змінюється оцінка факту, а не сам факт, визначається нове соціальне значення подій, людей, явищ соціального, політичного чи економічного життя, але аж ніяк не перекреслюються самі факти.

Ретроспективна наука, і про це ми вже говорили в своїх наукових працях [395; 404; 405], аж ніяк не орієнтована на вироблення нових актуальних концепцій та стратегій, радше вона констатує причини, які стали першоосновою сучасних дослідникові наслідків, зокрема й у ситуації наукової праці Т. Дзюби. Парадоксальність ситуації в тому, що дійсність, у всій сукупності фактів, – відомих і невідомих нам – вже вповні соціально реалізувалася, породила нове покоління, моральні чи матеріальні цінності, сформувала тенденції для подальшого розвитку. І, з огляду на це, будь-яка методологія (якщо вона передбачає отримання істинного наукового результату) має повернути науковця в

ту дійсність, що вже відбулася. Факти, концепції і трактування – цілковито цінний науковий результат, особливо, коли вони вводяться в науковий і соціальний обіг уперше, але говорити про соціальну значимість контекстів, які не проявилися у досліджуваній реальності – досить неправомірно. Тут ми не заперечуємо працю Т. Дзюби, а лише констатуємо всю приреченість цієї рзвідки на передбачуваний результат, вже відкритий у працях істориків, літературознавців та журналістикознавців.

Проаналізуємо описово подану у висновках роботи модель, яка, за словами авторки, визначає новизну дослідження: «Модель національної ідентичності, спостережена у публіцистичному дискурсі другої половини XIX – першої половини XX ст.., включає, окрім зазначених, і такі чинники виховання національної позиції громадян, як культурна політика, художня література, інфраструктура закладів, які виконують національно-меморійну функцію, спортивно-патріотична діяльність, державна символіка тощо. Вони втілюють аксіальну семіотику, впливають на модифікацію свідомості, відіграють інтегральну роль. У нашому дисертаційному дослідженні продемонстровано також значущість у процесі устаткування національної громади економічної, культурної, мовної одноцільності, порушено проблему гомогенізації українського континууму. В контексті формування національної тожсамості звернено увагу національного та релігійного як виявів ціннісного рівня свідомості» [298, с. 33].

Така широка цитата у нашому тексті обумовлена необхідністю ілюстрації неефективності методології, яку використала авторка: власне така модель не є новим теоретичним одкровенням ні для історика-журналістикознавця, ні для літературознавця, що досліджував відповідний період. Констатуємо це, маючи чималий досвід досліджень літературної спадщини Празької літературної школи у 1999–2003 роках. Авторка відобразила відомі істини, щоправда дійшла до них з використанням іншої методології, що цілком прогнозовано. Адже тут будь-яка методологія мала би відобразити реальність, зафіксовану й відображену вже в соціальному досвіді нації, або ж – привести до результатів, сумнівних з точки зору істинності.

Соціальнокомунікаційні висновки дисертації лежать у площині констатації різних аспектів розвитку національної преси в політичних умовах досліджуваного періоду: «…стратегічні напрямки діяльності у сфері формування всеосяжного інформаційно-комунікаційного простору зводилися до розширення меж свободи слова…, налагодження суспільнокомунікаційних зв'язків між розділеними кордонами частинами української ейкумени та обстоювання вільного доступу до них національної періодики, координації видавничих зусиль, вимог законодавчо-правового забезпечення преси» [298, с. 32].

Метод соціального конструювання, як основний у цьому дослідженні, дав можливість авторці вказати на формати композиційних структур моделі національної ідентичності, виявити залежності та тенденції стратегічного рівня, які визначали розвиток національної ідеї впродовж тривалого часу української історії.

Це, на жаль, не знімає питань про наукову новизну дисертації, а отже, і про доцільність використовуваної методології у феноменологічних дослідженнях із соціальної комунікації. Варто підкреслити, що розкриття нових феноменів діахронічного чи синхронічного зрізу передбачає усталену методологію, а от соціальнокомунікаційний підхід тут би мав визначати форми та особливості застосування методів, передбачати включення до об'єктів дослідження фактів соціального реагування на досліджуваний об'єкт, особливостей соціального сприйняття певної ідеології, чи просто тематики або фактажу. Як, наприклад, реакція соціуму на появу соціальних мереж може проявитися у кількісних оцінках, якісному аналізі наповнення мереж, формуванні концепцій використання соціальних мереж для завдань певної комунікаційної технології тощо.

Насамкінець відзначимо, авторка побіжно вказує на те, що в роботі: «ми увиразнили проблемно-тематичну палітру преси досліджуваного періоду» та «здійснені уточнення історико-журналістських фактів, критичний перегляд певних усталених тверджень» [298, с. 33]. Названі факти мали б стати важливими концептами новизни саме докторської дисертації як такої, що вирішує сформовані в науці проблеми, можливо – і цілком виправдано – з використанням нової

методології. Однак такого акценту в роботі не зроблено. Ґрунтовне, послідовне і повне дослідження, проаналізоване в цій частині монографії, претендує на високу методологічну чіткість. Водночас захоплення авторки новою методологією призвело до того, що наукова проблема названа саме у методологічній площині, і, як не прикро, ключові висновки роботи не виходять за межі очікуваних гіпотез та уявлень про досліджуваний період, що склалися в різних галузях наукового знання. Тим самим можемо говорити про значимість цієї праці як ілюстрації використання нової методології.

Художньо-публіцистичні феномени соціальних комунікацій – досить перспективний напрямок досліджень. Особливо в час соціальних трансформацій, коли мистецьке слово стає важливим соціальним чинником, звісно, якщо воно почуте і підхоплене нацією. Можливо, такі роботи стануть наступним кроком розвитку теорій, досліджених в аналізованих докторських дисертаціях.

Окремо розглянемо два дослідження культурно-мистецьких феноменів. Вони досить різнопланові й водночас є важливим прикладом оновлення методології соціальнокомунікаційного підходу, формування окремих напрямів наукових студій міждисциплінарного характеру.

Дисертація Любові Євгенівни Василик «Сучасна світоглядна публіцистика літературно-художніх видань в контексті історії української журналістики: концептосфера національної ідентичності» була захищена 25 січня 2011 року зі спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики.

Наукова робота Л. Василик рівною мірою може бути віднесена до праць, що відкривають особливості історичного становлення української журналістики та до досліджень феноменологічних, оскільки тут обґрунтовується розуміння світоглядної публіцистики як феномена, вираженого через концептосферу національного самоусвідомлення. Вважаємо, що основним науковим результатом є вивчення феноменологічних критерії, адже спочатку авторка більшою мірою визначила методологію дослідження явища і позиціонує наукову новизну роботи саме в площині методологічного підходу, а потім, як підсумок, подає змістові й

смислові площини реалізації концетосфери у світоглядній публіцистиці. При цьому Л. Василик не робить у висновках виразних методологічних акцентів.

Наукова проблема, яку порушено в дисертації, визначена через відсутність досліджень такої проблематики. Авторка наголошує: «наукова проблематика, заявлена темою дослідження у вітчизняному журналістикознавстві не має усталених закономірностей вивчення. Поняття світоглядна публіцистика, яке обумовлює зміст роботи, з'явилося у теоретичному дискурсі понад півстоліття тому, але й досі не отримало однозначного потрактування» [157, с. 4]. Акцент на відсутності закономірностей вивчення світоглядної публіцистики свідчить про спрямування дослідження у методологічну площину. Вказавши на широку базу теоретичних робіт, спрямованих на вивчення світоглядної публіцистики в часткових межах різних наукових підходів, Л. Василик наголошує на важливому завданні «вписати термін світоглядності в теорію публіцистики» [157, с. 4]. Поставлена наукова проблема та визначені дисертанткою напрямки її вирішення передбачають окрему методологію, складність якої виявляється у створенні спільного наукового підходу до інтеграції результатів досліджень, отриманих в різних наукових галузях, школах, напрямках.

Таким інтегрувальним чинником у дисертації визначено концептосферу поняття національної ідентичності, до якої включено, як основні, концепти «Україна», «свобода», «Бог», «душа» і «пам'ять» [157, с. 6]. При цьому авторка вказує на можливість використання обраного підходу і для дослідження окремих історичних періодів у розвитку національної світоглядної публіцистики, і для оцінки загальної парадигми становлення національної преси від початків її заснування. Універсальність такого підходу обумовлено змістовими параметрами об'єкта аналізу, важливістю визначеної концептосфери для осмислення націєтворчих процесів. З іншого боку, універсальність підходу ставить серйозні вимоги до обґрунтування концетпосфери: відбір концептів та їх взаємозв'язки у системі національної свідомості повинні обґрунтовуватися не просто припущеннями вченого чи його уявленнями, а формуватися на основі серйозних попередніх досліджень, зокрема й соціологічних. До прикладу, визначений

концепт «Україна» у системі смислових координат країна – держава – Батьківщина та ін., може набирати виразної смислової валентності в різні періоди становлення нації з огляду на політичні, економічні, соціальні, ідеологічні тощо умови її, цієї нації, формування. Зрештою, в дисертації широко розглядаються концептуальні зв'язки досліджуваного об'єкта.

Мету роботи сформульовано таким чином – «обґрунтування методології концептуального прочитання історико-журналістських явищ (особливо – феномену світоглядної публіцистики), що допоможе доповнити традиційну парадигму історико-журналістських досліджень» [157, с. 7–8]. Результатом реалізації мети стало визначення двох груп завдань, чітко розмежованих науковцем: суто методологічних, спрямованих на переосмислення методології оцінки світоглядної публіцистики через аналіз концептосфери, та змістово-концептуальних, що визначають особливості наукового переосмислення об'єкта дослідження і окреслюють результат дослідницьких процедур.

Методологія дослідження відображає визначені авторкою системні завдання. Зокрема Л.Василик констатує, що «на першому етапі роботи домінує теоретико-методологічний підхід, …в подальшому перевага надається змістовому аспектові досліджуваної проблеми…» [157, с. 8]. Для виконання поставлених завдань використано традиційні методи аналізу, синтезу, узагальнення й абстрагування, бібліографічно-описовий та історіософський методи, а також порівняльний, аналітико-типологічний, проблемно-тематичний та стилістичний, частково використовується діахронічних підхід, залучено методику семіотичного аналізу й методи аналізу концепту, прийняті в когнітивній лінгвістиці. Відзначимо, що у роботі немає згадки про використання соціальнокомунікаційного підходу, а основними методологічними засадами дослідження стала «єдність історичного та системного підходів, інтегративний підхід» [157, с. 9]. Водночас не можна стверджувати, що не названий у дисертації підхід не використовувався Л. Василик. Адже в межах визначеного об'єкта дослідження чітко зафіксована соціальна площина національного

самоусвідомлення, що знайшла своє вираження у концептосфері ключових для становлення нації понять.

Обрані авторкою джерела емпіричного дослідження відзначаються соціально значимими критеріями національної елітарності, особливо періоду 1986–2010 рр., якого стосується робота. Такі видання як «Літературна Україна», «Вітчизна», «Київ», «Дніпро», «Сучасність», «Березіль», «Кур'єр Кривбасу», «Дзвін», «Всесвіт» були тогочасною трибуною націєтворчих устремлінь української інтелектуальної еліти й визначали позиціонування значимих складників національної ідеї та ідеології в широких колах суспільства. Тому за текстом та підсумками роботи Л. Василик можна простежити особливості формування концептосфери національної свідомості у вказаний період, визначити образи і форми, в яких поставали окремі концепти, встановити особливості соціального звучання, розкрити парадигму смислів та асоціацій, що були чи могли бути соціально актуальними у вказаний період.

Цінність дисертації Л. Василик (для формалізації наукової методології в межах соціальнокомунікаційного підходу) полягає у використанні методів формування концептосфери досліджуваного явища та лінгвістичного аналізу концептів з акцентом на їх соціальній значимості, зумовленій значимістю світоглядної публіцистики як феномена. Особливо актуальними результати дослідження можуть бути для порівняння зі змістово-смисловим наповненням націєтворчої концептосфери інших націй та країн. Адже саме через світоглядну публіцистику формується національна ідея, а потім виростає національна чи державна ідеологія, яка позначається на соціалізаційних процесах не одного наступного покоління.

Дисертація Ніни Іванівни Зражевської «Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій» захищена 24 вересня 2012 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. У роботі медіакультура розглядається як феномен соціальнокомунікаційної діяльності на основі глибокого аналізу теоретичних концепцій співвідношення культури соціуму та медіа як джерела й засобу її оприявлення, виявляються особливості трансформації медіакультури в

системі медійної практики та крізь призму медіакритики. Системне дослідженням медіакультури стало результатом вияву кількох чинників. Це зумовлено, насамперед, розвитком соціальнокомунікаційної науки, внаслідок якого потрактування явищ медіакультури вийшло за рівень часткових наукових завдань та могло бути адекватно визначене на рівні метакультурної моделі.

Наукова проблема у дисертації подається через обґрунтування актуальності дослідження обраного об'єкта внаслідок відсутності таких праць в українському науковому дискурсі. Вчена акцентує на тому, що проблеми формування медіакультури вивчалися в соціологічних і культурологічних роботах, а традиція українського журналістикознавства таких робіт практично не знає. Н. Зражевська наголошує, що «Вивчення проблеми медіакультури, медіаграмотності у вітчизняній комунікативістиці, теорії соціальних комунікацій, є особливо актуальним, оскільки передбачає вироблення методології аналізу медіакультури з метою медіаосвіти, протистояння соціальному примусові й маніпуляціям, здійснюваним через медіа» [342, с. 1]. І далі: «Українська медіатеорія не втрачає зв'язків із критикою і з соціальними комунікаціями, як це сталося, наприклад, в Росії, але і не має чітко окреслених меж і програм. Тому актуальним залишається напрям вивчення медіакультури як культури інформаційного суспільства, як продукту комунікаційних технологій постмодерну, як концепту ідентичності і владних стосунків тощо» [342, с. 3]. Як зазначалося вище, визначення наукової проблеми через відсутність знань про щось не завжди вказує на існування такої проблеми. Однак щодо цієї роботи маємо широке обґрунтування і теоретичних, і практичних проблем, що випливають із відсутності системного тлумачення медіакультури в соціальнокомунікаційному науковому дискурсі.

Це обґрунтування передусім формується на основі усвідомлення ролі медіакультури в інформаційному суспільстві, з одного боку, та недостатності потенціалу традиційної методології для вивчення явища – з іншого. Феноменологічний підхід до медіакультури забезпечив повноцінне розкриття потенціалу досліджуваного об'єкта в контексті саме соціальнокомунікаційному, орієнтованому, насамперед, на динаміку соціальних процесів та місце медіакультури

в цих процесах. Зростання ролі медіакритики, проблема розвитку медіаграмотності як елемента соціалізаційного порядку зумовлюють необхідність урахування соціальних наслідків розвитку медіакультури, домінування окремих стратегій та концепцій її наукового осмислення для розвитку й нової галузевої теорії, і оновлення медійної практики. Вчена пише: «… методологія і методи дослідження медіакультури – окрема, дуже складна проблема, яка актуалізується у зв'язку із новими поглядами у розумінні і поясненні феномена медіакультури як соціокомунікаційного явища» [342, с. 2].

Вирішення цієї проблеми має відкривати нові шляхи в осмисленні ролі медіа та фахового середовища в трансформаціях інформаційно-комунікаційного простору. Тому впровадження результатів дослідження (їх практичне значення) авторка передбачає, насамперед, у навчальний процес та у площину нових наукових досліджень медіакультури. Загалом підхід спрямовано на поступове екстенсивне поширення нових знань, що характерно для феноменологічних праць. Учені тут, як правило, орієнтуються на наукове середовище та навчальний процес, розуміючи всю важливість системного включення результатів досліджень у практику підготовки кадрів, формування експертних аудиторських матеріалів. Таким чином використовуються моделі донесення знань до практиків медіадіяльності, а також здійснюється формування системи фахових компетенцій у майбутніх суб'єктів соціальнокомунікаційної діяльності.

Метою дисертації Н. Зражевської стає «дослідження медіакультури інформаційного суспільства як комунікаційного явища з урахуванням комплексних наукових підходів і методів, що дають змогу поставити її у контекст соціальних комунікацій» [342, с. 4]. Таке формулювання передбачає дві площини вирішення наукової проблеми: по-перше, оновлення соціальнокомунікаційного інструментарію й парадигми наукового дискурсу в цілому; по-друге, позиціонування об'єкта в соціальнокомунікаційній площині передбачає системність і якість його вивчення. Адже досить складно припустити, що в культурологічних чи соціологічних працях можна вповні розкрити значення медіакультури для індустріального чи постіндустріального суспільства. Для цього потрібно володіти теоретичною базою

соціальних комунікацій та журналістикознавства, ключовими теоретичними засадами дослідження нових медіа, а також розумітися на технологічних особливостях реалізації медійної практики.

Окремо стоїть питання соціальної значимості розуміння медіакультури в соціальних комунікаціях. Визначення історичних детермінант розвитку медіакультури в проекції соціальних трансформацій соціуму не можливе без включення в аналіз системи функцій, які виконують медіа в той чи той період, що знову ж таки зумовлює доцільність «соціальнокомунікаційного підходу для вивчення місця медіакультури у структурі соціальних комунікацій як культури інформаційного суспільства, що охоплює усі сфери соціального життя» [342, с. 5]

Наукова новизна дисертації відзначається кількома параметрами, в яких розкриваються системні погляди на медіакультуру саме в площині соціальнокомунікаційних досліджень. Поряд із доведенням мети культурного змісту медіакультури, концептуального позиціонування її в системі масовокомунікаційних теорій, формуванням культурального підходу та виявленням нових медіатехногій як компенсаційних стратегій медіакультури, вчена виділяє окремі наукові напрямки та теорії, що знайшли продовження в роботі: оновлення системи функцій медіакультури в інформаційному суспільстві, розвиток теорії консьюмеризму та встановлення механізмів творення культурних продуктів за допомогою медіаіндустрії, наслідки трансформації сучасної медіакультури «у бік ідеологізації» та «з метою соціального примусу і медіаконтролю» [342, с. 5–6]. Окремо, як результат, Н. Зражевська виділяє оновлення теорії соціалізаційних процесів, які безпосередньо пов’язані з медіакультурою, «оскільки присутність медіакультури існує в усіх галузях сучасного життя, і насамперед у свідомості людини» [342, с. 5].

Увага до оновлення чинного теоретичного базису науки про соціальні комунікації є свідченням формування нових напрямків наукових праць з одного боку, а з іншого – основою для інтеграції наукових результатів у міжнародний науковий дискурс. Для нашої роботи важливим є позиціонування соціальнокомунікаційного підходу як інструменту дослідження в умовах формування нового теоретичного базису наукової галузі. Також актуальними бачаться потенційні можливості

використання інструментарію для виявлення ключових залежностей між медіадіяльністю та соціальними процесами, що можуть бути і результатом, і наслідком такої діяльності. У цьому ключі дослідження Н. Зражевської є прикладом обґрунтування винятковості соціальнокомунікаційного підходу для системного вивчення складних явищ взаємодії соціуму та медіа.

Методологічною основою роботи стали такі методи: «абстрагування, формалізація, аналіз, синтез, індукція, дедукція, аксіоматика, узагальнення, термінологічний аналіз, класифікація, порівняння. Як метатеоретичні методологічні основи дослідження застосовано основні принципи діалектичної логіки (сходження від абстрактного до конкретного, співвідношення емпіричного і теоретичного, єдність історичного і логічного тощо)» [342, с. 5]. З позиції формування інструментарію соціальнокомунікаційного підходу, акцентуємо на метатеоретичних основах, адже у роботі розглядається складний феномен, розуміння якого виходить далеко за межі медіапрактики чи окремих теорій проектування культурного середовища з використанням системи засобів масової інформації чи соціальної комунікації в цілому. Загальнонаукові принципи, покладені в основу такого підходу, передбачають всеохопність явища і, водночас, вказують на характер дослідницьких процедур. Для феноменологічних досліджень використання метатеоретичного підходу є виправданим, оскільки прояви досліджуваних у соціальних комунікаціях феноменів охоплюють сферу інформаційного виробництва та соціальні процеси, систематизовані в межах часових, просторових, ідеологічних тощо систем.

Аналіз теоретичних підходів до розуміння взаємодії соціуму і медіа в контексті медіакультури дав підстави для цікавих висновків. У роботі доведено вплив медіакультури на медіатизацію сучасного суспільства, встановлено паралелі між досліджуваним об’єктом та масовою культурою, зокрема акцентовано, що медіакультура – це «метакультура інформаційного (постінформаційного) суспільства, організована за моделлю масової продукції для масової публіки» [342, с. 23]; визначено параметри функціонування контркультури та її місце в системі медіакультури; встановлено роль комунікаційних практик постмодернізму (фрагментації, мозаїчності, перфомантивності, ритуалізації, інтертекстуальності,

гіпертекстовості) в медіакультурному дискурсі та виявлено їх вплив на формування нової естетики медіакультури [342, с. 23].

Окремо варто звернути увагу на помічену дослідницею внутрішньо властиву для медіакультури особливість: «Створений медіакультурою образ повсякденного життя можна тлумачити як такий, що сприяє збереженню статус-кво, почасти несправедливого й репресивного суспільного ладу. З іншого боку, медіакультура сама продукує ресурси, які люди можуть використовувати або відкидати, формуючи власний світ всупереч домінантним моделям» [342, с. 24]. Ця залежність аргументовано доводить потребу у формуванні медіаграмотності, адже роль суб'єктивного чинника у сприйманні медіакультури, у позиціонуванні особи в її межах – надзвичайно висока. Саме тому соціальні процеси, політичні трансформації, ідеологічні моделі, які проникають в інформаційний простір і функціонують в ньому, можуть мати визначальне значення, а рівень індивідуальних компетенцій в процесах споживання інформації та іншої медійної продукції може визначати типологічні параметри світоглядних контекстів для певних соціальних груп чи страт.

З погляду соціальнокомунікаційного підходу, дисертація Н. Зражевської демонструє високу ефективність використання міждисциплінарних наукових методик до складного феномена – явища медіакультури. Використовуючи типові для феноменологічного підходу методи та формуючи методологію метанаукового дослідження, авторка показала пряму взаємозалежність між специфікою досліджуваного об'єкта та соціальними процесами, взаємозалежність розвитку медіакультури та соціальних перетворень, пов'язаних насамперед з можливостями відбору медіапродукції, свідомим розумінням цінності цієї продукції, формуванням соціальних очікувань та потреб, цінностей та орієнтирів. Отримані результати стали відправною точкою для багатьох наукових робіт, експертних досліджень сучасного інформаційно-комунікаційного простору, сформували в науці про соціальні комунікації предметне поле подальших розробок проблеми функціонування соціального середовища в умовах розвитку соціальних комунікацій.

Для розвитку соціальнокомунікаційного підходу цінність феноменологічних наукових праць виявляється в інституціалізації нових явищ та тенденцій соціальних

комунікацій у науковому дискурсі. Аналізовані наукові результати проявляють особливості використання нового наукового підходу, які можна узагальнити у вигляді кількох висновків: 1) інституціалізація нових понять відбувається через кваліфікацію інформаційно-комунікаційної природи таких понять та її соціального позиціонування; 2) описані феномени характеризуються не тільки в площині пізнаваних фактів, але й з використанням методів моделювання, проектування, узагальнення, що свідчить про певну наукову редукцію та необхідність подальшого осмислення цих явищ; 3) аналізовані праці формують теоретичну основу науки про соціальні комунікації і у такий спосіб визначають базові принципи наукового пошуку – від його тематичних обрисів до актуальної методології; 4) феномени, які розглядаються у всій сукупності наукових праць, можуть змінюватися, тому подальші наукові студії передбачатимуть виявлення нових інституціалізаційних особливостей цих феноменів – унаслідок появи нових інформаційно-комунікаційних технологій (як свого часу сталося із мережевою комунікацією з виникненням соціальних мереж) або ж нових соціальних проблем чи перспектив суспільного розвитку (як приклад, можемо назвати зміну розуміння націєтворчих медіапроцесів з початком гібридної війни Росії проти України).

2.4. Специфічні типи соціальної комунікації та нові соціально-комунікаційні стратегії

Цей підрозділ розкриває особливості досліджень, які торкаються нових комунікаційних явищ, технологій та стратегій. Закономірно в цей розділ потрапили дослідження тих сегментів медіаринку, які мають нетривалу історію в Україні – це дослідження інтернет-комунікації в роботах І. Артамонової та Л. Городенко, наукові студії протестантської періодики (М. Балаклицький), корпоративних медіа (Д. Олтаржевський).

Окремо до цього підрозділу включено дослідження Т. Крайнікової, в якому культура медіаспоживання постає як нове явище в структурі соціального середовища, особливо з огляду на процеси медіаосвіти, які активізувалися

останнім часом. Інші два дослідження – Е. Огар та В. Теремка – позиціонують у нових соціальних умовах видавничу діяльність та її результати. І якщо Е. Огар концептуалізує сучасну книгу як соціальнокомунікаційний феномен, то В. Теремко розробив і впровадив моделі переосмислення видавничих стратегій в умовах динаміки соціальнокомунікаційного простору, в якому функціонують і читач, і видавець, і автор.

Кожне з названих досліджень на час свого оприлюднення мало значний інноваційний потенціал, вирішувало значні теоретичні проблеми та демонструвало використання і традиційної, і нової методології для аналізу досліджуваних об'єктів.

У підрозділі аналіз дисертацій згруповано за тематичними та смисловими характеристиками: робота Л.Городенко аналізується поряд з дисертацією І.Артамонової, дослідження М.Балаклицкого і Д.Олтаржевського також розглядаються поряд в силу того, що досліджувані ними медіа мають певну подібність у функціях; після цього ми розглядаємо дисертацію Т.Крайнікової, яка підсумовує розмову про медіа і окремою групою аналізуємо дослідження Е.Огар та В.Терема, які присвячені видавничій діяльності

Поява глобальної мережі, соціальних мереж, нових видів медіа та їх ефективний розвиток в інформаційному просторі закономірно привертають увагу науковців. У підрозділ ми включили праці, в яких продемонстровано методологію уведення нових комунікаційних моделей, нових медіаформ у систему зрозумілої і прийнятної моделі науки. Ці дослідження стануть прикладом інтеграції підсистем нових комунікаційних середовищ у загальну систему наукових поглядів на світ соціальних комунікацій.

Дисертація Інеси Михайлівни Артамонової «Інтернет-журналістика в Україні: еволюція, соціоінформаційний контекст, системні характеристики» захищена 13 жовтня 2009 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій[5].

[5] Починаючи з 2009 року, від моменту захисту дисертації І.М. Артамонової, було чимало звернень у різні структури влади, найчастіше – в МОН, зі звинуваченнями дисертантки у плагіаті. У 2014 році МОН своїм рішенням зняло науковий ступінь доктора наук. І.М. Артамонова залишилися і, за деякими даними, працює на непідконтрольній українській владі території (т.зв. «ДНР»). Дисертація, автореферат та інші публікації

Наукова проблема дисертації Інеси Артамонової сформульована як проблема фахова та проблема теоретична. Дослідниця відзначає, що «у сучасному глобалізованому світі і медіакультурі, які змінюються під впливом інтернету, існує стратегічна необхідність у проведенні досліджень інтернет-ЗМІ як нового виду засобів масової комунікації, реалізації інноваційних медіатехнологій у межах діяльності нових засобів масової інформації, а також аналізі розвитку традиційних ЗМІ в новому комунікаційно-технологічному контексті та практиці їх адаптації до мультимедійних творчих умов». [5, с. 2]. Така постановка наукової проблеми більш актуальна для фахового середовища, як на час підготовки роботи активно сприймало інтернет-комунікацію як нову форму соціальної взаємодії, саме на період дослідження припадав стрімкий розвиток жанрових форм, становлення комунікаційних традицій, вироблення стандартів інформаційної діяльності в глобальній мережі.

Наукова проблема у теоретичному контексті подається через відсутність досліджень, які б формалізували нові комунікаційні реалії: «Аналіз наукової літератури показав відсутність загальновизнаних сучасних методик аналізу інтернет-журналістики, що спричиняє труднощі як в теоретичному, так і практичному дослідженні інтернет-ЗМІ. До цього часу немає чіткого визначення, який інформаційний ресурс мережі інтернет можна вважати засобом масової інформації. Поняття *інтернет-ЗМІ* ще не визначене і на законодавчому рівні. <…> Більш того, незважаючи на вже понад п’ятнадцятирічну історію розвитку інтернету в Україні, на сьогодні ще не вироблено загальноприйнятого підходу до цього феномену: різні дослідники розглядають інтернет і як канал поширення інформації, і як нове комунікаційне середовище, і як поле, у якому ЗМІ здійснюють свою діяльність, і як засіб масової інформації» [5, с. 2].

І. Артамонова, кваліфікуючи мету дисертації, підкреслює необхідність встановлення кореляційних залежностей глобального інформаційного потоку і локальних інформаційних середовищ, актуалізує потребу виявлення специфічних рис інформаційних обмінів та як результат вивчення інформаційного простору –

І. М. Артамонової не вилучені з каталогів бібліотек та інших установ і залишаються фактом української науки, тому и аналізуємо їх в дослідженні

вказує на оновлення інформаційної інфраструктури, виникнення нових способів і моделей інформаційного обміну.

У роботі окреслено напрямки типологізації онлайн-журналістики, авторка почасти виявляє жанрову природу нових медіаформ, традиційних для цього каналу передачі інформації. Увага до визначальних характеристики медіа середовища, його функціональних особливостей закономірно приводить до кваліфікації специфічних рис аудиторії інтернет-журналістики, для якої ці функції і реалізуються. Серед характеристик аудиторії у дисертації наголошено на активності як визначальній характеристиці, оскільки, «щоб отримати інформацію, її потрібно знайти й інтерпретувати, і це завдання реалізується безпосередньо аудиторією, яка має потребу в певному інформаційному контенті» [5, с. 20].

Виявлені особливості ставлять нові вимоги до фахової підготовки журналістів. Дослідниця акцентує на приватності та виявленні авторського «я» в текстах інтернет-журналістики [5, с. 21], що свідчить про розуміння інтернет-середовища як окремого елементу соціальної комунікації, який може коригуватися цілком відмінними від мас-медіа законами, зокрема відповідальність автора за текст не завжди виражена через систему приписів і норм поширення соціально значимої інформації як у традиційних ЗМІ. Оскільки інтернет-журналістика формально відображає картину традиційних медіа – поновлюваність контенту, медіаформати, позиціонування тощо – то для аудиторії, яка не готова розрізняти особливості інформаційних платформ, які не є медіа, і не несуть передбаченої законом відповідальності за підготовку матеріалів, виникає потреба у розвиткові медіаосвіти, адже достовірність інформації за умов пропонованого підходу не є регульованою величиною.

Дослідження Інеси Артамонової різнобічно розкриває особливості функціонування нового медійного каналу у всьому багатстві конкретних форм та жанрів передачі інформації, типологізованих у дисертації, особливостей інформування, функцій та принципів організації діяльності включно з вимогами до журналістів, що виникають в межах цього нового середовища. Значним результатом дослідження є визначення характеристик аудиторії, на які спрямована

інформаційна діяльність і чиї потреби вона задовольняє. З позиції соціальнокомунікаційного підходу в цій роботі варто відзначити послідовність І. Артамонової при аналізі складних новітніх явищ інформаційного простору – загальнонаукова характеристика особливостей нового каналу передачі інформації – кваліфікація функцій – типологізація форм – виявлення особливостей аудиторії – формування специфічних вимог до індустрії. Соціальний контекст роботи виявлений насамперед аудиторними дослідженнями та кваліфікацією нових функцій інтернет-журналістики.

Дисертація Лесі Михайлівни Городенко «Мережева комунікація: теорії, моделі, технології» захищена 14 травня 2012 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Дослідження стало другим в історії становлення соціальнокомунікаційної галузі, що присвячене проблемам інституціалізації комунікаційних потенціалів глобальної мережі. Але якщо робота Інеси Артамонової охоплювала лише інтернет-журналістику, то Леся Городенко розкриває набагато ширші контексти комунікаційної парадигми, яка ґрунтується на використанні інтернет-технологій.

Актуальність праці та наукова проблема, що в ній вирішуються, кваліфіковані чітко, авторка наголошує на широкому спектрі розвідок, які включають мережеву комунікацію як об’єкт дослідження, особливим акцентом відмічаючи соціологію та філософію. При цьому ключові результати вивчення мережевої комунікації вчена бачить у соціальних комунікаціях, для яких «важливим є встановлення соціальних аспектів комунікаційної дії, що проявляються у визначенні соціальної природи інформації, соціальної значущості монологічного, діалогічного та полілогічного спілкування, метою якого є донесення змісту до аудиторії і формування її думки» [192, с. 2].

Метою дисертації стало створення «наукової моделі розуміння теорії мережевої комунікації» [192, с. 5]. Виконання цієї мети передбачало серйозну роботу над узагальненням та інтеграцією наукових підходів до розуміння мережевої комунікації, системне відображення технологій та внутрішньої

структури досліджуваного явища, встановлення його типологічно-класифікаційних характеристик.

Досягнення мети – і разом із тим розв'язання наукової проблеми – передбачало використання широкого кола методів, які у дослідженні виділено в 2 групи – за критерієм науковості та критерієм емпіричності [192, с. 6–7]. До першої групи методів авторка відносить методи синтезу, аналогії та моделювання, узагальнення, класифікації. Друга група представлена гіпотетико-дедуктивним, аксіоматичним методами, елементарно-теоретичним аналізом, контекстуальним та герменевтичним аналізом, а також методом формалізації. Методологічна основа дослідження цілком достатня для виконання поставлених завдань. Варто відзначити послідовність Л.Городенко при формуванні розуміння теорії мережевої комунікації. Модель дослідницьких процедур, як випливає з роботи, полягала у вивченні та узагальненні теорій розуміння мережевої комунікації, виділення її істотних рис та особливостей, встановлення внутрішньої структури і зовнішніх соціальних кореляцій, і за цими результатами – перевірка на емпіричному рівні правильності пропонованої теоретичної моделі. Така дослідницька ретельність визначає високу якісну результативність роботи та продовжуваність результатів цієї дисертації в інших наукових працях.

Наукова новизна результатів дослідження зосереджена у формуванні «концептуальних положень теорії мережевої комунікації». Крім того, в дисертації удосконалено розуміння журналістики в системі мережевої комунікації, продовжено наукові теорії «мережевого суспільства», причому авторка наголошує на розвиткові комунікаційних складників цієї теорії [192, с. 7]. У дослідженні послідовно простежується розуміння мережевої комунікації як окремого феномена соціальної комунікації. Це помітно і в формулюваннях наукової новизни, де авторка не тільки номінує названу кореляцію, але й вказує на виявлене в дисертації місце мережевої комунікації у системі соціальних комунікацій як концептуальну модель.

Важливим результатом роботи, цінним науковим здобутком є система сутнісних ознак мережевої комунікації, які виявлені, описані та схарактеризовані

в дисертації. При цьому у дисертації наголошено на соціальній природі мережевої комунікації як явища, а контекст дослідження охоплює процеси становлення інформаційного суспільства та активності аудиторії у продукуванні фактів інформаційної реальності. З огляду на це, варто відзначити широту класифікаційних характеристик, які повністю охоплюють явища мережевої комунікації. Подана у роботі класифікація характеристик включає:

• *групу технологічних характеристик*: оперативність; мультимедійність; просторово-часове наближення; загальнодоступність; залежність від технологій; гібридність; синергетичність; децентралізованість і ризома;

• *групу інформаційно-комунікаційних характеристик*: глобальність; масовість; цілісність; мозаїчність; інтерактивність;

• *групу творчих ознак:* креативність; позамовність; метафоричність; креолізованість; інтертекстуальність та гіпертектсуальність; анонімність;

• *групу психологічних характеристик*: інмутація; адикція; деперсоналізація, обмеження сенсорного досвіду; невизначеність ідентичності [192, с. 13–14, 23].

Окремо дослідниця вказала на технологічну природу реалізації комунікаційних функцій в системі мережевої комунікації, тобто підкреслила, що функціональна парадигма мережевої комунікації співвідносна з традиційною, а от способи реалізації цих функцій обов’язково передбачають використання технологічних складників породження та отримання інформаційних повідомлень чи контенту загалом.

Категоризація мережевої комунікації як соціальнокомунікаційного феномена [192, с. 23] виявила два домінантні типи комунікації, диференційовані у дослідженні на технології спілкування у реальному часі та технології віддаленого спілкування. При цьому критерієм виділяється надходження повідомлення до комуніката та можливості його реагування на такі повідомлення [192, с. 24–25]. Умовність такого підходу детермінується розвитком технологічних можливостей та технічного забезпечення мережевої комунікації. Так, на час проведення дослідження електронна пошта не була масовим явищем комунікації в реальному

часі, й класифікована в дисертації як відстрочена комунікація, однак сьогодні така комунікація має входити до першої групи онлайнового спілкування, можливість якого забезпечують функціонально нові пристрої для мережевої комунікації (від смартфонів і планшетів до смарт-годинників і новітніх технологій доповненої реальності).

Аналіз рівня розвитку суб'єктів комунікаційних практик в українському інформаційному просторі дав підстави Лесі Городенко зробити висновок про складність та неоднорідність медіасуб'єктів: «Національний віртуальний медіа-сегмент представлений широким видовим і концептуальним відтворенням, починаючи від технічно і контентно примітивних візиток (сайти деяких районних газет чи телестанцій) до потужних інформаційно-комунікаційних мультимедійних порталів (як правило, загальнонаціональні канали); від текстових з невеликою кількістю зображення сайтів до складних креолізованих систем, що синтезують текст, звук, зображення, анімацію, інтерактивний інструментарій» [192, с. 25–26]. Розвиток мережевої комунікаційної інфраструктури на сьогодні передбачає формування закономірностей, цілком традиційних для конкуренції на інформаційному ринку. З одного боку, потреба у інструментах мережевої комунікації – виразний чинник статусної необхідності в умовах становлення інформаційного суспільства, з іншого ж – вузькі медіафункції, відсутність мотиваторів для розвитку комунікаційного та економічного плану призводять до формальних, почасти слабко інтегрованих в національний інформаційний простір інформаційних продуктів для мережевої комунікації. Услід за Л. Городенко можемо констатувати, що сьогодні переважає потреба в універсалізації мережевих інструментів та сервісів, коли для функціонування регіональних інформаційних платформ достатньо базового функціонального набору інструментів мережевої комунікації, а жорстка конкуренція національних медіасуб'єктів передбачає розвиток інноваційних технологій та продуктів.

З позиції розвитку соціальнокомунікаційного підходу, праця Л. Городенко важлива для вироблення системного бачення нових, технологічно складних явищ інформаційно-комунікаційного характеру, проникненням у внутрішню структуру

та позиціонуванням мережевої комунікації в системі традиційної наукової парадигми з акцентами на соціальнокомунікаційних особливостях, що потребують у перспективі нових системних досліджень.

Дисертація Максима Анатолійовича Балаклицького «Розвиток протестантської журналістики в Україні: генеза та сучасний стан» захищена 29 жовтня 2014 року зі спеціальності 27.00.04 теорія та історія журналістики. Цю роботу розглядаємо у групі феноменологічних досліджень з огляду на особливість об'єкта вивчення – тематика і проблематика, жанрова система цього типу журналістики є особливим явищем журналістики, і не лише національного рівня.

Суттєві відмінності з традиційною журналістикою автор виявляє у сприйманні аудиторією протестантських медіа, а також тим значенням, якого набуває видання для цієї аудиторії. У підсумках роботи відзначається, що для протестанта «конфесійні медіа не є джерелом розваги. Навпаки, їх у найбільш радикальних формах можна ототожнити з аналогом святині: ритуалом (прочитання / перегляд як аналог богослужіння), (дистанційованим) церковним братством, джерелом істини, смисложиттєвих цінностей, екзистенційного опертя, навіть теофанії. Відповідно, й реакція реципієнта на такі повідомлення в крайніх проявах є справою релігійної посвяти, виміром реальності його християнського «обличчя», реалізацією віри як такої» [25, с. 22]

Таке розуміння аудиторії ставить цілком нове коло завдань перед авторами та редакціями конфесійних медіа, по-іншому визначає систему функцій, яку ці медіа реалізують. Власне ці особливості позначаються і на жанровій системі. Характеризуючи жанрову палітру протестантських медіа, М.Балаклицький наголошує «Зазвичай, релігійні жанри відтворюють усне спілкування» [25, с. 19], при цьому вказує, що аудиторія таких видань чи телеканалів не надто великою, порівняно із аудиторією традиційних засобів масової комунікації. Внаслідок цього може формуватися нова, окрема модель масової комунікації, коли автор та канал передачі повідобрення сакралізуються, а сам матеріал тяжіє до абсолюту з позиції стандартів правдивості та достовірності.

Тематика матеріалів та специфіка її розуміння виявляють ще одну закономірність у діяльності таких медіа – актуальність інформації стає менш важливою порівняно з її відповідністю істині як категорії сакрального змісту.

Наукова проблема у дослідженні Максима Балаклицького визначена через відсутність наукового осмислення досліджуваного об'єкта. На думку автора, вона полягає у неглибокому знанні специфіки медіакомунікацій у релігійних спільнотах, особливо протестантських конфесій, впливу конфесійних медіа на духовне життя громадян і на тонус суспільного життя, а також впливу всесвітнього процесу медіатизації на релігійну сферу України [25, с. 2]. Така постановка проблеми визначає її фахову природу і аж ніяк не вмотивовує необхідність наукового дослідження, адже відсутність знань про цей доволі вузький сегмент інформаційного простору не впливає на трансформацію теорій сучасної журналістики. З іншого боку, варто говорити про оновлення теоретичного базису в дослідженні локальних медіа, про специфіку роботи журналіста та редакції в умовах сакралізації контенту як механізмів, що передбачають формування довіри до видання, ідеології, яку воно продукує чи підтримує, постатей, які з'являються на його сторінках. Ці тренди можуть проявлятися елементами політичної реклами чи піару, відображатися в партійній пресі, зрозуміло, маючи в основі властиві форми, але зорієнтовані на подібні ефекти реагування аудиторії.

Таким чином, отриманні результати дисертації мають широкий потенціал використання в соціальнокомунікаційних дослідження, а наукова проблема, поставлена автором – може набувати нового контекстуального звучання.

М. Балаклицький наголошує на взаємозалежності протестантської журналістики і тенденцій релігійного життя та називає у гіпотезі дослідження [25, с. 2] чинники розвитку цієї журналістики: трансформацію медійної сфери й «інтернетизацію медіапростору». Поява нових комунікаційних каналів, розширення технічних можливостей інформаційного обміну зумовлюють формування нових стратегій комунікації з масовою аудиторією, однак такі стратегії містять значну частину традиційних для попереднього етапу розвитку

форм. Можливо, саме тому значна частина матеріалів протестантських медіа співвідносні з усними жанрами, як зазначалося вище, а змістово-смислові характеристики матеріалів наближаються до сакралізованих форм притчі і проповіді.

Розв'язання наукової проблеми, на думку автора, передбачає таку мету дослідження: «розкрити особливості протестантської комунікації України в контексті медіатизації релігійного життя як типового явища інформаційної цивілізації, встановити роль і місце протестантської комунікації в журналістиці сучасної України» [25, с. 2–3]. Визначена мета роботи налаштовує дослідника встановлювати національні особливості протестантських медіа, з акцентом на тематико-проблемних та жанрових особливостях. Меншою мірою тут виявлятиметься осмислення теорії журналістики, особливо з урахуванням сакралізації протестантських медіа та специфічному врахуванні запитів аудиторії.

Тут варто навести цікаве спостереження науковця: «Результативність журналістської роботи протестантів визначається глибиною впливу їх продукту на визначену групу осіб. Це безпосереднє соціальне оточення членів протестантських церков» [25, с. 11]. Визначеність аудиторії, керованість контенту та його значимість виявляють закономірності розвитку протестантської журналістики в Україні, при тому в роботі згадується, що значна частина текстів – перекладені з інших мов.

Методологія роботи означена нечітко: дослідник не наводить переліку використаних методів аналізу, хоча спорадично згадує опитування [25, с. 8, 13]. При цьому досить ґрунтовно відображені чинні наукові підходи, що лягли в основу дисертації. У роботі вказано: «Ми спиралися на теорії неминучої масифікації В. Різуна, теорію медіадосліджень В. Іванова, теорії патогенного тексту Б. Потятиника й М. Лозинського, глобалізації мас-медіа О. Зернецької, дискурс-аналізу К. Серажим, теорії інмутації О. Холода, концепцію світоглядної (екуменічної, морально-етичної) публіцистики Й. Лося, релігійної журналістики А. Бойко, панідеологічний, антиринковий підхід до аналізу журналістських явищ І. Михайлина» [25, с. 3]. Ці теорії стали підґрунтям для аналізу особливостей

протестантської журналістики в загальнонаціональній системі засобів масової інформації, однак не набули подальшого розвитку, принаймні в дослідженні чітко не обґрунтовано як ці теорії оновилися чи використовувалися. Більшою мірою тут вказується на те, що отримані результати не виходять за межі названих теорій та концепцій, доповнюючи науковий дискурс специфічними, але від того не менш важливими контекстами.

Більше того, в роботі знаходимо протиставлення концепції традиційної журналістики та журналістики протестантської: «Концепція журналістики, що ґрунтується на біблійній етиці, має відштовхуватися від віри в існування пізнаванної Істини. Об'єктивність – це близькість до Істини, максимально доступна суб'єкту, що пізнає. Якщо це християнська, біблійна журналістика, її об'єктивність виміряється біблійним текстом. Постмодернізм, заперечуючи існування такої Істини, знецінює поняття об'єктивності. Відстороненість, секулярне розуміння об'єктивності є не правдою (істиною), а виготовлюваною версією, повідомленням, якого вимагає сподіваний гонорар або поточний політичний момент. Творцем цієї «правди» є професіонал, відповідно, її реципієнт перетворюється з його діалогового партнера на гвинтик конструйованої журналістом соціальної машини» [25, с. 17]. Не можна погодитися з винятково маніпулятивним характером дії традиційної журналістики, особливо – в ключі актуалізації професійних стандартів та процесів демократизації інформаційного обміну.

У контексті соціальнокомунікаційного підходу дослідження М. Балаклицького відкриває новий сегмент інформаційного простору, актуалізує моделі розвитку інформаційно-комунікаційних особливостей цього простру, виявляє особливі характеристики аудиторії протестантської журналістики, показує значимість протестантської періодики як феномена, що виходить за межі утилітарного й до певної міри сакралізується.

Дисертація Дмитра Олеговича Олтаржевського «Корпоративні медіа як інструмент соціальних комунікацій» захищена 25 листопада 2014 року зі спеціальності 27.00.01 – прикладні соціально-комунікаційні технології. У праці

корпоративні медіа розглядаються як феномен складної комунікаційної природи, що поєднує різні функції та комунікаційні практики. Використання соціальнокомунікаційного підходу дозволило авторові системно кваліфікувати корпоративні медіа як окремий сегмент інформаційного простору.

Складність феномена корпоративних медіа відзначено автором при обґрунтуванні актуальності роботи. Дослідник пише: «Неабиякий інтерес викликає унікальна синтетична природа корпоративних медіа, яка розкривається в поєднанні кількох видів масової комунікації: медійної, рекламної та PR. Отже, означена зона наукового пошуку перебуває на перетині новітніх напрямів досліджень суспільних зв'язків, що активно розвиваються і стають субстратом для виникнення нових знань» [610 с. 1]. Діяльність засобів масової інформації рекламних служб та відділів зв'язків із громадськістю засновується на різних, іноді протилежних принципах. Вони виконують відмінні функції, тому проблема кваліфікації корпоративних медіа як сегмента в структурі засобів масової інформації передбачає спеціальну увагу до функцій медіа, врахування особливостей впливу на аудиторію та спеціальних настанов при визначення проблемно-тематичних особливостей видань цього виду. Завдання, які стоять перед корпоративними медіа, формуються передусім у площині забезпечення корпоративних інтересів, корпоративної культури, тому поряд з інформуванням та аналітикою тут реалізуються комунікаційні тактики, спрямовані на рекламування, позиціонування ідеології, що визначає якісні параметри виробничих процесів, спеціального гуртування аудиторії навколо спільних справ та ідей – масифікацію.

З огляду на це, об'єкт дослідження Дмитра Олтаржевського у залежності від настанов компанії-власника корпоративного медіа може виглядати досить строкато, а модель такого медіа, надана для теоретичного осмислення, повинна включати всі відзначені особливості та передбачати можливість появи інших важливих для виробничого процесу функцій.

Визначення наукової проблеми у роботі подається з позиції обмежень у розвитку теоретичних засад функціонування досліджуваного об'єкта. Автор відзначає: «Наукова проблема, яку розв'язано в цій дисертаційній роботі, полягає

в тому, що попри істотну кількість наукових робіт з означеної тематики, вони не створюють цілісного уявлення про феномен корпоративних медіа як інструмент соціальних комунікацій. Відчувається брак комплексних студій, які б могли систематизувати накопичений досвід, сформулювати методологічні засади роботи фірмової періодики, враховуючи специфічні завдання та можливості цього різновиду ЗМІ, визначити відповідні підходи в оцінюванні його ефективності та надати зважені практичні рекомендації щодо організації його діяльності» [610, с. 2–3]. Такий підхід до визначення наукової проблеми більшою мірою все ж орієнтований на фахове середовище, ніж на наукове, однак автор, ретельно аналізуючи стан дослідженості проблеми в українській та зарубіжній науці, виявляє причини відсутності системних досліджень – в українській науці це пов'язано з нетривалою історією розвитку і функціонування корпоративних медіа, а за кордоном – зі специфічними функціями, які ці медіа виконують.

Метою роботи стало формування «наукової моделі корпоративних медіа як інструменту соціальних комунікацій» [610, с. 3]. Виконання цієї мети передбачає формування типології в межах об'єкта дослідження та виявлення закономірностей, які визначають соціальну ефективність цих медіа, формують парадигму функцій та передбачають напрямки розвитку. Загалом можемо відзначити, що в роботі створено теорію корпоративних медіа, яка орієнтована і на наукове осмислення в контексті соціальнокомунікаційного вчення, і на медіагрупи компаній і організацій, що розвивають корпоративні медійні ресурси.

Наукова новизна дослідження відзначається внутрішніми характеристиками феномена корпоративних медіа, створеною автором принциповою моделлю такого виду засобів масової інформації. Водночас на підставі аналізу реального емпіричного матеріалу роботи корпоративних медіа в Україні Д.Олтаржевський оптимізував методологію їх дослідження, зокрема – понятєвий апарат, концептуальні моделі діяльності, розробив систему оцінювання ефективності такого типу ЗМІ. При цьому важливим аспектом новизни визначено «знання про концептуальні зв'язки корпоративних медіа в теорії соціальних комунікацій» [610, с. 7]. Іншими словами, створена теорія органічно поєднується з формами та

підходами до аналізу явищ комунікаційної дійсності, що прийняті в науці про соціальні комунікації. Дмитро Олтаржевський запропонував системну модель корпоративних медіа показав місце їх в структурі соціальних комунікацій, виявив взаємозв'язки досліджуваного об'єкта з іншими формами комунікаційних взаємин.

Про багатоаспектність корпоративних медіа свідчить і практичне значення результатів дисертації. Насамперед відзначимо, що вони можуть інтегруватися в «навчальний процес підготовки професіоналів у сфері журналістики, реклами та зв'язків із громадськістю» [610, с. 7], тобто модель впровадження передбачає системне охоплення функцій корпоративних медіа в соціальних комунікаціях. Окремо автор наголошує на можливості використання результатів дисертації у практичній діяльності корпоративних медіа. Таке впровадження результатів роботи загалом характерне для феноменологічних досліджень в межах соціальнокомунікаційного підходу, а моделі аналізу ефективності корпоративних медіа, що запропоновані у праці, можуть виступати важливою компонентою додаткової фахової освіти чи перепідготовки.

Методологічна основа дослідження ґрунтується на загальних філософських принципах науковості, об'єктивності, конкретності, розвитку полярних визначень, детермінізму, єдності логічного та історичного підходів. Формування теорії корпоративних медіа реалізувалося на основі емпірико-аналітичного, порівняльного та описового методів, причому описовий (ідеографічний) метод у роботі представлений класифікацією та типологією, що цілком закономірно з огляду на поставлені завдання. Опрацювання емпіричного матеріалу здійснювалося методом контент-аналізу та статичного аналізу даних, модель ефективності корпоративних медіа створювалася з використанням конкретно-соціологічних методів дослідження – анкетування та експертного опитування [610, с. 6]. Запропонована вченим методологія є цілком достатньою для виконання поставлених завдань. Варто відзначити, що в перелік методів можна включити історіографічний, адже в роботі відтворено історичні умови становлення корпоративних медіа.

Система корпоративних медіа, як наголошується в роботі, порівнювана за сукупними обсягами аудиторії з традиційними ЗМІ. Специфічне поле функцій, які реалізується в цих медіа, спрямовується в основному на позитивні контексти діяльності, що може протистояти сенсаційності чи загальній критичності традиційної журналістики, відтак, рівень довіри до таких медіа є достатньо високим, оскільки факти дійсності, відображені в матеріалах, стосуються безпосередньої діяльності та легко перевіряються. Соціальний ефект використання таких медіа лежить у сфері загальної позитивної ідеології корпоративної культури, коли цінності однозначно спроектовані в майбутнє, результати зримі, відчутні, а координати соціального буття визначаються перспективами.

Здійснене Дмитром Олтаржевським дослідження могло відбутися тільки за умови використання соціальнокомунікаційного підходу. Сам автор наголошує, що цей підхід «допомагає розглядати діяльність корпоративних медіа у нерозривному взаємозв'язку з корпоративною, маркетинговою та комунікаційною стратегіями компаній, крізь призму поєднання внутрішніх і зовнішніх комунікацій, виконуваних прикладних завдань і бізнес-контексту, в якому вони функціонують» [610, с. 25]. Соціальнокомунікаційний підхід дав можливість поєднати зовнішні, формальні особливості функціонування досліджуваного об'єкта, внутрішню інформаційну природу комунікації та передбачувані комунікаційні ефекти, що виникають внаслідок реалізації стратегій корпоративної культури. Розгляд цих чинників (окремо чи поза всією повнотою системного поєднання) не міг би забезпечити повноцінний результат розуміння суспільної ролі корпоративних медіа, тому це дослідження доводить пріоритетність соціальнокомунікаційного підходу як методології наукового осягнення соціальної значимості складних феноменів дійсності, в яких комунікаційна складова частина є основною, але не єдиною важливою функцією.

Дисертація Тетяни Степанівни Крайнікової «Культура медіаспоживання в Україні: актуальний стан і механізми формування» була захищена 5 березня 2015 року.

Формулювання наукової проблеми в аналізованій роботі має унікальний характер: дослідниця розподілила її на складники з коротким, але змістовним аналізом кожного. Складники подаються в такій послідовності: «відсутність теоретичної бази для осмисленого розвитку культури медіаспоживання; низький рівень медіакомпетентності українського населення, а відтак не сформованість його культури медіа споживання; недостатньо ефективна система медіаосвіти в Україні; недостатній інтерес медіавиробників до медіадосліджень, спрямованих на вивчення їх аудиторій; неефективність концепцій української медіапродукції; неусвідомлення культури медіаспоживання як чинника розвитку держави». І далі автор констатує: «Серед опрацьованих джерел не виявлено наукові праці, в яких би вичерпно висвітлювалася проблематика медіаспоживання в Україні, пропонувалися чіткі підходи до оцінки її стану, елементів, типів, чинників тощо» [437, с. 1–2].

У цій дисертації, як і в багатьох інших, авторка дає означення наукової проблеми через відсутність теоретичних розробок досліджуваного об’єкта і при цьому доводить необхідність дослідження об’єкта цілим рядом причин та обставин. Подібний підхід до кваліфікації наукової проблеми – не одиничний у парадигмі соціальнокомунікаційних праць. Вказівка на соціальну значимість пропонованої теорії для розвитку системи масовокомунікаційної діяльності засвідчує розуміння важливості цієї проблематики, доречності її вирішення у окремій фундаментальній дисертації.

Метою роботи визначено «формування теоретичної бази для осмисленого розвитку культури медіаспоживання в Україні». Аналіз завдань дослідження показує різновекторність та всеохопність науковця: тут і вивчення теоретичних праць попередників, і аналіз концепцій медіаспоживання, і наукова кваліфікація досліджуваного явища в усій множині його смислових варіацій та зв’язків, системоутворювальних чинників та компонентів. Також авторка зосередилася на вивченні «поширених типів медіаспоживання», «медіаповедінки окремих груп та індивідів», характеристиці «типів медіаспоживання» та визначенні» детермінант і механізмів трансформації медіа культури» [437, с. 2–3].

Широта поставленої проблеми зумовила системність методології, використаної дослідницею. У дисертації застосовано загальнонаукові методи аналізу і синтезу, типологізації, класифікації, аксіологічний, структурно-функціональний та гіпотетико-дедуктивний методи [437, с. 2–3]. Два з названих методів – аксіологічний та гіпотетико-дедуктивний – не часто використовуються науковцями, які обрали соціальнокомунікаційний підхід.

Визначені у дисертації параметри наукової новизни беззастережно вказують на реалізацію соціальнокомунікаційного підходу: поряд з «комплексним тлумаченням медіакультури», авторськими дефініціями ключових понять, вивченням «морфології культури медіаспоживання» обґрунтовано суспільні характеристики явища, закономірності його поширення та стану в соціумі: вказано на «значення суб'єктності як засадничого чинника медіакомпетентності», здійснено аналіз «ієрархії медіакомпетентності українського населення» з акцентом на типах національної культури медіаспоживання (медіаконсьюмеризм, медіапросьюмеризм, перехідний тип), встановлено «механізм споживчого вибору в медіаспоживанні» [437, с. 4].

Результатом всебічного підходу авторки до об'єкту дослідження став розвиток сучасних теорій та концепцій, зокрема «теорії аудиторії як сукупності різноманітних концепцій», «теорії цінності», «концепції медіакультури», концепції актуалізації видавничого маркетингу на основі ґрунтовного вивчення характеристик інформаційних потреб, інтересів та медіауподобань аудиторії» [437, с. 4–5].

Відзначимо, що увага авторів до наукового результату не завжди буває настільки чіткою та системною, як у дослідженні Тетяни Крайнікової. Будь-яке феноменологічне дослідження оновлює теоретичну базу, не стільки в частині формування нового наукового напрямку, хоча і це важливо, скільки в уведенні нового феномена в традиційну наукову модель світу. Внаслідок чого така наукова модель може розширюватися, деякі її положення трансформуються чи й взагалі втрачають актуальність. Тому увага до змін в чинній загальновизнаній теорії є

свідченням системності дослідника та значимості його результату, як мінімум – у науковій парадигмі.

Запропонована Т. Крайніковою модель практичного впровадження результатів дослідження має один акцент, який можемо трактувати як надзвичайно важливий для соціальнокомунікаційного підходу. Авторка пише: «Положення дисертаційної роботи можуть використовуватися в медіаосвітніх практиках різних рівнів – при розробці відповідних програм, реалізації проектів тощо» [437, с. 5]. Цей акцент дослідниця виносить окремим абзацом, відокремлюючи його від впровадження результатів у систему медіадіяльності та в навчальний процес. Фактично, тут створюється концепція реалізації результатів дослідження для формату «B2B», тобто стверджується можливість побудови бізнес-стратегій для оптимізації характеристик медіапродукції, закладається база для розробки тренінгових методик на основі дослідницького підходу. Виокремлений напрям реалізації отриманих підсумків роботи справді унікальний, адже виводить на широкі перспективи проектування медіаспоживання на основі потреб та інтересів аудиторії, що є наріжним каменем проектування будь яких нових чи оптимізації чинних засобів масової комунікації, видавничих продуктів, рекламних трендів тощо.

Дисертація Тетяни Крайнікової, як і більшість досліджень, здійснених на основі соціальнокомунікаційного підходу, зорієнтовує загальні підсумки роботи у соціальну площину реалізації мети. Вчена акцентує на соціально значимих чинниках розвитку різних типів медіаспоживання, визначає критерії розвитку медіакультури в площині державної політики та оптимізації внутрішньої структури ЗМІ, концепції яких, з одного боку, «повинні бути конгруентними споживчим потребам, інтересам та уподобанням, а з іншого – соціально відповідальними – спрямованими на стимулювання інтелектуальних запитів, виховання хороших смаків» [437, с. 22].

Не лишається поза увагою вченої й індивідуальна суб’єктність в процесах формування інформаційних потреб споживання. У роботі констатовано: «національна культура медіаспоживання детермінується, і відповідно, повинна

формуватися на індивідуальному рівні. Йдеться про суб’єктивацію особи в просторі соціальних комунікацій – проходження шляху самоактуалізації. Для цього потрібна висока міра мотивованості індивіда до саморефлексії власних практик медіаспоживання та власної медіаповедніки» [437, с. 22].

Як підсумок відзначимо, що соціальнокомунікаційний підхід, продемонстрований у дисертації Тетяни Крайнікової, реалізувався через складну систему методології з формуванням гіпотез на основі емпіричних досліджень, теоретичного осмислення цих гіпотез в руслі чинної соціально комунікаційної теорії з акцентами на психологічних та соціальних чинниках , що визначають медіаспоживання. Отримані авторкою результати відображають сучасну соціальну структуру й орієнтовані на перспективні напрямки подальших досліджень, на концептуалізацію бізнесових моделей розвитку системи медіа, на державне забезпечення розвитку культури медіаспоживання суспільства. Уведення в систему науки про соціальні комунікації чіткої методології вивчення окремого феномена медіасфери, причому методології нелінійної, структурованої за природним функціонуванням досліджуваного об’єкта, може і повинно стати прикладом для наслідування в інших дисертаціях подібного спрямування.

Видавнича діяльність – один із вагомих чинників впливу на формування контекстів та форм соціальної комунікації. Поява окремих видавництв, а також структур, які популяризують друковане слово – як результат інтеграції інтелектуальних, стратегічних, виробничих зусиль – мала широкий резонанс (наприклад, видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», мережа книгарень «Є» тощо). Крім того, галузь стрімко оновлюється і на рівні технологічного процесу виготовлення продукції, і на рівні стратегій та форм розвитку галузі. Тому ми окремо розглядаємо роботи, що присвячені видавничій галузі.

Дисертація Василя Івановича Теремка «Видавничі стратегії в умовах суспільних трансформацій» захищена 27 березня 2013 року зі спеціальності 27.00.05 – теорія та історія видавничої справи і редагування. Робота представляє новий науковий погляд на розвиток видавничої галузі в умовах соціальних та

технологічних змін, які детермінують суспільні процеси і визначають особливості діяльності видавничої галузі в цих нових умовах.

Наукова проблема кваліфікується автором за допомогою зіставлення різнопланових характеристик сучасного стану видавничої галузі: «Наступ цифрових технологій звужує простір друкованої книги і пов'язаних із нею усталених практик, руйнує традиції читання. Виснаженість узвичаєного, невизрілість нового, невиразність орієнтирів, дефіцит успішних досвідів і прогностичних напрацювань знесилюють адаптаційний потенціал видавництв і погіршують стан галузі. Для подолання трансформаційних проблем буденної інтенсифікації замало. Потрібні нові концептуальні підходи, базовані на принципово інших знаннях інноваційні бізнес-моделі. Зміст, динаміка зумовлених трансформаціями «третьої хвилі» галузевих проблем окреслюють евристичну ситуацію і визначають дослідницькі орієнтири видавничої науки. …На заваді – евристичний традиціоналізм і монодисциплінарність, предметна та методологічна обмеженість, збіднене понятєве забезпечення» [782, с. 1]. Обґрунтування потреби розробки нової науковоємної стратегії у роботі В.Теремка не обмежується детермінантами розвитку галузі на етапі входження в цифрову епоху, вчений також наголошує на «поодинокому фігуруванні поняття «стратегія» у наукових дослідженнях» [782, с. 1], виявляючи при цьому відсутність теоретичної моделі для проектування нової виробничої платформи розвитку видавничої діяльності.

Відзначені дослідником комплексні галузеві проблеми засвідчили глибоке знання внутрішньо видавничих проблем ефективного функціонування галузі в умовах стрімкого технологічного розвитку суспільства, а також причин, які ці проблеми викликали. Науковець бачить вирішення цих проблем насамперед в розробці наукових підходів та інструментів аналітичного профілю для розробки нових видавничих стратегій. Переконливим свідченням цього є джерельна база дослідження, яка включає теоретичні роботи українських і зарубіжних вчених, експертні оцінки галузевої діяльності та «реальну практику видавництв» [782, с. 3]. Причому окремо не визначаються ті чи ті видавництва, тобто йдеться про загальний аналіз ринку. Отже, можемо зробити висновок, що автор свідомо уникає

пошуку шляхів вирішення проблем видавничої галузі лише в діяльності цієї галузі, тобто для ситуації розвитку видавничої галузі необхідно залучати ширші контексти, оскільки практика видавничої діяльності не може вповні виявити шляхи для кардинального оновлення стратегічних підходів.

Соціальнокомунікаційна основа дослідження розкривається через соціальні детермінанти сучасного стану та потреб галузі. В. Теремко наголошує, що «Дисертація дає цілісне розуміння ефективної діяльності видавництва в динамічному конкурентному середовищі» [782, с. 6], формуючи соціальні акценти у розумінні результативності дослідження. Загалом у роботі є чітке методологічне обґрунтування залежності між розвитком суспільства та формуванням інноваційних стратегій розвитку видавничої галузі.

Мета дослідження передбачає «осягнення і трансформаційне розкриття проблем сучасної видавничої сфери, генерування знань, покликаних забезпечити ефективність видавничих стратегій в умовах трансформацій «третьої хвилі»; впровадження у науковий дискурс співмірних сучасним реаліям ідей і положень» [782, с. 2]. Робота зорієнтована на встановлення актуальних часу форматів видавничої діяльності з урахуванням особливостей соціально-культурної парадигми, що визначає ключових суб'єктів цих процесів: і видавництво, і автора, і читача, а крім того, актуалізує процеси ставлення до книги, читання, цінності видавничої продукції, сформовані у соціумі під впливом різних чинників. Тому наукова цінність роботи визначається В.Термеком багатоаспектно, але на першому місці називається «вплив цивілізаційного переходу та видавничих трансформацій на видавничу сферу і становище видавництв» [782, с. 7].

Цікавим у контексті соціальнокомунікаційного підходу є бачення автором практичного значення дослідження [782, с. 7], при якому виявлено дві площини впровадження: одна орієнтується на видавничий менеджмент і науковців, інша ж – на оновлення теоретичних і практичних дисциплін видавничого спрямування. Особливість саме такої моделі виявляється через специфіку видавничої галузі, де, на відміну від журналістики, реклами чи зв'язків із громадськістю, технологічний цикл ставить більш жорсткі вимоги до діяльності фахівця, а виготовлення

продукції передбачає дотримання технологічного ланцюжка. Тому впровадження в навчальний процес нових теоретичних форм організації виробничої діяльності більш оперативно позначається на зміні реального виробничого процесу, ніж у журналістів чи рекламістів, адже технологічні складники виробничого процесу меншою мірою втрачають актуальність і ставлять зовсім інші вимоги до кваліфікаційних характеристик фахівця.

Таким чином, впровадження результатів дослідження у навчальний процес значною мірою впливає на внутрішньофахові процеси оновлення галузі, бо визначає ефективність окремих ланок технологій видавничого бізнесу. Не менш значимий результат несе апеляція до видавничого менеджменту, який в умовах соціальних трансформацій більш відкритий до актуалізації стратегій видавничої діяльності, що можуть підвищити бізнесову та соціальну ефективність. Зрештою, ці чинники безумовно позначаються на формуванні нових видавничих форматів і впливають на оновлення культури читання, можуть виступати мотиваційним компонентом інтенсифікації читацьких інтересів, уподобань та цінностей. Відзначимо, що В. Теремко включає до адресатів свого дослідження може і не численний, але системоутворювальний сегмент фахового середовища, власне тих, хто визначатиме діяльність видавничого сектору і проектуватиме реакції суспільства на видавничу продукцію.

Складність і поліваріантність наукового осмислення проблематики дослідження виявляється і в його методології, яка систематизована на основі інтеграції кількох підходів та методів. У роботі використано цивілізаційний, історичний, соціокультурний, компаративний, синергетичний підходи та низка методів: гіпотетико-дедуктивний, аналізу і синтезу, є сходження від абстрактного до конкретного, наукового прогнозування, метод експертних оцінок, емпіричні методи. Дослідження засноване на загальнонаукових принципах, серед яких автор називає принципи детермінізму, відповідності, додатковості, загалом філософську методологію дослідження та окремо – принципи еквіфінальності та емерджентності [782, с. 3]. Кваліфікуючи нові видавничі стратегії в умовах соціальних трансформацій, Василь Теремко використовує методологію,

орієнтовану насамперед на формування нового знання, нової наукової концептології, яка має визначати сумісну соціальному часу технологію виробничої діяльності. У цьому ключі важливим для становлення соціальнокомунікаційного підходу є інтегрування аналітичного і проектного підходів, обґрунтування об'єктивності нового знання, врахування варіативності та ключових властивостей нового знання як системи, що виходить за контекстуальні параметри підсистем, з яких вона складається.

Якщо традиційним результатом наукової презентації моделей у науковому дискурсі соціальних комунікацій виступає моделювання, реалізоване на матеріалі узагальнення виробничих практик під призмою поставленої дослідниками проблематики, і такі моделі фактично відображають реальний стан розвитку галузі, то використання проектної методології поряд з аналітичною веде до створення нових знань і форматів реалізації виробничих стратегій. Відзначимо, що такі дослідження трапляються нечасто, і важливим критерієм успішності таких розвідок є зв'язок із дійсністю, який не передбачає концептуалізації на рівні багаторівневих логічних побудов допустового характеру (як, наприклад, у дисертації М. Житарюка).

Серед праць, в яких ефективно поєднано узагальнення актуального та проектування нового знання, можемо назвати докторську дисертацію В. Різуна, де автор моделює редакторські системи як новий компонент традиційної наукової парадигми [732].

Серед результатів дослідження В. Теремка особливе місце посідають кілька ключових параметрів видавничої діяльності, які в умовах сучасного розвитку суспільства потребують нового осмислення, іноді – переосмислення на рівні навіть термінологічної кваліфікації: це стратегія, автор, видавнича продукція. При цьому стратегія визначається як «винятковий задум, унікальну послідовність взаємопов'язаних неповторних дій задля створення необхідних ситуацій і тенденцій, досягнення результату завдяки і всупереч обставинам» [782, с. 25]. Виявляючи особливості проектування нових видавничих стратегій на різних рівнях і в різних виробничих ситуаціях, дослідник доходить до висновків про

окрему роль автора, який з позиції стратегічних інтересів видавництва повинен виступати партнером, усвідомлюючи стратегічні цілі видавництва і сприяючи їх реалізації [782, с. 30]. В цих умовах видавничий продукт, насамперед книга, розуміється у новій соціальній площині: з одного боку, вона несе в собі культурні цінності, суголосні очікуванням соціуму, інтересам та потребам читача (чи актуалізує такі потреби) з іншого ж боку – книга виступає як товар, «орієнтований на конкретні потреби (споживча цінність) і при цьому є продуктом, що долає фази народження, розвитку, розквіту, занепаду і згасання (життєвий цикл)» [782, с. 28].

З позиції розвитку соціальнокомунікаційного підходу відзначимо деякі особливості дослідження Василя Теремка, які, на нашу думку, є найбільш цікавими: сформована дослідником методологія дала можливість запропоновувати нову технологічну модель видавничої діяльності, засновану на адекватній соціальним потребам стратегії, сформовані способи проектування нових знань можуть легко переорієнтуватися на будь-яку сферу медіадіяльності, за умови правильного визначення соціальної значимості та функціональності такої діяльності. Окремо варто відзначити, що науково-технічний прогрес у дисертації сприймається не у виробничо-кількісному (способи оптимізації кількісних характеристик виготовленої продукції), а у соціальному контексті – вплив на культуру споживання видавничої продукції, детермінант розвитку стратегій виробничої діяльності, виразник формування соціальних тенденцій, форм споживання інформації, і як результат – впливовий чинник оновлення системи медіадіяльності.

Дисертація Емілії Ігорівни Огар «Новітня українська дитяча книга: соціокультурний, комунікативний та видавничий виміри» захищена 25 червня 2013 року зі спеціальності 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Наукова проблема, що вирішується у дослідженні, лежить у сфері сучасного розуміння книги для дітей, з її структурно-функціональними особливостями та соціальними функціями. Вчена кваліфікує проблему в кілька способів: розкриває теоретичні складники, виражає предметне ставлення з фахового погляду на дитячу книгу, узагальнено номінує проблему при формулюванні мети дисертації.

Отже, визначимо специфіку прояву соціальнокомунікаційного підходу в роботі з позиції вирішеної наукової проблеми. Е. Огар констатує: «Для утвердження в суспільстві сучасної комунікативно ефективної дитячої книги потрібне вироблення оновлених теоретичних підходів до розуміння її феномена з позицій пізнавальних можливостей теорії соціальної комунікації; виявлення та аналіз головних тенденцій в її становленні з метою розроблення пропозицій щодо подолання негативних й подальшої розбудови позитивних; модернізація на практичному рівні процесів організації, підготовки, професійної та суспільної промоції дитячих медіа» [579, с. 1]. Далі у роботі дається осмислення проблеми з погляду фахівця видавничої справи: «для того, щоб прищепити дитині XXI ст. ставлення до книги як до незаперечної цінності сучасної культури, недостатньо навчити її досконалій техніці читання, дитина повинна полюбити цей процес – без новітньої за змістом і формою, різнопланової й багатофункціональної книги (на паперових та цифрових носіях), суголосної дитячій субкультурі, цього завдання не розв'язати» [579, с. 2].

Ці два різних підходи до визначення наукової проблеми показують, що вона набула не тільки наукового, але й соціального виміру: переоцінка місця і ролі дитячої книги сьогодні зумовлюється кількома чинниками, на що вказує авторка. При цьому не останнє місце в означеному процесі відіграє науково-технічний розвиток, що все більшою мірою розширює можливості комунікації між автором і читачем-дитиною, з'являються не тільки нові види технічної обробки видань, але і нові типи видань, що передбачають високу міру інтерактивного залучення читача у процеси сприймання інформації, зрештою, урізноманітнюють саму інформацію, коли поряд з паперовим варіантом книги існують спеціальні мережеві ресурси, спрямовані на подальший розвиток закладених у книзі історій.

В цих умовах наукове осмислення дитячої книги потребує не тільки з'ясування внутрішньовидових характеристик досліджуваного об'єкта, але і динаміку його соціальної ролі, динаміку соціальних функцій та особливості запровадженя нових умов і стратегій розвитку дитячого книговидання. З огляду на складність наукової проблеми, у меті роботи констатовано прагнення автора до

«новітнього теоретико-методологічного осмислення книги як соціокультурного, комунікативного і видавничого явища та особливостей його адаптації до конкретного часопростору» [579, с. 3].

У завданнях дисертації послідовно простежується розуміння дитячої книги як соціального феномена, насамперед в площині розуміння її ролі у формуванні соціальної культури, стрімкого розвитку видавничого бізнесу із все більшим залученням новітніх медійних продуктів. Е. Огар ставить завдання «довести унікальність дитячої книги як форми соціальної комунікації», «виробити й обґрунтувати теоретико-методологічні засади системної оцінки культури дитячої книги», «виявити перспективи розвитку дитячої книги в умовах змагальності між традиційними і новітніми медіа» [579, с. 4] тощо. Поставлені завдання передбачають соціально-культурне та власне фахове розуміння досліджуваного об'єкта, що, в свою чергу, визначає такий спеціальний підхід до методології дослідження, який передбачав би виявлення й оцінку системних фактів, що характеризують актуальну ситуацію дитячого книговидання.

Методологія дисертації вибудувана на поєднанні кількох підходів наукового аналізу та часткових методів – для виконання окремих завдань дослідження В основі лежить «загальна соціокомунікативна перспектива», яка, на думку автора, «дає змогу розглядати книгу системно: як внутрішньо-системне утворення, …як складову системи соціально-інформаційної комунікації, …як складову соціального середовища». Крім цього, в роботі використовується структурно-функціональний, системно-типологічний, ретроспективний, ситуативний та перспективний підходи; методи семіотичного аналізу, термінологічного аналізу, наукового прогнозування та описовий метод, прийоми спостереження, інтерпретації, узагальнення і класифікації [579, с. 5]. Як бачимо, методологію орієнтовано на розкриття особливостей внутрішніх системних зв'язків явища, з'ясування квалілогії дитячої книги, розкриття особливостей розвитку досліджуваного об'єкта і, водночас, встановлення соціальної значимості певних видових трансформацій дитячої книги, переоцінити роль якої в соціалізаційних процесах – неможливо.

У дисертації простежується цікава особливість – авторка розуміє, де повинні враховуватися потреби та ініціативи дітей у сприйманні і виготовленні дитячої продукції. Виявлений і описаний у роботі «дитячий самвидав» – як елемент соціальної природи, своїм існуванням підтверджує суб'єктність дітей як повноцінної частини соціуму, з диктатом через таку суб'єктність вимог до рівня ефективності різних моделей комунікації автора з читачами. У роботі відзначено існування певної складності у комунікації автора і читача, оскільки вони перебувають у різних соціальних умовах: соціальні потреби, соціальний досвід тощо. А питання комунікаційної ефективності дитячої книги винесено як окремий науковий результат, що включений вченою у наукову новизну роботи [579, с. 6–7].

Особливу увагу варто звернути на практичне впровадження результатів дисертації, яке дослідниця вбачає передусім у системі видавничої діяльності. Проблема в тому, що питання ефективності дитячої книги, стандартів – від видавничих до екології ідейності – є предметом широкого суспільного обговорення, до якого, крім суто виробників дитячої книжкової продукції, залучаються і науковці, і педагоги, і громадські організації, інститути держави як гаранта соціалізаційних процесів. Тому вибудувана Е. Огар модель має бути валентною для кожного системного підходу щодо вимог, потреб, форматів дитячих видань. У роботі знаходимо усвідомлення цієї складності, виявлене від суто формальних, але показових номінацій, наприклад, «науково-суспільний дискурс навколо феномену дитячої літератури і книги» до системних висновків авторки, в яких враховано природу досліджуваного явища та його соціальну вагу – концепт «дитиноцентричності» як підсумок реалізації унікальності видавничих продуктів [579, с. 20], наголос на необхідності розумного балансу між «комерційною та соціальною мотиваціями видавців», активізація «громадянської позиції щодо підтримки позитивного іміджу книги і читання» [579, с. 23].

Цінність дослідження Емілії Огар з позиції соціальнокомунікаційного підходу полягає у чіткому поєднанні внутрішніх характеристик досліджуваного явища з його соціальними характеристиками, причому такі соціальні аспекти функціонування дитячої книги визначаються не тільки у формі етичних настанов

чи очікувань, але й мають під собою інституціональну природу, регульовані контексти. До позитивних акцентів варто віднести формалізацію читача як чинника в системі книговидавничого процесу, досліджувану автором. Тобто свідомо розширюючи коло суб'єктів, що визначають ефективність розвитку книговидавничої галузі, враховуючи їх настанови та очікування, науковець знаходить форми для об'єктивного відображення реальних форматів функціонування досліджуваного явища, визначає соціальні пріоритети та внутрішньоструктурні обмеження його розвитку, як результат постає цілісна концепція соціальнокомунікаційного відображення феномена дитячої літератури і насамперед книги в складних умовах конкуренції традиційних і нових форм видавничої діяльності.

Наукові праці, розглянуті в цьому підрозділі дисертації, ілюструють окремі явища соціальних комунікацій, які об'єднує одна характеристика: всі вони були і почасти залишаються перспективними напрямами оновлення інформаційного простору.

Висновки до розділу

Функціонування масовокомунікаційного середовища можемо розглядати як окремий глобальний об'єкт дослідження. Соціальнокомунікаційний підхід при вивченні цього об'єкта є продуктивним способом пізнання, оскільки розкриває можливості встановлення соціальної значимості тих чи тих інформаційно-комунікаційних явищ.

Особливості використання досліджуваного у дисертації підходу характеризуються різноплановим втіленням наукового пошуку соціальних перспектив і оцінок інформаційних процесів на різних етапах та в різних умовах діяльності соціальних інститутів. Міра абсолютизму вчених щодо обраних об'єктів іноді вказує на надлишкову суб'єктивність таких оцінок, водночас сформовані в цій групі досліджень теоретичні основи нового наукового підходу є

виразними та технологічними і легко оптимізуються для виконання нових наукових завдань.

Можемо констатувати, що наукова площина соціальнокомунікаційних наукових праць, орієнтованих на вивчення середовища, виходить за межу власне наукового впровадження. Не будучи наукою заради науки, соціальні комунікації формують виразні траєкторії розвитку медіасередовища. Сьогодні процеси інтеграції науки та виробництва менш відчутні, ніж такі ж процеси в системі взаємин науки та освіти, однак все більше наукоємність інформаційного виробництва та все більша виробнича орієнтованість наукових розвідок визначають нові перспективи для наукової галузі 27.00.00 «Соціальні комунікації».

РОЗДІЛ ІІІ. СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПІДХІД В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПРОБЛЕМАТИКИ, ЗУМОВЛЕНОЇ ФУНКЦІОНУВАННЯМ ІНСТИТУЦІЙ ЗБЕРЕЖЕННЯ, НАКОПИЧЕННЯ ТА ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Розділ присвячено дослідженням функціонування бібліотек, архівів, вивченню сучасного стану інституціалізації сегменту накопичення та поширення знань у соціальних комунікаціях. Історично так склалося, що наукові спеціальності 27.00.02 та 27.00.03 розвивалися з історичних та педагогічних наук. Це позначилось на специфіці формування інструментарію дисертацій, формах презентації результатів та, загалом, тяжінні до історичних підходів під час аналізу емпіричного матеріалу. Водночас використання сучасних технологій бібліотечної діяльності, функціонування баз даних та специфічного електронного інструментарію доступу до інформації все більшою мірою актуалізують соціальнокомунікаційні особливості функціонування систем накопичення, обробки та зберігання даних, якими виступають бібліотеки та архіви. Ці чинники зумовлюють необхідність нового наукового осмислення інформаційних процесів, нового – передусім у методологічному вимірі, оскільки чинна канва філологічного, історичного, педагогічного підходів не передбачає можливості системного вивчення нових соціальних параметрів функціонування інформаційних систем та інститутів.

3.1. Наукове бачення розвитку соціальних функцій бібліотек

У цьому підрозділі ми аналізуємо дослідження Сергія Міщука, Валентини Пашкової, Надії Стрішенець та Катерини Лобузіної. Нами встановлено особливості відображення соціальних функцій бібліотек, зокрема формування уваги до технологій інтерактивної комунікації, зростання рівня оперативності в наданні інформації та забезпечення соціального відгуку на діяльність бібліотек. У дисертації доведено, що з джерела інформації і середовища, в якому така

інформація зберігалася, бібліотеки стають повноцінним соціальним інститутом, діяльність якого спрямована на соціальні потреби.

Ці процеси впливають на формування соціальнокомунікаційних стратегій в діяльності бібліотек, зумовлюють створення спеціальних дослідницьких програм та заходів, розробка яких передбачає врахування тенденцій перебігу соціальних процесів та, як наслідок, – потребує нової соціальнокомунікаційної методології.

Дисертація Сергія Миколайовича Міщука «Історико-кодикографічні та бібліографічні дослідження рукописно-книжної спадщини України (друга половина XIX – 30-ті роки XX ст.)» захищена 24 грудня 2009 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Дослідження подане на здобуття наукового ступеня доктора історичних наук. В авторефераті не вказано відомостей про наукового консультанта, очевидно, робота захищалася без нього. У дослідженні розкриваються особливості опису рукописних книг, виділяються теоретичні та практичні засади роботи з такими матеріалами.

Наукова проблема, яку вирішує дисертант, визначається таким чином: «проблема формування передумов теоретичних та науково-практичних засад історичного книгознавства, бібліографії стародруків, кодикології та кодикографії в Україні у другій половині XIX – 30-х роках XX ст. комплексно в історичній науці не розглядалася. У значній кількості праць цих питань лише побіжно торкалися або згадували їх фрагментарно та з різним ступенем деталізації – від бібліографічних посилань в наукових описах книги до теоретичних узагальнень сучасної кодикології, кодикографії, книжного пам'яткознавства. Оцінка реальних досягнень в галузі теорії книги також вимагає більш предметного висвітлення, розуміння співвідношення емпіричної, описової стадії становлення окремої науки та її повноцінного формування, врахування всіх існуючих напрямів, шкіл, діяльності окремих дослідників» [560, с.3]. Історичні умови розвитку бібліографічної справи, що розкриваються в роботі на матеріалі досліджень кодикографії, справді важливий етап становлення української книгознавчої науки. Дисертація С. Міщенка позиціонує вирішення проблеми у площині історичного книгознавства.

Саме історизм як принцип наукового дослідження розкривається в меті дисертації, якою є «з'ясування передумов і теоретичних та науково-практичних засад становлення історичного книгознавства, бібліографії стародруків, кодикології та кодикографічних методів в Україні у другій половині XIX – 30-х роках XX» [560, с.4]. Увага до обраного автором періоду вивчення чітко обґрунтована у роботі зміною наукових шкіл та підходів, коли в 30-х роках XX століття українська національна традиція книгознавчої справи була примусово обмежена. Натомість прийшли інші стандарти – радянські. Щоправда, це вже виходить за межі досліджуваного С. Міщуком об'єкта.

Наукова новина дослідження послідовно розкриває основні здобутки автора. Відзначимо відсутність аргументів вченого щодо продовження наукових теорій чи підходів будь-яких наукових шкіл. При цьому значимість дослідження для української книгознавчої науки сумнівів не викликає. Як на наш погляд, важливими результатами дисертації стало визначення «особистого внеску учених у розвиток історико-книгознавчих, джерелознавчих та бібліографічних студій, формування книгознавчих шкіл», висвітлення «практичної діяльності окремих учених у галузі збирання, наукового опису та джерелознавчого вивчення писемних пам'яток історії і культури України». Цінним також є обґрунтування автором значення досліджуваного періоду для становлення українського історичного книгознавства, виявлення особливостей «єдиної національної археографічно-бібліографічної школи» [560, с.6]. Ці результати набувають особливої вагомості у формуванні теоретичної бази книгознавства в умовах нових соціальнокомунікаційних реалій розвитку науки. Працею С. Міщука інституціалізуються значимі чинники історичного розуміння процесів наукового становлення галузі, національної своєрідності цих процесів.

Результати дисертації, за твердженням науковця, традиційно впроваджуються у навчальний процес [560, с.7]. Автор наголошує: курси, що сформовані на основі дисертації, викладаються не тільки студентам, але й використовуються у перепідготовці державних службовців. Такий підхід важливий з огляду на підсумкові висновки С. Міщука щодо досліджуваного

періоду: «Розвиток національної української школи книгознавців у другій половині 20 – на початку 30-х років було призупинено. Перша Всеукраїнська бібліографічна нарада в Києві у червні 1931 р., де була розгромлена українська бібліографічна школа, засудила будь-які прояви «буржуазного націоналізму» у бібліографії та книгознавстві. Докорінно змінюється проблематика книгознавчих досліджень, і наукове описування рукописних книг та стародруків як продукції буржуазної та релігійної культури припиняється на десятки років» [560, с.25]. Як бачимо, відновлення історичної пам'яті, історично правильне позиціонування соціальних траєкторій наукового становлення галузі – це той компонент соціальної значимості дисертації, який важить чи не найбільше. Таку розвідку не можна було здійснити тільки в межах історії книгознавства. Для встановлення категорій соціальної чинності автор використовує аналіз соціальних контекстів розвитку об'єкта в обраний період. Соціальнокомунікаційний підхід у цій роботі реалізується саме через виявлення взаємозв'язку теоретичних параметрів функціонування національної книгознавчої школи та соціальних умов її становлення. Інша площина застосування основного підходу соціальнокомунікаційної науки – виявлення високої актуальної соціальної значимості набутків наукової школи майже сторічної давнини для сучасної теорії книгознавства.

Дисертація Валентини Степанівни Пашкової «Еволюція національних бібліотечних асоціацій (1876-2009)» захищена 28 травня 2010 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Робота подавалася на здобуття наукового ступеня доктора історичних наук і виконувалася без участі консультанта.

Дослідження спрямоване на вивчення історичних особливостей формування та діяльності бібліотечних спілок. Проблема, що порушується в роботі, кваліфікується авторкою як відсутність «узагальнюючих історико-порівняльних праць, присвячених проблемам еволюції й сучасному етапу функціонування національних бібліотечних об'єднань та їхньої ролі в розвитку професії й вдосконаленні управління бібліотечною справою» [667, с. 2]. Авторка вказує на

актуальність вирішення цієї проблеми, обґрунтовує необхідність наукової студії «розбудовою діяльності бібліотечних асоціацій в Україні» [667, с. 2]. На етапі формування проблеми та визначення її актуальності вчена вказує на залежність соціальної значимості дослідження від розвитку системи соціальної діяльності фахового середовища.

Мета дисертації формулюється так: «… на основі вивчення і відтворення цілісної картини виникнення й розвитку національних бібліотечних асоціацій у різних країнах світу визначити і теоретично осмислити історичний досвід їхньої діяльності, роль як важливого фактору розвитку галузі й бібліотечної професії, а також обґрунтувати напрями діяльності, важливі для вдосконалення бібліотечно-інформаційного забезпечення суспільства» [667, с. 5]. Сформульована вченою мета має виразні соціальні контексти, робота визначає пріоритетними напрямками – формування соціальних контекстів діяльності бібліотек на основі регульованих асоціаціями стандартів.

Діяльність професійних спілок як об'єкт дослідження, крім суто виробничих особливостей, передбачає аналіз соціальних констант, що закладаються професійним життям. Праця В. Пашкової передбачає узагальнення цього досвіду, формування галузевих стандартів діяльності на основі залучених до дослідження емпіричних даних.

Успішність такого підходу відображена в результатах роботи. Вважаємо за потрібне акцентувати на практичному впровадженні результатів дисертаційної праці: «Наукові висновки дослідження покладені в основу діяльності Української бібліотечної асоціації. Вони використані в ініційованих і розроблених за участю дисертанта й ухвалених документах Української бібліотечної асоціації, що визначають: цінності та відповідальність професії («Кодекс етики бібліотекаря», «Положення про почесні відзнаки та нагороди», «Положення про конкурс «Бібліотека року»), структуру асоціації («Положення про секцію УБА»), її пріоритетні напрями роботи («Стратегія діяльності Української бібліотечної асоціації до 2010 р. «Зробимо бібліотеку символом демократії», «Стратегічний план діяльності Української бібліотечної асоціації, 2010-2014 роки»), а також у

рекомендаціях («Доступ до Інтернету як бібліотечна послуга»)» [667, с. 9-10]. Практична реалізація положень та висновків дисертації в формах регулювання фахової діяльності є не лише свідченням високої наукової цінності результатів дослідження, але й підкреслює оцінку цих результатів фаховим середовищем, актуальність такої наукової студії. Перераховані чинники є визначальними, адже без них дослідження не набуло б таких вражаючих форм впровадження, не було б підтримане фаховим середовищем. Окремо відзначимо, що затребуваність таких праць свідчить про процеси демократичних трансформацій, що відбуваються в соціумі, коли діяльність професійних спілок та асоціацій набуває реального, а не декларативного значення. Цілком закономірно, що для вироблення ефективних внутрішніх регуляторів діяльності (кодексів, стандартів і норм діяльності, дескрипторів соціальної місії в нових соціальних умовах) було залучено теоретично узагальнений та формалізований досвід найбільш ефективних асоціацій подібного спрямування.

Робота заснована на загальних принципах історизму та об'єктивності. В. Пашкова наголошує на використанні емпіричних та теоретичних методів дослідження [667, с. 6]. Частина дисертації – робота з емпіричним матеріалом – будувалася на основі використання специфічної методології, що визначає особливості історичного підходу. Це історично зумовлені порівняння, типології та ретроспекції. Поряд з використанням історичного підходу, акцентуємо на необхідності для такої дисертації соціальнокомунікаційного, який виявився у формуванні соціальних категорій регулювання професійної діяльності на основі побудованої комунікаційної моделі бібліотечної асоціації в соціальній структурі соціуму.

Бібліотечні асоціації виступають суб'єктами соціальної інституціоналізації інформаційно-комунікаційного простору і в силу забезпечення інформаційно-соціальних функцій бібліотек, і внаслідок формування стандартів їх соціальної діяльності. Тому наголосимо, що діяльність таких структур та утворень дуже часто визначає і розвиток галузі, і її підтримку, а отже, − й реалізацію політики держави у сфері регульованої асоціаціями діяльності, і формування соціальних

місій та перспектив соціального розвитку. Всі ці чинники вказують на необхідність ретельного вивчення досвіду та наукових основ формування фахових асоціацій як регуляторів соціальної активності окремих галузей діяльності.

Підсумком роботи В. Пашкової стало осмислення перспектив розвитку бібліотечних асоціацій в умовах стрімких змін суспільної організації: «Подальший розвиток бібліотечних асоціацій визначається переходом від інформаційного суспільства до суспільства знань. Виникають нові умови та чинники трансформації національних бібліотечних об'єднань, постають нові аспекти бібліотекознавчих досліджень, зокрема подальшого вивчення потребує економічний складник діяльності асоціацій, їх міжнародне співробітництво у процесі переходу до глобальної інформаційної взаємодії, внесок бібліотечних асоціацій у бібліотечну аксіологію, розвиток професійної культури, проблеми ефективного менеджменту національних бібліотечних асоціацій тощо» [667, с. 33]. Сьогодні бібліотечні асоціації стають повноцінними суб'єктами інформаційної діяльності. З виходом за межі внутрішньої фахової комунікації, з формуванням соціальних траєкторій розвитку фахового середовища відбувається формалізація таких асоціацій як повноцінних учасників соціального процесу. Це ставить вимоги до формування іміджу, наповнення змістом соціальної місії, формування економічних, політичних, культурницьких контекстів розвитку і самих структур, і того середовища, яке вони представляють.

Соціальнокомунікаційний підхід в дослідженні розкривається через встановлення кореляцій між інформаційними продуктами, інформаційними функціями бібліотек та забезпечення їх соціального позиціонування в діяльності бібліотечних асоціацій. Соціальні контексти в роботі В. Пашкової більшою мірою подано як моделі (хай і в описових формулюваннях), що свідчить про серйозну роботу вченої над систематизацією історично зумовленого досвіду діяльності бібліотечних асоціацій.

Дисертація Надії Володимирівни Стрішенець «Розвиток бібліотечно-інформаційної терміносистеми США (кінець XX – початок XXI ст.)» захищена 12 квітня 2012 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство,

бібліографознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора історичних наук. Вона виконувалася без участі наукового консультанта (в авторефераті дисертації інформації про консультанта не наводиться).

Вивчення бібліотечно-інформаційної терміносистеми має особливе значення для використання в межах науково-практичної діяльності бібліотеки. За твердженням авторки, суть і структура досліджуваного об'єкта визначають особливості проектування фондів та резервів, оскільки термінологічна матриця позначається на принципах кодування інформації, каталогізації продукції тощо.

Актуальність дисертації викликана трансформаційними процесами, що їх зазнає система термінології: «Бібліотечно-інформаційна термінологія (БІТ), яка відображає систему понять, де об'єднуючим, родовим є поняття «БІБЛІОТЕКА», стрімко розвивається. У ній яскраво і найбільш зримо відображаються всі зміни, які відбуваються з бібліотечно-інформаційною галуззю, що обумовлює актуальність представленого дослідження. Масштаби і темпи впливу є такими, що йдеться про значні зрушення всередині усталеної традиційної терміносистеми. Саме базове поняття «бібліотека» супроводжується ще донедавна невідомими означеннями: «електронна, цифрова, віртуальна, онлайнова», – пише Н. Стрішенець [764, с. 1]. Зміна змістової парадигми поняття «бібліотека» приводить до розширення її функцій, оновлення ресурсного змісту та може визначати нові формати взаємодії з аудиторією.

Проблема у роботі чітко не кваліфікована. Дослідниця розкриває різні її аспекти та виявляє складники. Наукова проблема цієї роботи бачиться нами в оновленні термінологічного базису практичної діяльності бібліотек і різнотлумаченні термінологічних одиниць у виробничих процесах. Такий висновок можна зробити з постановки мети та завдань дисертації. Важливим аспектом значимості цієї проблеми є залежність виробничої діяльності бібліотеки, зокрема механізмів впорядкування інформаційних фондів, каталогізації інформації, забезпечення однотипності в кодуванні інформації в службовій частині книги від терміносистеми, яка лежить в основі бібліотечної діяльності. Надія Стрішенець справедливо наголошує: «Особливої актуальності

термінологічні дослідження набувають у зв'язку з розвитком нових технологій організації та пошуку інформації, насамперед онтологій, що описують і бібліотечно-інформаційну галузь. Вони також є важливою передумовою професійної підготовки та перепідготовки бібліотекарів» [764, с. 1].

Як бачимо, актуальність та важливість проблеми термінологічної однорідності та регульованості для діяльності бібліотеки складно переоцінити. Мета дослідження Н. Стрішенець полягає у «з'ясуванні особливостей та тенденцій розвитку терміносистеми сучасної американської бібліотечно-інформаційної галузі; розкритті обсягу і змісту, уточненні меж вживання, системних зв'язків нових та традиційних, що перебувають у процесі трансформації, понять галузі, адаптації їх до системи вітчизняного бібліотекознавчого знання» [764, с. 3-4]. Увага до американської термінологічної системи покликана оновити науковий дискурс українського бібліотекознавства не лише важливими термінами, але й технологією правильного термінологічного запозичення (у роботі доводиться, що основний масив запозичень бібліотечної термінології йде з американського варіанта англійської мови), системністю організації діяльності цього спрямування.

Дисертація орієнтована на інтегрування закордонного досвіду в систему української бібліотечної діяльності. Особливість такого підходу в тому, що інновації виробничого циклу, нові факти, процеси, технології та практики бібліотечної діяльності сьогодні активно залучаються із Заходу. Таким чином, використання досвіду організації терміносистеми, що стає визначальним інструментом службової системи впорядкування інформації, є не тільки виправданим, але й необхідним чинником оновлення бібліотечної діяльності. Ще один важливий акцент: ті форми оновлення та інновації, які для української системи бібліотечної діяльності є новими та актуальними, на Заході, зокрема в Сполучених Штатах Америки, є вже цілком апробованими, а отже, накопичено певний досвід, виправлено найбільш типові помилки, сформовано оптимальні форми організації бібліотечно-інформаційної термінології, яка стає основою для організації інформаційної діяльності.

Методами, на яких ґрунтується дисертація, Надія Стрішенець називає загальнонаукові та спеціальні, значна частина методів носить когнітивно-лінгвістичний характер, що й не дивно з огляду на проблему, яку має вирішити дослідження. Авторка наголошує на використанні комплексного підходу [764, с. 5], при цьому вказує, що ґрунтується такий підхід на принципах історизму та об'єктивності. Для цієї праці досить складно визначити специфіку кореляції інформаційного та соціального як ключових вимірів соціальнокомунікаційного підходу. Означимо лише прагнення науковця відобразити в модельованій терміносистемі форми соціальної орієнтації діяльності бібліотеки в нових умовах становлення суспільства знань. Саме особливості врахування умов розвитку бібліотеки в новій соціальній парадигмі й визначають параметри застосування соціальнокомунікаційного розуміння її (бібліотеки) діяльності.

Ілюстрацією викладеної вище тези є один із аспектів наукової новизни. Н. Стрішенець акцентує на уточненні змісту традиційних для бібліотечно-інформаційної терміносистеми понять («відбір», «критерії відбору», «комплектування», «каталог», «каталогізація», «класифікація», «предметизація», «предметні рубрики») [764, с. 9], які визначають характеристики службової обробки інформаційних ресурсів. Закономірно, результати роботи мають впроваджуватися в діяльність бібліотечного сектору, про що й вказується в дисертації: «Результати дослідження впроваджуються в практику роботи НБУВ, інших українських бібліотек насамперед при формуванні фондів, у т. ч. електронних; при розробці перспективних планів розвитку бібліотек» [764, с. 9]. Покладена в основу діяльності модель термінологічних характеристик основних параметрів діяльності бібліотеки визначає соціальні потенціали такої діяльності. Формування електронних ресурсів, проектування систем пошуку та обробки інформації – все це категорії, які враховують інформаційні потреби споживача та його потреби у комфортній роботі з ресурсами бібліотеки. Те ж саме стосується і перспективних планів розвитку бібліотек, які зазвичай орієнтовані на підвищення її соціальної ролі, встановлення пріоритетів у формуванні нового іміджу бібліотеки як регулятора інформаційних потоків, що надає низку затребуваних

суспільством послуг інформаційної координації. Сьогодні бібліотека набуває рис соціального інституту, вона виходить далеко за межі інформаційного сховища, визначає пріоритетність в для соціальної уваги, операціоналізує процеси формування інформаційних потреб. Системність такої важливої соціальної діяльності починається з оновлення терміносистеми, в якій закладаються потенціали відображення інновацій у функціонуванні бібліотеки.

Н. Стрішенець акцентує на необхідності систематизації теоретичних та практичних розробок в організації бібліотечно-інформаційної системи, на необхідності видання словників, зокрема й перекладних, на важливості створення термінологічної комісії, яка б визначала єдині для національної системи бібліотек стандарти, на представленні України в Міжнародній організації стандартизації в «частині стандартів бібліотечної справи» [764, с. 43-44]. Всі ці заходи сприятимуть уніфікації підходу та виробленню єдиної національної моделі терміносистеми для бібліотечної діяльності, яка визначатиме не тільки виробничі, але й соціальні перспективи розвитку бібліотек.

Дисертація Катерини Вілентіївни Лобузіної «Знаннєві ресурси у бібліотечно-інформаційній діяльності: організація, управління, доступ» захищена у 2013 році зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Робота подавалася на присудження наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій та виконувалася без наукового консультанта (в авторефераті дисертації інформації про консультанта не наводиться).

У дослідженні знаннєві ресурси визначені як «упорядковані інформаційні комплекси з інтелектуальним доступом, здатні задовольнити зростаючі потреби користувачів у джерелах наукової, освітньої та соціокультурної інформації» [504, с. 30]. Впорядкування інформаційних комплексів задля оптимізації процесів доступу до інформації споживачів інформаційної продукції – це свідчення соціального позиціонування діяльності бібліотек, спрямування їх розвитку у сферу задоволення інформаційної потреби.

Наукова проблема у тексті роботи чітко не означена. Авторка наголошує на актуальності та значимості вивчення об'єкта роботи: «актуальність запропонованого дослідження обумовлена необхідністю забезпечити активне входження бібліотек у процеси формування суспільства знань шляхом розвитку та вдосконалення методів, засобів та інструментарію організації, упорядкування та забезпечення якісно нової системи доступу до знань, накопичених у документально-інформаційних фондах бібліотек, і тим самим допомогти їм стати активним суб'єктом сучасних соціальних комунікацій» [504, с. 1]. Складна аргументація вченої привідкриває особливості проблеми, вирішенню якої присвячена ця робота: величезні масиви даних, що накопичені бібліотеками впродовж тривалого часу, не впорядковані для відкритого віддаленого доступу. Запити аудиторії щодо використання знаннєвого потенціалу бібліотек не можуть бути повною мірою задоволені відповідно до потреби оперативного інформування. Ця проблема є не науковою, а фаховою і має виробничий характер. Водночас вона виходить за межі суто внутрішнього, фахового простору, позначається на загально-національних контекстах інформаційних обмінів. Проводячи це дослідження, ми звернули увагу, що сьогодні активно використовуються мережеві ресурси для визначення базової інформації, знаходження посилань, трактувань, визначень, окремих фактів та їх оцінок. З одного боку, нічого в цьому соціально значимого немає, адже кожна людина має право задовольняти свої інтереси та потреби так, як вважає за потрібне, якщо це не суперечить закону та не обмежує права інших людей. З іншого ж боку, використання ресурсів, які не надають гарантій істинності інформації, може призводити до певних деформацій окремих знань чи світоглядної картини в цілому.

Інший спосіб аналітичного виявлення наукової проблеми в тих роботах, де вона не кваліфікована у тексті, передбачає аналіз мети дослідження. К. Лобузіна мету своєї дисертації визначає таким чином: «створення засад цілісної системи інтелектуального доступу до документально-інформаційних ресурсів наукових бібліотек на базі розробки ефективного механізму інтеграції інформаційно-

комунікаційних та бібліотечних процесів у галузі забезпечення формування знаннєвих ресурсів бібліотек як інтелектуально упорядкованих інформаційних комплексів, здатних оперативно задовольнити всезростаючі потреби користувачів у джерелах наукової, освітньої та соціокультурної інформації» [504, с. 2]. Традиційно мета дисертації передбачає вирішення наукової проблеми. Як бачимо, тут наукова проблема постає так само в площині фахової діяльності та її соціальних контекстів. Відзначимо, в гіпотезі дослідження науковець вказує на те, що «розвиток бібліотечно-інформаційних технологій дозволяє продукувати ефективні та інваріантні (відносно форми подання інформації – паперової або електронної) засоби управління інформаційно-знаннєвими перетвореннями в системі документальних комунікацій» [504, с. 2].

Теоретична складність озвученої проблеми полягає в інтенсифікації наукових досліджень, комунікаційній довершеності інструментів наукового пошуку, високій достовірності результатів, що можливо за умови реалізації бібліотеками оптимальних схем презентації знаннєвого потенціалу. Але всі виклики, на подолання яких спрямована докторська дисертація, лежать у сфері практичних, виробничих функцій бібліотек. Гіпотеза, що сформульована авторкою, не передбачає різночитань та заперечень з боку наукового середовища. Ідеологія сучасної цифрової бібліотеки активно популяризується як користувачами контенту, так і самими бібліотеками. Тому далі вважаємо, що у дисертації вирішено галузеву проблему, вкрай важливу для подальшого соціального поступу у процесах формування суспільства знань.

До методологічної основи дисертації науковець включає традиційні загальнонаукові методи та спеціальні методи дослідження обраного об’єкта. Щодо унікальності методології цієї дисертації відзначимо метод «філософського холізму» та «методи і технології побудови баз знань та експертних систем», «теорію інформаційного менеджменту», «методи комп’ютерної лінгвістики та інформаційного пошуку» [504, с. 3]. Методологія дослідження вибудувана на межі бібліотекознавства, соціальних комунікації та комп’ютерної лінгвістики. При цьому основні завдання роботи виконані на системному рівні, про що

свідчить заявлена в дисертації технологія використання традиційних автоматизованих бібліотечних систем для формування нових інтелектуалізованих баз даних [504, с. 6]. Системність як основа підходу та категорія дослідницького інструментарію послідовно простежується і в плануванні дослідження, і у формуванні його результатів. Створення дисертанткою «архітектури та технологічної моделі формування віртуальних проблемно-орієнтованих бібліотек та інтелектуальноємних ресурсів історико-культурного надбання» [Лобузіна, с. 6] є свідченням використання моделювання як методу наукового пізнання. Розробка такої моделі і може стати одним із варіантів вирішення проблеми на теоретичному, а комп'ютерна реалізація моделі – на практичному рівні.

Цілком закономірно, виконання проблеми привело до результату практичного впровадження розробленої системи інтелектуального керування знаннєвими ресурсами в діяльності бібліотек у «системі технологічних процесів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (НБУВ): каталогізації, систематизації, бібліографуванні, опрацюванні електронних документів та цифрових об'єктів, аналітичному описі книжкових пам'яток і колекцій, опрацюванні архівних та рукописних фондів, підготовці інформаційно-аналітичних продуктів, збиранні статистичної та фактографічної інформації, онлайновому представленні інформаційних продуктів і сервісів, організації інтелектуального доступу до інформації та семантичних пошукових інструментів, створенні віртуальної довідкової служби» [504, с. 6]. Можемо стверджувати, що кожен науковець – від студента, який готує доповідь, до академіка – використовує результати наукового дослідження Катерини Лобузіної. Сподіваємося, що ця система інтелектуалізації доступу до знаннєвих ресурсів буде оптимізуватися та поліпшуватися, і поряд із простими формами використання потенціалу системи існуватимуть складні комплексні технології відбору та презентації наукових знань.

У підсумках дисертації знову ж таки вказується на практичне використання результатів та окреслюються перспективи формування галузевих бібліотечних систем [504, с. 22]. Соціальнокомунікаційний підхід у цій роботі реалізувався

через поєднання методології аналізу інформаційних складників середовища із формалізацією комунікаційних потреб (запитів) з боку цього середовища. На підставі такого поєднання було сформовано теоретичну модель, що мала практичну реалізацію. Відзначимо, усвідомлення соціального запиту (і наслідків його задоволення чи незадоволення) у цій науковій студії, демонструють глибоке розуміння авторкою значимості процесів інформаційного обміну для формування суспільства нового типу – суспільства знань.

Дослідження цього підрозділу різні за тематикою та об'єктом, але їх поєднує увага вчених до розвитку та оптимізації функції бібліотеки як соціального інституту. Важливим акцентом кожної наукової розвідки є споживча потреба, що виступає рушієм оновлення соціальних функцій бібліотеки. Проаналізовані у цьому підрозділі праці, спрямовані на вирішення фахових проблем бібліотекознавства та книгознавства, більшою мірою орієнтовані на внутрішню структуру та природу діяльності досліджуваних об'єктів. Але використання соціальнокомунікаційного підходу як основи для встановлення міри співвідношення соціальних потреб та інформаційних процесів у структурі діяльності об'єкта дослідження стає чинником відображення цих внутрішніх функцій науки чи сфери практичної діяльності у площині соціального поступу.

3.2. Історія документознавства та архівознавства з позиції соціальних комунікацій

Спеціальність 27.00.02 в науковому дискурсі представлена двома докторськими дисертаціями – Валентини Бездрабко та Лариси Левченко. Перша праця стосується розвитку документознавства в Україні, у другій дисертації – досліджено історію архівознавства в Сполучених Штатах Америки. Виявлені закономірності розвитку спеціальності показують прозору методологію історичних досліджень, послідовність та діахронічну чіткість авторів. Формування наукових проблем у роботах лежить у сфері актуальності та є

результатом наукового осмислення заявленої тематики. Впровадження результатів відбувається у наукове середовище та навчальний процес.

Дисертація Валентини Василівни Бездрабко «Становлення і розвиток документознавства в Україні (друга половина XX – початок XXI ст.)» захищена 25 лютого 2010 року зі спеціальності 27.00.02 – документознавство, архівознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора історичних наук.

Наукова проблема у дисертації В. Бездрабко подається багатоаспектно. Авторка розкриває чотири причини, які зумовлюють потребу дослідження за темою дисертації. Першим і ключовим чинником дослідження стану документознавства в Україні винесено актуальні проблеми розвитку галузі, зокрема певну конфліктність у нових теоріях і концепціях, що визначають предметну сферу діяльності в галузі.

Вчена наголошує: «Студіювання історії документознавства виступає важливою умовою успішного розв'язання вузлових теоретичних і практичних проблем генезису науки, з'ясування механізму й шляхів продуктивного вирішення протиріччя між сучасними документознавчими концепціями, дозволяє виявити основні тенденції й напрями еволюції, спрогнозувати з високою мірою вірогідності їх майбутнє» [43, с. 1]. Серед інших чинників потреби системного вивчення документознавства у роботі називаються і потреба оновлення механізмів взаємодії теорії та практики у формах керування документаційними процесами, і оновлення навчальної бази, й узагальнення результатів міжнародної співпраці в цій сфері, яка активізувалася останнім часом.

На відображення актуальності та важливості дослідження у контекстах авторського бачення вказує такий висновок: «вивчення історії документознавства відповідає актуальним завданням сучасного розвитку науки та зумовлене наступними чинниками: важливістю осмислення емпіричного й теоретичного підґрунтя його еволюції задля визначення нагальних завдань сучасності й можливостей їх розв'язання; необхідністю апробації новітніх концепційних засад розбудови документознавчої освіти з урахуванням раціональних досягнень;

потребами опанування практичними здобутками формальної наукової комунікації, у т. ч. фахової періодики, науково-дослідних установ; упровадженням зарубіжного досвіду, формуванням науково-методичних, технологічних засад КДП; відсутністю комплексних студій з історії становлення і розвитку документознавства в Україні та необхідністю заповнення цієї наукової прогалини. Всебічне вивчення диференційних й інтеграційних міждисциплінарних процесів в документознавчій об'єктно-предметній сфері вирішить проблему співвідношення загального та спеціального знання, допоможе розкрити й осмислити чинники еволюції форми й змісту документознавства» [43, с. 1-2]. Вказані чинники у сукупності актуалізують наукову проблему, яку можна описати як систематизацію актуальної практики в умовах оновлення теоретичного базису науки на новій соціальній основі. Не претендуючи на абсолютну чіткість в термінологічній класифікації проблеми, відзначимо, що у підході В. Бездрабко проявився контекст розуміння наукової проблематики, що зустрічається не досить часто у науковій парадигмі соціальних комунікацій. Традиційно наукова проблема формується внаслідок появи різних наукових концепцій та теорій, що не знайшли узгодження в повному чи частковому розумінні одних і тих методик, технологій об'єктів тощо.

Науковці вступають у академічні дискусії, внаслідок чого виникають різні концепції бачення одних і тих же проблем соціальної практики. Вирішення цих протиріч і є науковою проблемою в переважній більшості досліджень. Незначна кількість робіт, зокрема й дисертація Валентини Бездрабко, показують іншу модель формування проблеми. Вчені, що мають чималий науковий досвід та активно інтегровані у сферу реального виробничого процесу, можуть передбачити виникнення проблем ще до їх артикуляції в наукових роботах та дискусіях. Використовуючи моделювання як принцип оцінки реальних наукових перспектив окремих явищ, такі науковці встановлюють пріоритетні напрями дослідження та визначають особливості розвитку системи науки на найближчий, а часом – і на віддалені періоди.

Метою дисертації визначено «наукову реконструкцію, осмислення й комплексне дослідження становлення, розвитку документознавства в Україні

другої половини XX ст. – першого десятиліття XXI ст. (до 2009 р.), визначенні завдяки історіографічному ретроспективному екскурсу спадкоємності наукових традицій і перспектив їх перетворень» [43, с. 3]. Кваліфікація мети дисертації ще раз увиразнює наукову проблему інституціалізації наукової спеціальності в нових умовах розвитку суспільства, продукування нових технологій і форм документообігу.

Мета роботи реалізувалася на основі використання загальнонаукової та спеціальної методології. Авторка сформувала результати дослідження на засадах історизму та об'єктивності, з увагою до виявлення та осмислення об'єктивно зумовлених перспектив розвитку галузі.

В. Бездрабко цікаво сформулювала практичну цінність дисертації. Вчена акцентує на створенні наукової концепції та теорії оновлення навчальних матеріалів на підставі отриманих нею результатів. Тобто впровадження результатів спрямоване на навчальний процес, але не на формування окремого курсу чи програми дисципліни, а на «застосування систематизованого фактичного матеріалу, положень, наукової інтерпретації та висновків дисертації при написанні узагальнювальних історичних і теоретичних праць із документознавства, навчальних підручників і посібників; підготовці фахових довідників, бібліографічних покажчиків» [43, с. 4]. Уже на цій основі науковець передбачає можливість оновлення програм окремих курсів. Таке позиціонування практичного використання результатів свідчить про системність наукового підходу та про головну місію дисертації: інституціалізувати наукові положення спеціальності в умовах формування нової наукової галузі.

Наукове вирішення проблеми реалізувалось у висновкових положеннях роботи, окремі з яких надзвичайно важливі для контексту нашої дисертації. В. Бездрабко розуміє документознавство як «соціально-комунікаційну науку, що комплексно вивчає характеристики документів, процеси створення, функціонування і зберігання, а також їх історію та методику організації й дослідження, зберігає дисциплінарну самодостатність, збагачуючись на об'єктно-предметному рівні внаслідок нарощування наукового знання на

міждисциплінарному ґрунті» [43, с. 22]. Розвиток нової наукової спеціальності обмежується традиційними проблемами становлення: розмитість термінології, відсутність уніфікації підходів до кваліфікації ефективності практичної діяльності, паралельний розвиток теоретичних концепцій розвитку галузі, слабке законодавче забезпечення діяльності. Наслідком цієї ситуації постають потреби систематизації науково-практичного дискурсу, а також формування нових пріоритетних теорій, які б забезпечували розвиток практичної сфери у напрямі формування нових науково-технічних проектів документообігу та їх наукового обґрунтування і позиціонування в умовах соціального поступу.

Окрему групу потреб розвитку документознавства, виявлену в дисертації, становлять заходи, спрямовані на регулювання практичної діяльності в системі документообігу. Валентина Бездрабко вказує на необхідність підтримки галузі на законодавчому рівні, на потребу утворення неформальних суб'єктів діяльності у галузі – спілок, асоціацій [43, с. 22]. Ці висновки свідчать про актуалізацію у дослідженні соціальної природи документознавчої діяльності, демонструють результати переосмислення концепцій практичного документознавства та наукових теорій у традиціях соціальнокомунікаційного підходу (показником цього є особлива увага до електронного документообігу).

Дисертація Лариси Леонідівни Левченко «Розвиток архівної справи в Сполучених Штатах Америки (кінець XVIII – початок XXI ст.)» захищена у 2014 році зі спеціальності 27.00.02 – документознавство, архівознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора історичних наук.

Вибір теми обґрунтовується потребою забезпечення теоретичної бази для формування наукової дисципліни зарубіжного архівознавства. Окремо варто зупинитися на об'єкті дослідження. Сама Лариса Левченко обґрунтовує це тим, що архівна справа у США за «порівняно незначний час пройшла шлях від відсутності спеціалізованих архівів до найсучасніших архівних технологій для зберігання документів та удоступнення інформації» [495, с. 1]. Вивчення цього досвіду та адаптація його до українських реалій архівної справи – важливе завдання роботи.

Наукова проблема у текстовій частині дисертації не описана. Авторка лише вказує на актуальність та потреби, про які ми згадали вище, і на тому вичерпує аргументи для обґрунтування необхідності дисертації. Можна передбачити, що в умовах відсутності будь-якої теоретичної основи для подальших наукових розвідок, формуванні потреби систематизації підходів у науковому напрямі зарубіжного архівознавства – проблема виявлятиметься в інституціалізації методики дослідження, способів інтеграції різних систем знань в національну модель наукового осмислення архівної діяльності. Ще один важливий аспект: форма та зміст наукового знання про ефективність організації архівної діяльності, створення прийнятних умов доступу до архівної інформації можуть стати категоріями структури накопичення знань для нового наукового напряму зарубіжного архівознавства.

Два виділені нами виміри наукової проблеми кваліфіковано в меті дослідження, якою є «осмислення і комплексний аналіз історичного розвитку архівів та архівної справи у США впродовж кінця XVIII – початку XXI ст., розвиток зарубіжного архівознавства як нового напряму архівної науки в Україні» [495, с. 1]. Використання складних конструкцій у формулюванні мети засвідчує або ж складність об’єкта, або ж різновекторність наукової спрямованості автора, що не завжди є корисним і для дисертації, і для науки в цілому. У аналізованій роботі такої різновекторності не спостерігаємо, адже теоретична модель розвитку становлення та актуального стану американської архівної справи стає закономірним продовженням прагнення авторки започаткувати напрям зарубіжного архівознавства.

Методологічна основа дисертації – загальнонаукові методи та спеціальна методологія аналізу системи американського архівознавства. Варто наголосити на особливостях використання Л. Левченко порівняльно-зіставної методології, особливо у контексті аналізу терміносистем українського та американського архівознавства, виявлення чинників оновлення архівної галузі тощо. Робота ґрунтується на принципах науковості, історизму, об’єктивності, всебічності, комплексності та системності, розвитку, а також зв’язку теорії з практикою [495, с.

2]. Широке коло наукових принципів доводить системність дослідницького підходу, адже охопити різнобічні аспекти архівної галузі не можливо у вузьких методологічних рамках.

Значним результатом дисертації стали висновки про характер терміносистеми українського та американського архівознавства. Як і у роботі Н. Стрішенець, про яку йшлося вище, терміносистема виступає визначальним чинником відображення особливостей організації виробничого процесу та його осмислення. У праці Л. Левченко доводиться пряма соціальна залежність оновлення системи архівної справи від позиції громад, територіальних об'єднань та асоціацій у США в історичній проекції становлення галузі. У розумінні ключових номінацій визначальних елементів діяльності архівних працівників, такі особливості історичного розвитку галузі можуть відображатися як специфічні типи назв, видів робіт тощо.

Серед наукових знахідок Лариси Левченко особливий інтерес становлять факти демократичності системи інформаційних обмінів у США. Дослідниця так описує ці результати: «з'ясовано, що децентралізоване зберігання президентського комплексу документів і територіальних підрозділів федеральних органів влади є культурною традицією американського народу, що не лише забезпечує надійну збереженість документів, а й полегшує доступ до архівної інформації» [495, с. 4]. Доступність документів особливої важливості, демократичність зберігання таких документів є яскравим практичним втіленням свободи і демократії, до якої прагне й українська держава.

Окремо в роботі обґрунтовано американські традиції підготовки кадрів для архівної діяльності та вплив «Конференції американських архівістів на усвідомлення співробітниками архівів важливої ролі архівної галузі у суспільстві, необхідності її всебічного розвитку» [495, с. 4]. Процеси розвитку будь-якої галузі людської діяльності передбачають існування певних етапів, коли відбуваються кардинальні зміни в усвідомленні соціальної місії такої діяльності, механізмів здійснення цієї місії, ролі окремих людей, спілок, організацій чи управлінських структур у забезпеченні соціальних потреб і очікувань. В Сполучених Штатах

Америки ці етапи розвитку архівної справи вже відбулися, діяльність профільних структур набула чіткості та впорядкованості, достатньої для виконання соціальної місії. В Україні, на час написання дослідження, такі процеси тільки набували актуальності, отже наукова робота Лариси Левченко мала особливу актуальність для оновлення діяльності архівної галузі в Україні саме контекстами фахового досвіду, який міг засвоїтися на національному ґрунті.

Соціальні контексти архівної діяльності на перший погляд – неочевидні. Однак, як показує вчена, такі контексти можуть бути визначальними: «Як провідні тенденції в розвитку архівної справи США можна розглядати утворення архівів під впливом руху громадських об'єднань, поповнення втрачених документів копіями із зарубіжних архівів, усвідомлення потреби в спеціальній архівній освіті для працівників архівної галузі, заміщення керівних посад у архівах спеціалістами з відповідною освітою, дієвий вплив професійних організацій архівістів на вирішення ключових питань архівної справи, обов'язковість наукового обґрунтування прийняття важливих організаційних рішень, залучення широких кіл громадськості до участі у вирішенні проблем архівів, збереження прав громад територіальних суб'єктів федерації (штатів) на архівні документи та закріплення за ними права управління й утримання архівів, максимальне спрощення доступу до архівів, аполітичність діяльності архівів» [495, с. 31]. Ця широка цитата показує наскільки архівна діяльність пронизана увагою громадськістю та наскільки широко регламентуються права громадськості на архівні проекти. Відзначимо, Сполучені Штати Америки відомі як країна з трепетним ставленням до власної історії, отже, цим, ймовірно, мотивуються широкі громадські ініціативи щодо збереження історичної документації та передбачення доступності таких документів для громадян.

Соціальнокомунікаційний підхід у дисертації Л. Левченко простежується у методологічній зорієнтованості на встановлення історичної природи кореляцій інформаційної діяльності та соціальної детермінованості такої діяльності. За підсумками проведеного дослідження можемо констатувати: у роботі системно та логічно відображено взаємозв'язок між соціальними процесами та структурою,

змістом, формами архівної діяльності. Розроблені концепції та узагальнення не тільки стануть основою нового напряму досліджень – зарубіжного архівознавства, – але й можуть позначитися на реформуванні української системи архівознавства та архівної діяльності.

Наукові праці Валентини Бездрабко та Лариси Левченко, проаналізовані в цьому підрозділі дисертації, близькі за характером виявлення проблем: головним завданням учених стала інституціалізація ключових теоретичних концепцій розуміння науки та практики в системі нової наукової галузі. Важливим для обох дисертацій є історичний підхід, принципи історизму.

Особливість використання соціальнокомунікаційного підходу виявлена в методах оцінки соціальної значимості контекстуальної практики, в окресленні широких соціальних перспектив подальших досліджень, у побудові теоретичних моделей розвитку архівознавства на основі детермінованості науково-практичних концепцій діяльності соціальними потребами, які формуються під впливом становлення інформаційного суспільства з його високими вимогами до свободи інформаційних обмінів.

3.3. Бібліотечна діяльність як соціальнокомунікаційний феномен

У цьому підрозділі дисертації ми розглядаємо праці Ганни Шемаєвої, Вікторії Маркової, Олексія Кобєлєва, Неоніли Артамонової та Володимира Попика. Роботи трактують бібліотечну діяльність у феноменологічному контексті – від феноменології наукової комунікації у дослідженні Г. Шемаєвої до виявлення специфіки книжкової комунікації у науковій праці В. Маркової. Об’єктом досліджень у дисертаціях, аналізованих у цьому підрозділі, постають або ж виробничі процеси та соціальні функції бібліотеки як суб’єкта соціальнокомунікаційної діяльності (О. Кобєлєв), або ж певний соціально значимий результат тривалої діяльності бібліотеки, наприклад, досліджені В. Попиком ресурси біографічної та бібліографічної інформації.

Дисертація Ганни Василівни Шемаєвої «Бібліотека в системі наукової комунікації: коеволюційні процеси розвитку» захищена у 2009 році зі спеціальності 27.00.03 — книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Праця подана на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. Наукова комунікація важливий сегмент діяльності бібліотек, саме на читача-науковця орієнтовані найбільш складні та технологічно формалізовані ресурси. У роботі Ганни Шемаєвої простежується розуміння бібліотеки як соціального інституту, визначаються контексти соціальної взаємодії, що впливають на діяльність бібліотеки, а в певних моментах – і визначають таку діяльність.

Наукова проблема дослідження подається описово. Один із аспектів проблеми, на якому наголошує вчена, це «напрям функціонування та розвитку бібліотек, їх подальшої інтеграції до системи соціальних комунікацій суспільства та підсистеми наукових комунікацій» [913, с. 1]. Крім того, авторка виділяє кілька протиріч, які визначають характер досліджуваної проблеми, зокрема йдеться про проблемність «інтегрованості науки України світового інформаційного простору»; про протиріччя між кількістю комунікаційних засобів та «рівнем їх репрезентації в комунікаційній інфраструктурі сучасної української науки» тощо [913, с. 1]. Вчена акцентує на необхідності системного дослідження для зняття виявлених протиріч та формування концепції діяльності бібліотеки в умовах нових комунікаційних вимірів суспільства.

Вирішення описаної проблеми Г. Шемаєва вбачає у вивченні «коеволюційного розвитку бібліотек і системи наукової комунікації, що є неможливим без дослідження еволюції системи наукової комунікації; виявлення трансформаційних змін глобального інформаційно-комунікаційного процесу» [913, с. 2]. Внаслідок такого підходу можуть відображатися коеволюційні кореляції розвитку системи наукової комунікації та бібліотеки як суб’єкта і середовища комунікації у соціальній структурі суспільства. Ці ж аспекти відображені в меті роботи, авторка акцентує на необхідності «обґрунтування процесів коеволюційного розвитку бібліотеки і системи наукової комунікації в

умовах посилення пріоритетів науки як сфери інтелектуалізації суспільних відносин» [913, с. 2]. Окреслений підхід до визначення мети дисертації передбачає особливе розуміння наукової комунікації та місця бібліотеки у структурі комунікаційної діяльності. Це бачення виявлене в гіпотезі дослідження, де Г. Шемаєва передбачає, що «Бібліотека в результаті коеволюційних процесів з наукою і системою соціальних комунікацій набуває ознак нового інтеграційного підсистемного елементу, який формується під впливом медіатизації соціоінфосфери і викликає організаційно-функціональну перебудову сфери наукових комунікацій» [913, с. 3].

Такий погляд на результат розвитку бібліотеки в системі комунікації формує характеристики комунікаційної діяльності бібліотеки, які визначають її як окремого суб'єкта в комунікації та передбачають формування певного набору соціально значимих функцій. Процеси медіатизації, про які говорить дослідниця, виявляють надзвичайно важливий аспект для розуміння соціальнокомунікаційного потенціалу описуваного в дисертації процесу. З одного боку, медіатизація передбачає виражену суб'єктність діяльності, тобто бібліотека в науковій комунікації виступає не просто середовищем інформаційного накопичення та обміну, а пропонує інструменти, механізми і форми комунікації, формалізує ресурси, визначає правила та критерії ефективності такої комунікації. Іншими словами, бібліотека постає повноцінною стороною наукової комунікації і, що важливо, – стороною інституціолізованою в системі соціального устрою.

З іншого ж боку, медіатизація передбачає і певний рівень соціалізації, оскільки будь-яка соціальнокомунікаційна активність в діяльності бібліотеки, медіатизована в інформаційному просторі, апріорі відзначається соціальною значимістю. Якщо ж соціальна значимість не проявляється, то така комунікація не буде успішною, не матиме спрямованості на задоволення соціальної потреби і навряд чи матиме сенс (тобто, мотив використання технічних і людських ресурсів для неефективної діяльності).

Г. Шемаєва вказує на використання соціальнокомунікаційного підходу як основи дослідження [913, с.3], при цьому вчена не деталізує, що включає цей

підхід, та як вона розуміє його у дисертації. Вказівку маємо тільки на те, що використання цього підходу дозволило «прослідкувати коеволюційні процеси бібліотеки та системи наукової комунікації з моменту їх виникнення; охарактеризувати комунікаційне середовище науки; виявити та дослідити загальні і специфічні принципи організації функціонування бібліотеки в системі наукової комунікації; розглянути соціокультурні фактори виникнення та розвитку каналів і засобів поширення інформації та знань; охарактеризувати інформаційні зв'язки в науковому співтоваристві, зумовлені галузевою специфікою; визначити феномен електронних ресурсів бібліотек як актуальний масив наукової інформації, що використовується для соціальних і специфічних потреб науки» [913, с. 3-4]. Широкий набір характеристик дослідженого об’єкта все ж не розкриває природи та форми використання підходу. В цьому ключі соціальнокомунікаційний підхід розуміється як настанова бачити соціальні контексти в досліджуваному об’єкті чи його частинах. При цьому настанова не передбачає відкидання методології інших підходів, які, за аналогією, ми можемо також визначати як настанови до аналізу описуваного об’єкта (всього у дисертації використано 6 підходів).

У роботі визначено широку палітру результатів, що характеризується високим ступенем новизни. Для нашої дисертації цікавими є висновки, що відображають соціальнокомунікаційну природу досліджуваного явища. Серед таких результатів виділимо встановлення «соціально-комунікаційного потенціалу бібліотек України через термінологічні визначення поняття електронних ресурсів як інтеграційного фактора в системі наукових комунікацій» та формування концепцій управління соціально-комунікаційними підсистемами в умовах чинних параметрів соціального розвитку і домінування комунікаційних схем інформаційної діяльності демократичного типу [913, с. 6]. Ці результати стали важливим чинником подальшого розвитку концепції дослідження. У висновках роботи відображено, що «в умовах інформаційного суспільства та переходу до суспільства знань … бібліотеці відводиться роль головного системоутворюючого елементу сучасної наукової комунікації» [913, с. 33]. Ще один показовий, на нашу думку, висновок говорить про нову якість розуміння функцій бібліотеки в

соціальних процесах: «бібліотека поступово втрачає свою незалежність від біфуркаційних процесів у сфері соціальних комунікацій та підтримку суспільства у сфері виконання своїх традиційних видів діяльності» [913, с. 32]. Цей чинник змушує галузь розвиватися, відшукувати нові форми соціальної взаємодії, визначати комплекс соціальних функцій.

Сучасне розуміння бібліотеки у процесах суспільного розвитку передбачає не тільки певний рівень її комунікаційної активності, але й відповідальність за комунікаційну зручність доступу до ресурсів, достовірність та повноту знаннєвих комплексів, комунікаційну відкритість. Усі ці виміри визначають міру інтеграції бібліотеки в соціальні процеси та її перспективи і значимість в інформаційному суспільстві, виразні риси якого все більшою мірою проступають в нашій реальності.

Дисертація Вікторії Анатоліївни Маркової «Книжкова комунікація: теорія, історія, перспективи розвитку» захищена 22 червня 2011 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. Дослідження присвячене особливому місцю книги і книжкової комунікації в житті суспільства.

Наукова проблема у роботі чітко не артикульована, вона виявляється через винесені в актуальність протиріччя, що визначають особливості книжкової комунікації на етапі становлення інформаційного суспільства. Серед протиріч, які визначають актуальність, дослідниця називає протиріччя: «між унікальним значенням книжкової комунікації в духовному й інтелектуальному житті сучасного суспільства та невизначеністю її місця в умовах інтенсивного розвитку електронної комунікації; між багатотисячолітнім пріоритетом книжкової комунікації в трансляції суспільно значущих цінностей і виникненням різноманітних конкурентних засобів комунікації; між довготривалим життєвим циклом друкованої книги і необхідністю забезпечення оперативного доступу до інформації, що є однією з головних умов інформаційного суспільства; між базовими вимогами до книжкового видання (закінчений характер змісту та форми,

редакційно-видавнича обробка, дотримання норм авторського права) і реаліями електронного комунікаційного середовища (гіпертекстуальність, «відкритість», інтерактивність); між усталеним уявленням про окремі соціальні інституції книговидання, книгорозповсюдження та книгозберігання як самодостатні об'єкти книжкової справи і нагальною необхідністю об'єднати їх у цілісну систему книжкової комунікації, що презентує її як базову підсистему соціальної комунікації сучасного суспільства» [535, с. 1-2].

Тут ми використали таку широку цитату, аби показати, що названі авторкою протиріччя лежать у сфері практики, визначають особливості побутування книжкової та електронної продукції як окремих феноменів предметної сфери соціального буття. Ці протиріччя важливі для видавничої справи, бібліотечної діяльності, ІТ-сфери. При цьому можна стверджувати, що названі протиріччя не становлять наукової проблеми, оскільки вони не впливають на теоретичні грані осмислення цих процесів.

З іншого боку, варто акцентувати, що названі авторкою протиріччя можуть стати підставою для теоретичних дискусій, тому актуалізація теоретичного базису книжкової комунікації через вирішення протиріч практичної реалізації книжкової комунікації – може становити актуальну наукову проблему.

Як і в інших дисертаціях, де наукова проблема описана без прямого називання, особливу увагу варто приділити меті дослідження, яка, за вимогами атестації наукових кадрів, повинна спрямовуватися на вирішення наукової проблеми. В. Маркова пише: «Мета дисертаційного дослідження – розроблення концептуальних засад функціонування і розвитку книжкової комунікації, визначення її перспектив в умовах електронного комунікаційного простору» [535, с. 2]. Таким чином, у меті відзначено переосмислення форматів, потенціалів та форм книжкової комунікації у електронному інформаційному просторі. Розуміння мети роботи поглиблюється авторською гіпотезою, яка передбачає, що «подолання технічних, соціальних та психологічних бар'єрів на шляху руху повідомлення від автора до читача можливе лише за умови взаємопов'язаного розвитку книжкової і електронної комунікацій» [535, с. 2]. Вікторія Маркова зазначає, що книга здатна

органічно інтегруватися в електронний контекст, оскільки за своєю природою має потужний адаптивний потенціал.

Основним методологічним підходом у дисертації названо соціокомунікативний підхід. При цьому розшифрування закладених авторкою змістів говорить про можливість розуміння цього підходу як соціальнокомунікаційного, адже завдяки йому встановлено комплекс соціально значимих характеристик досліджуваного явища: «сутність книжкової комунікації, її базову роль у системі соціальної комунікації … головні компоненти системи книжкової комунікації … трансформації, що відбуваються з ними в сучасному комунікаційному просторі» [535, с. 4].

Мовні особливості формування терміна «соціальнокомунікаційний підхід» не стали об'єктом окремого дослідження у нашій дисертації. Причина цього у тому, що об'єкт вивчення – докторські дисертації – містить незначну кількість згадок про зміст і суть підходу – всього 7 із 51-єї аналізованої роботи. Ми відзначаємо, що автори цих дисертацій досить спорадично використовують назву, при тому зміст і процедури досліджень, які вони проводять, особливості формулювання проблем та результатів дисертацій, зокрема й формальна віднесеність наукових спеціальностей, – все це свідчить про використання соціальнокомунікаційного підходу. Вважаємо, що термінологічний аналіз ключових понять та категорій нової наукової галузі повинен стати одним із наукових завдань подальших розвідок.

У роботі Вікторії Маркової йдеться саме про соціальнокомунікаційний підхід, оскільки визначаються соціально значимі категорії у структурі досліджуваного об'єкта, а результати дослідження містять акценти на виявлення актуальної ролі книжкової комунікації в нових інформаційних умовах розвитку суспільства.

Вчена вважає, що результати роботи можуть бути впроваджені у навчальний процес, і при цьому називає низку курсів, в яких варто використати матеріали дослідження. Також у дисертації вказано, що отримані результати можуть бути основою для подальших наукових праць [535, с. 6-7]. Відзначимо, що таке

впровадження традиційне для соціальнокомунікаційної науки, однак у ситуації саме цього дослідження варто вказати на чітке усвідомлення В. Марковою того шляху, яким має відбутися зміна концептуальної парадигми книги в нових інформаційних умовах. Закладаючи основи розуміння нових функцій і нового контексту для книжкової комунікації (поряд із комунікацією електронною та в спільних з нею формах) у навчальний процес, дисертантка формує еволюційну концепцію оновлення уявлень про нові функції книжкової комунікації.

Головним висновком дисертації стала думка про паралельний взаємопов'язаний розвиток книжкової та електронної комунікації. Вчена акцентує на тому, що вироблений у процесі становлення книжкової комунікації механізм сприймання інформації через книгу, у традиційних формах опосередкованої комунікації з автором передбачає високу адаптаційну динаміку, а отже, книжкова комунікація завжди відкрита до оновлення та адаптації під впливом зовнішніх чинників [535, с. 33]. Головною перспективою розвитку книжкової комунікації у дослідженні визначено «досягнення доступності будь-якого видання в необхідному місці, в найкоротший термін, у тій формі (друкованій або електронній), яку бажає отримати користувач» [535, с. 34].

Наукове осмислення книжкової комунікації, здійснене у роботі Вікторії Маркової, демонструє можливість використання соціальнокомунікаційного підходу для встановлення сутнісних характеристик об'єкта як елемента складної динамічної системи з виразними соціальними контекстами. Ефективність вибраного дослідницею підходу засвідчена і формально (через присудження наукового ступеня), і на рівні змістів та смислів роботи, які знайшли своє продовження у науковому дискурсі соціальних комунікацій.

Дисертація Олексія Миколайовича Кобєлєва «Інформаційно-аналітична діяльність бібліотек України: теоретико-методологічні засади розвитку» захищена 24 квітня 2013 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Дослідження подано на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. Робота розкриває особливості діяльності

бібліотеки як соціальнокомунікаційної структури, помітного чинника у процесах накопичення, збереження інформації та інформаційного обміну в суспільстві.

У дисертації наукова проблема названа, але при цьому її актуальність для розвитку бібліотекознавства як науки – не вповні розкрита. Олексій Кобєлєв так кваліфікує наукову проблему: «Концептуального осмислення потребує проблема визначення бібліотечними установами власного сегмента на вітчизняному інформаційному ринку, значення та зростання якого зумовлені розвитком ринкових відносин, формуванням інтелектуальної економіки, суттєвим ускладненням інформаційних відносин у суспільстві, що передбачає застосування бібліотечними фахівцями спеціальних знань і навичок, пов'язаних з інформаційною аналітикою, покликаною забезпечити інформаційні потреби суспільства за допомогою аналітичних технологій, через переробку вихідної інформації і здобуття якісно нового знання» [362, с. 2]. Таке визначення проблеми показує її виробничий характер, осмислення нових умов формування ефективної діяльності. Для науки отримані результати можуть і не становити проблеми, однак вони будуть цікавими для дослідження особливостей трансформації системи бібліотеки в нових соціальних умовах.

Важливим акцентом є розуміння соціальної природи діяльності бібліотеки О. Кобєлєвим: «Сучасна бібліотека – пише науковець, – це соціально-комунікаційна установа, що забезпечує отримання, обробку, організацію, збереження, передачу та збагачення інформаційно-когнітивних ресурсів соціоінфосфери» [362, с. 1]. Функціонування бібліотеки в нових умовах становлення інформаційного суспільства має передбачати й зміну діяльності чи формування окремих підходів та технологій для функціонування в умовах інформаційного суспільства. З огляду на це, у роботі називається низка завдань, що їх повинна вирішувати бібліотека в нових соціальних умовах. Серед цих завдань, на нашу думку, особливої ваги набуває аналітична діяльність, яка може вирішити низку складних інформаційно-комунікаційних проблем сучасності серед яких: «диверсифікація соціально-комунікаційних каналів, різноманітність й надмірність інформації, яка накопичена в комунікаційній системі, необхідність її

селекції, екстракції з неї достовірного знання, є передумовами зростання попиту на застосування інформаційно-аналітичної діяльності в різних підсистемах суспільства» [362, с. 1]. Ці нові виклики інформаційного суспільства стимулюють переосмислення ролі бібліотеки в новому форматі: більше соціальних функцій, вища соціальна значимість та можливість координації комунікаційних процесів, спрямованих на знаннєву сферу.

Про якісно новий рівень діяльності бібліотек говориться в гіпотезі дослідження. Автор визначає пріоритетність розвитку інформаційно-аналітичної діяльності, вбачаючи в цьому напрямі значний потенціал розвитку бібліотеки. Закономірно, що метою дисертації стає «обґрунтування розвитку системи інформаційно-аналітичної діяльності в бібліотеках України за умов інтелектуалізації суспільного життя в добу переходу до суспільства знань» [362, с. 3].

Методологічною основою дослідження обрано «соціокомунікативний» підхід. Це надало змогу «уточнити обсяг та зміст поняття «інформаційна аналітика»; довести комунікаційну сутність інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек, визначити її місце та функції в системі соціальних комунікацій сучасної України» [362, с. 5]. Визначення за допомогою соціальнокомунікаційного підходу комунікаційної сутності діяльності бібліотечного сектору свідчить про розуміння автором змісту цієї дослідницької технології як настанови до аналізу, про що ми вже згадували вище, під час аналізу інших праць. Встановлення комунікаційних характеристик чи потенціалів якогось явища – це одне з уявлень про соціальнокомунікаційний підхід, проте таке уявлення не є вичерпним.

Новизна дослідження демонструє кілька результатів, які виявляють особливості кореляції соціального та інформаційного складників у інформаційно-аналітичній діяльності бібліотеки. До таких результаті варто віднести: «соціально-культурний характер розвитку інформаційно-аналітичної діяльності» та формування завдань «інформаційно-аналітичної діяльності в задоволенні інформаційних потреб сучасного суспільства та її вдосконалення в бібліотеках України» [362, с. 7-8]. У дисертації стверджується інтегрованість діяльності

бібліотек у загальну соціально-культурну традицію та визначається соціальна функція задоволення інформаційних потреб аудиторії. Ці висновки важливі для науки про соціальні комунікації, оскільки певна розмежованість в спеціальностях, формування наукового дискурсу, що включає або медіа, або «не-медіа», призводять до ситуацій, в яких формалізація потреби відбувається виключно на рівні досліджуваного об'єкта.

Підхід Олексія Кобєлєва актуалізує оновлену модель діяльності бібліотеки, коли внаслідок розвитку інформаційно-аналітичної діяльності, створення нових сервісів доступу до інформації та збільшення прозорості й відкритості такого доступу, бібліотека може задовольняти інформаційні потреби аудиторії не менш повно, ніж медіа. При цьому тенденції просьюмеризму як соціального тренду визначають вищу цінність такої інформації, адже вона систематизується та проходить відбір завдяки аналітичним процедурам, її походження та класифікація надають сприймачеві підстави для висновку про точність, повноту інформації тощо.

Результати наукової розвідки О. Кобєлєва впроваджено в навчальний процес та практику діяльності бібліотек. Варто наголосити на доцільності такого підходу, особливо з огляду на еволюційну природу змін у діяльності бібліотеки, яку передбачає дослідження.

Серед ключових висновків дисертації відзначимо акцент науковця на «активізації використання аналітичних технологій у бібліотеках, реструктуруванні бібліотек та створенні в них спеціалізованих інформаційно-аналітичних підрозділів як одного із засобів їх адаптування до нової соціально-комунікативної реальності» [362, с. 32]. Відзначимо, що структурна реорганізація бібліотечної діяльності необхідна ще й з огляду на те, що динаміка комунікаційних новацій стрімко зростає, а самі бібліотеки відкривають чимало можливостей комерціалізації діяльності. Особливо це помітно в тих закладах, де створюються і розвиваються інноваційні послуги, засновані на використанні ІТ-технологій, фахової аналітики, соціально-адаптованих заходів та програм (від видання актуальних реферативних журналів до створення і проведення виставок,

презентацій літературних творів тощо). Сьогодні такі бібліотеки приваблюють інвесторів для створення експозицій, інноваційних центрів та інших проектів, а отже, соціальні функції бібліотек розширюються. Сформовані Олексієм Кобєлєвим ідеї оптимізації інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек стали важливим кроком у формуванні нового розуміння їх соціальної ролі, переосмислення форматів їх діяльності та визначення соціально значимих перспектив розвитку.

Дисертація Неоніли Олегівни Артамонової «Система інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення медичної науки України: генеза, структура, стратегії розвитку» захищена 27 березня 2013 року зі спеціальності 27.00.03 — книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. Дослідження присвячене виявленню особливостей діяльності бібліотеки як структури вузького, галузевого сегменту діяльності.

Кваліфікація проблеми у роботі сформована на основі опису стану її розвитку: «Вирішення проблеми вдосконалення системи інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення є актуальним на теоретичному та практичному рівнях. Інформаційно-бібліотечне забезпечення користувачів протягом тривалого часу було об'єктом дослідження фахівців бібліотекознавства, наукознавства, медичної інформатики та інших галузей. Проте слід зазначити, що комплексного багатоаспектного дослідження цієї системи у контексті посилення комунікаційної взаємодії наукових медичних бібліотек, інформаційних підрозділів, служб з інтелектуальної власності медичних наукових установ і вищих медичних навчальних закладів до цього часу не існувало, хоча очевидною є необхідність удосконалення цієї системи на новому науковому та технологічному рівні» [15, с. 1]. Як ми не раз констатували вище, відсутність знань про той чи той стан, характер або особливість феномена соціальної дійсності не становить наукової проблеми. Однак бачення цієї проблеми ймовірне, якщо в перспективі дослідник може змоделювати процеси, що призведуть до наукових дискусій,

порушення системності та структури наукового дискурсу. У такому випадку виявлення і кваліфікація проблеми, опис її, привернення уваги науковців до шляхів і способів актуалізації наукових зусиль у певному напрямку – це свідчення правильного наукового підходу. Проте дуже часто такі формулювання охоплюють виробничі галузеві проблеми, які не передбачають якісного оновлення науки, формування нових наукових напрямів та вироблення нових теорій.

На галузевий характер проблеми, що вирішується в роботі Неоніли Артамонової, вказує гіпотеза дослідження, в якій, з-поміж іншого, вчена наголошує: «Відсутність ефективної комунікаційної взаємодії між науковими медичними бібліотеками, інформаційними службами та підрозділами з інтелектуальної власності суттєво знижує рівень інформаційного забезпечення користувачів. Обґрунтування напрямів взаємодії інформаційних структур, можливостей консолідації їх ресурсного потенціалу, інформаційно-комунікаційного й організаційного інструментарію сприятиме суттєвому вдосконаленню системи інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення (ІБПЗ) інноваційного розвитку медичної науки України» [15, с. 3]. Взаємодія бібліотечних структур – також виробнича необхідність, яка потребує теоретичного вирішення. Але це має бути окреме наукове завдання, а не наукова проблема, оскільки остання передбачає існування неузгоджених чи полярних думок з приводу одних і тих же концепцій, що обмежують науковий розвиток окремого наукового напряму, галузі, наукового дискурсу в цілому.

Відзначаємо в роботі теоретичне обґрунтування механізмів формування наукової проблеми, але акцентуємо, що галузеві проблеми можуть набувати широти і значимості такого обсягу, за якого переростають, принаймні кількісно, формати окремих галузевих наукових студій, але це не означає доцільності підміни такими проблемами проблем наукових.

Повертаючись до дисертації Н. Артамонової, відзначимо, мета роботи передбачає обґрунтування «теоретико-методологічних та організаційних засад вдосконалення системи інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення медичної науки України за умов розвитку сучасного соціокомунікаційного

простору» [15, с. 2]. Зорієнтована на практичну реалізацію, мета роботи передбачає використання вченою спеціальної методології, яка б передбачала можливості формування валідних висновків дослідження. Серед методологічних підходів основним у роботі виступає «соціокомунікативна парадигма розвитку бібліотекознавства, що дозволило підійти до вивчення об'єкта дослідження як одного із проявів функціонування системи документальних комунікацій» [15, с. 3]. Таке розуміння соціальнокомунікаційного підходу відкриває нові грані його вивчення – цей підхід розглядається як модель відображення системи управління, адже йдеться про те, що в роботі має бути запропонована система рекомендацій організаційного характеру, які повинні оптимізувати інформаційно-бібліотечне та патентне забезпечення бібліотечної галузі. При цьому авторка наголошує на використанні системи документальних комунікацій, отже, оптимізаційні процеси можна ототожнити з процесами управління комунікаційними потоками, а сам підхід зі структуруванням комунікаційного середовища, впорядкуванням його інформаційної структури. Зокрема, варто говорити про методи емпіричних досліджень, спрямовані саме на комунікаційну структуру та розробку моделей оптимізації такої структури.

Варто акцентувати, що науковець вбачає основною сферою використання результатів наукову діяльність [15, с. 5]. Дійсно, модель, запропонована в роботі, може стати прикладом і типом вирішення подібних задач для інших галузей наукової діяльності. Ще одним напрямом може стати медична галузь, яка потребує оптимізації інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення, про що також йдеться в дослідженні.

Концептуальна модель розвитку системи інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення медичної галузі і стала основним результатом роботи. Така модель у дисертації подається через систему складників, які визначають інноваційний характер розвитку медичної галузі та виявляють роль і місце інформаційних процесів (інформаційної діяльності в цілому) в розвитку галузі. У роботі кваліфіковано такі складові частини [15, с. 19-20]: інформаційну, технологічну, контролюючу, функціональну, організаційну, освітню.

Системна кваліфікація складників нової моделі оптимізації інформаційної діяльності бібліотек дозволяє говорити про формування галузевих структур інформаційного забезпечення, які можуть інтегруватися у спільний соціальний простір, але можуть бути до певної міри самостійними і закритими. Якщо ж вони орієнтуються на специфічні (інформаційно) галузі людської діяльності – як, наприклад, у роботі Н. Артамонової, – то такі системи можуть розвиватися за власними пріоритетними моделями. Такий розвиток зумовлюється розвитком галузі, стрімкістю оновлення ресурсної бази діяльності у цій галузі та оперативністю інформаційного відображення виробничих новацій. Соціальнокомунікаційний підхід, при дослідженні таких складних об'єктів виробничої діяльності, буде найбільш ефективним для відображення адекватності інформаційно-соціальних кореляцій, формування моделей відкритості.

Дисертація Володимира Івановича Попика «Ресурси біографічної та біобібліографічної інформації в системі національної спадщини: історія, методологія, розвиток» захищена 28 лютого 2014 року зі спеціальності 27.00.03 — книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Дослідження подане на здобуття наукового ступеня доктора історичних наук. Робота присвячена розкриттю складної багатоаспектної теми функціонування інформаційних ресурсів в умовах становлення інформаційного суспільства.

Наукова проблема у дисертації Володимира Попика встановлюється аналітично, точніше, аналітично встановлюється її наукове обґрунтування, оскільки автор виводить важливість досліджуваного об'єкта саме через потребу уніфікації фахових підходів до біографічної та бібліографічної діяльності в умовах нової соціальнокомунікаційної парадигми. Вчений констатує: «Нагальною потребою як історичної науки, так і книгознавства, бібліотекознавства та бібліографознавства є теоретичне й методичне забезпечення актуалізації багатовікового досвіду формування і використання ресурсів біографічної й біобібліографічної інформації та визначення оптимальних шляхів їх трансформації в електронні ресурси сучасного суспільства. При цьому важливим є урахування співвідношення й генетичних зв'язків між друкованою та новітньою

електронною біографікою, пошук методів збереження й примноження традицій вітчизняної біографіки. Суспільна значущість дослідження зумовлена швидким зростанням потреб науки, освіти, культури, виховання, державного управління у науково достовірній біографічній інформації» [717, с. 1].

Зовні проблема дослідження не виходить за межі форматування фахової діяльності. Однак глибший аналіз дисертації доводить правомірність тези про те, що існування різних формально та сутнісно підходів до формування та уніфікації бібліографічних ресурсів створює проблему наукового пізнання. Унаслідок використання підходів, що не інтегровані в межах однієї теоретичної платформи, можливе різноаспектне формування біографічної та бібліографічної інформації як ресурсів інформаційної системи. Це, в свою чергу, ускладнить формалізацію даних та можливість наукового їх використання в умовах тотальної інформатизації знаннєвих ресурсів.

Узагальнюючи та систематизуючи чималий досвід накопичення ресурсів біографічного та бібліографічного плану, дослідник свідомий того, що перед ним стоятимуть завдання вирішити проблеми і питання, які сформувалися унаслідок поглиблення методологічно різних підходів до галузевої діяльності. Зрештою, про це йдеться і в меті дисертації: «Метою дослідження є узагальнення досвіду та виявлення найбільш важливих етапів, закономірностей, традицій, невирішених проблем і завдань розвитку світових та вітчизняних ресурсів біографічної інформації; визначення актуальних нині теоретичних, методичних і практичних здобутків минулого, вироблення пропозицій щодо впровадження ефективних моделей використання нагромадженого досвіду й оптимізації формування загальнонаціональних, регіональних, галузевих і тематичних інформаційних ресурсів» [717, с. 2].

У дисертації чітко кваліфіковано умови, в яких відбуватиметься адаптація концепцій, створених дослідником, функціонування узагальненої моделі біографічної та бібліографічної інформації. Автор акцентує на «нелінійному» переростанні книжкової ери в «еру електронної культури», переходу «від документної до документно-інформаційної й інформаційно-когнітивної парадигм

розвитку» [717, с. 3]. Ці закономірності визначатимуть особливості не тільки в продукуванні теоретичних моделей розвитку досліджуваного об'єкта, але й впливатимуть на техніко-технологічні особливості організації діяльності, спрямовані та забезпечення кореляції результатів бібліографічної діяльності з можливостями їх ефективної експлікації в інформаційному просторі, з використанням усіх технічних засобів.

В основі роботи лежать принципи історичного дослідження, використовуються відповідні історичному підходові методи. Водночас варто відзначити виразну соціальну спрямованість результатів та висновків автора [717, с. 4].

Важливим елементом новизни дисертації – крім позицій, що ілюструють вирішення проблеми на рівні наукового обґрунтування доцільності єдиного підходу до інформаційно-біографічної діяльності, – є концепція залучення біографічно-бібліографічного масиву знань, «цього величезного ресурсу до наукового й суспільного обігу, його входження до електронного інформаційного простору» [717, с. 6]. При цьому дослідник виявляє не тільки суто утилітарний рівень використання даних – задоволення інформаційних потреб споживачів інформації. Навпаки, в роботі визначено теоретичне підґрунтя ефективного використання даних, сформованих і уніфікованих за новими принципами, що враховують ефективні інформаційні технології.

У цьому ключі показовим є один із висновків В. Попика: «Обґрунтовано, що формування значних за обсягом інформаційних ресурсів (десятки і сотні тисяч імен), оснащених сучасними інтелектуальними засобами оперування даними, створює ефект великої статистичної вибірки і відкриває нові можливості для здійснення комплексних досліджень у галузі соціального, етнонаціонального, суспільно-політичного, економічного і культурного розвитку» [717, с. 27]. Таке розуміння результатів роботи формує наукові перспективи для всієї історичної галузі. Важливим параметром лишається достовірність даних, інтегрованих в таку систему, при цьому об'єктивність біографічної та бібліографічної інформації

визначається системністю підходу, який передбачає і моделювання різних форм фахової діяльності.

Дослідження Володимира Попика піднімає складну проблему використання інформаційних ресурсів та достовірності інформації з таких ресурсів. Сьогодні навіть науковці досить часто послуговуються даними Вікіпедії, іншими непрозорими в науковому сенсі ресурсами. З одного боку, такі ресурси представляють найбільш масове розуміння терміна, довідки, біографії, даних, тобто виявляють загальне, прийняте в соціумі розуміння об'єкта чи явища. З іншого боку, ні автори статей в таких ресурсах, ні власники цих ресурсів не несуть ніякої відповідальності (крім репутаційної) за зміст оприлюдненого. Найбільш упереджені матеріали відстежуються і знімаються, але це проблеми не вирішує. Модель наукової організації діяльності та вироблення глобального інформаційного ресурсу (а також впорядкування величезного масиву даних, які на сьогодні є в системі бібліотечної інформації) створює прецедент об'єктивного та соціально відповідального поширення інформації. В умовах розгортання інформаційного вибуху, стрімкого наростання інформаційного потоку саме достовірна та неупереджена інформація, поширювана через ресурси із жорсткою політикою достовірності, має неабияку соціальну затребуваність, закономірно користується попитом та стає складником соціального досвіду певного історичного періоду.

У дисертації підтверджено характерну для феноменологічних праць увагу до історії виникнення і формування феномена, його внутрішньої структури та особливостей побутування у соціальному середовищі, перспектив розвитку досліджуваного явища. Соціальнокомунікаційний підхід у таких роботах часто не виходить за межі формування комунікаційної настанови в процесі аналізу досліджуваних явищ, а отже, використання такого підходу не виявляє кореляцій із певними методами чи дослідницькими процедурами.

Іншими словами – соціальнокомунікаційний підхід використовується вченими за принципом тематичної відповідності дослідження комунікаційній діяльності, застосовується як елемент радше декларативного характеру. При

цьому висновки та підсумки, які винесено як основні результати роботи, зазвичай демонструють певні соціальні процеси та залежності, що напряму пов'язані з інформаційно-комунікаційною діяльністю. Таким чином, варто говорити про елементи соціальнокомунікаційного підходу в дослідженнях феноменів бібліотекознавства та книгознавства. Відзначимо, що такі елементи можуть використовуватися як засоби прогнозування, передбачення та проекції соціальних категорій на об'єкти наукового інтересу вчених.

3.4. Соціальні контексти інформаційної діяльності бібліотек

У дисертації вже окреслено основні напрямки соціальних функцій бібліотек, які актуалізуються в процесах здійснення бібліотекою соціальних функцій. Водночас частина досліджень спеціальності 27.00.03 присвячені висвітленню окремих контекстів інформаційної активності бібліотек у системі соціальної дійсності. З позиції соціальних комунікацій для нас важливо відзначити шлях та форми оптимізації комунікації у структурі взаємин «бібліотека – читач та бібліотека – інші соціальні інститути» як стратегічного вирішення питання розвитку бібліотек.

Дисертація Ірини Олександрівни Давидової «Інноваційна політика бібліотек України: зміст та стратегії розвитку в інформаційному суспільстві» захищена 25 червня 2008 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. Постановка теми дисертації виявляє соціальну зорієнтованість дослідження, встановлення особливостей формування комунікаційних потенціалів бібліотечної діяльності як стратегічних потенціалів розвитку системи комунікаційної взаємодії бібліотеки та споживачів інформації, користувачів бібліотечних послуг та сервісів.

Робота включена нами в структуру досліджень нових форматів і форм соціальної взаємодії, що спричинені часто розвитком технічних (технологічних) потужностей суспільства або ж зміною інформаційно-функціональних домінант,

які визначають розвиток соціальних інститутів того ж таки суспільства. Ці причини, зазвичай, проявляються більшою чи меншою мірою у кожному факті інтенсивізації соціально-інформаційного розвитку того чи того суб'єкта інформаційної діяльності.

Наукова проблема, що вирішується в роботі, це «Проблема соціальної значущості й відповідності бібліотек реаліям інформаційного суспільства з його глобальними преференціями» [264, с. 3]. Таке формулювання проблеми передбачає зіставлення чималої кількості концепцій – як науково-практичних, так і виключно теоретичних моделей розвитку бібліотеки як системи соціально значимої діяльності.

Ці процеси потребують вивчення особливостей сучасного стану розвитку інформаційного простору та тих змін, що приходять разом зі становленням інформаційного суспільства. Виділення окремих інноваційних форматів діяльності бібліотек – важливий компонент такого аналізу. Ірина Давидова наголошує: «Інноваційні зміни, які за часів сьогодення відбуваються в бібліотеках, уповільнюються через невирішеність технологічних, організаційних і правових питань. Це, в свою чергу, посилює нестабільність розвитку бібліотек, викликає дисфункції в самій системі управління». І далі: «Інноваційна політика інтегрує процеси модернізації й інформатизації бібліотечної діяльності, створює умови та форми входження бібліотек до єдиного інформаційного простору, сприяє визначенню ролі та місця бібліотек України як суб'єктів інформаційного ринку, складової інформаційної інфраструктури суспільства і дозволяє сформувати стратегічне бачення сутності процесів розвитку бібліотек в інформаційному суспільстві та їх трансформацій під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів» [264, с. 3]. У дисертації акцентовано на існуванні кризи управління бібліотекою як соціально-інформаційною структурою. Причина такої кризи у потребі адекватного розвитку в системі інформаційного та комунікаційного оновлення технологій і в окремій країні, і у світі в цілому. З огляду на викладені аргументи, важливим компонентом вирішення наукової проблеми стає «розробка теоретико-методологічних засад управління інноваційним розвитком бібліотек України за

умов їх функціонування на документно-інформаційному й інформаційно-когнітивному рівнях соціальних комунікацій» [264, с. 5]. Цим контекстом визначається мета дослідження та потенціал наукового результату, його виробнича й наукова цінність.

Реалізація мети дисертації, вирішення наукової проблеми потребує спеціального методологічного апарату. В роботі вказано на низку наукових підходів до розв'язання наукової проблеми, серед яких особливо цікавими, з точки зору соціальнокомунікаційної науки, є соціокультурний та соціопроектний. Вчена так бачить реалізацію цих підходів у дослідженні: «Застосування соціокультурного підходу дозволило довести, що розбудова бібліотечної діяльності на ціннісних засадах культури інформаційного суспільства через регулювання бібліотечного виробництва впливає на прискорення та «пом'якшення» всіх соціокультурних перехідних процесів. Соціопроектний підхід до організації інноваційної діяльності бібліотек дав змогу дослідити напрями проектування як цілеспрямованої діяльності, метою якої є формулювання та моделювання уявлень про виробничу діяльність бібліотек, її кінцевого результату та наслідків» [264, с. 6]. Розуміння сутності цих підходів та їх методологічної бази передбачає формування особливого поєднання дослідницьких процедур, за яких будь-яке явище соціального порядку вивчається в контексті сформованих у актуальній соціальній культурі ключових наративів та передбачає соціальні ефекти від реалізації теоретичних концепцій і їх практичних реалізацій.

Показово, одним із результатів дисертації, що визначають її новизну, Ірина Давидова визначає такий: «окреслено напрями прискореного виведення бібліотек України на рівень сталого зростання через формування єдиного простору трансформаційних та інноваційних змін у бібліотечній сфері діяльності, а також утвердження соціально-орієнтованої ринково-виробничої моделі розвитку» [264, с. 10]. Соціальна орієнтація комунікаційних моделей свідчить про формування в межах концепції особливої ролі бібліотеки як соціального інституту, а також створення напрямків розвитку, які відображають внутрішню політику

реорганізації і засадничих теоретичних концепцій, і суто адміністративної організації діяльності в умовах нового контексту інформатизації суспільства.

У роботі наголошено на важливості адаптивності такої системи, що знову ж таки вказує на пріоритетність технологій управління в дисертації І. Давидової, яка визначає важливим підсумком нової стратегії діяльності бібліотеки створення «належного підґрунтя для адаптації бібліотечно-інформаційних установ до ринкових умов господарювання та підприємницької діяльності; правового підґрунтя для виокремлення малих фірм у системі господарювання, діяльність яких має бути спрямована на виробництво інформаційних продуктів і послуг зі значною доданою вартістю; інформаційно-аналітичних продуктів, підвищеного рівня комфортності інформаційного сервісу; системи підготовки та перепідготовки бібліотечно-інформаційних кадрів, спроможних реалізувати означені стратегії» [264, с. 35]. Ці управлінські рішення лежать у сфері наукового використання соціальнокомунікаційного підходу саме тому, що тільки за умови використання цього підходу можна ефективно використовувати зв’язки між інформаційними складниками діяльності та їх соціальним позиціонування в комунікаційній структурі суспільства.

Дослідження І. Давидової цікаве ще й тим, що тут на рівні ідеології розмежовуються різні соціальні контексти в теоретичній моделі інноваційного розвитку бібліотек: серйозна увага приділена вивченню внутрішньої соціальної структури бібліотеки як окремого типу організації зі своїми визначеними функціями; не менш повно відображається у роботі соціальна структура суспільства, в яку бібліотека інтегрується як соціально чинний суб’єкт інформаційно-комунікаційної діяльності.

Дисертація Тетяни Юріївни Гранчак «Бібліотека в системі політичної комунікації» захищена 20 грудня 2012 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. Відповідно до даних автореферату відзначимо, що дисертація захищалася без наукового консультанта. Ця робота цікава особливим підходом до позиціонування

соціальних функцій бібліотеки в структурі галузевої діяльності. Науковець кваліфікує функції бібліотеки в системі політичної комунікації, яка має особливі контексти організації інформаційного дискурсу, складні контексти достовірності, повноти та об'єктивності інформаційних продуктів.

Наукова проблема у дисертації подається у формі прямої номінації, дослідниця заявляє, що така проблема є і вона актуальна: «… проблеми політичної комунікації є недостатньо розробленими. Це стосується понятійного апарату, тенденцій та перспектив розвитку політичної комунікації, специфіки її функціонування на різних комунікативних рівнях та в різних суспільно-політичних умовах, використання потенціалу окремих суспільних інститутів у політико-комунікативних процесах». І далі: «Бібліотека як інтегративний соціальний інститут, що включений до різних підсистем суспільства, зі зміною ролі інформації в житті соціуму стає опорним центром соціально-комунікаційної структури. Водночас її можливості у процесах політико-комунікативної взаємодії поки що недостатньо досліджені. Місце і роль бібліотек у системі політичної комунікації потребує додаткового наукового осмислення» [235, с. 1-2]. Ключовими характеристиками проблеми виступає відсутність досліджень подібного спрямування, що свідчить про потребу більшої чіткості при формулюванні наукової проблематики. Науковець акцентує на існуванні протиріччя між колосальним інформаційним потенціалом та слабкою інтеграцією бібліотеки у процеси політичної комунікації.

Важливість виявлення закономірностей, окреслених в термінах проблеми, зумовлюється усвідомленням ролі бібліотеки в нових умовах формування інформаційного суспільства, коли суб'єктність як комунікаційна характеристика бібліотеки зростає. Водночас спостереження за політичним дискурсом показує, що цей ресурс достовірної інформації, соціально адаптованих технологій використання знаннєвих потенціалів використовується в політичній комунікації слабко або не використовується взагалі. Політична комунікація більшою мірою орієнтована на медіадискурс, тому створення концепції участі бібліотеки в політичній комунікації не тільки вирішує поставлену проблему, але й створює

прецедент розширення соціальних функцій бібліотеки в нових інформаційно-комунікаційних умовах.

Суб'єктність як характеристика участі бібліотеки в політичній комунікації прописана авторкою в гіпотезі дослідження, відповідно, мета роботи полягає у розкритті «політико-комунікативної ролі і потенціалу бібліотеки як соціального інституту в системі політичної комунікації» [235, с. 3]. На рівні гіпотези і мети дослідження можемо констатувати, що дисертація містить широкі перспективи використання методологічного підходу для вивчення і формування суб'єктності в інших сферах людської діяльності, наприклад, в екологічній чи правовій комунікації.

Методологічною основою дослідження у роботі використано «комплекс дослідницьких методів і підходів, базовим з яких було визначено соціальнокомунікаційний підхід, дотримано принцип наукової об'єктивності» [235, с. 4]. Соціальнокомунікаційний підхід проявляється у врахуванні комунікаційних потенціалів діяльності бібліотеки в політичній комунікації. Відзначимо, що детальних характеристик використання соціальнокомунікаційного підходу в роботі не виявлено. Ця ситуація є характерною для дисертацій, що аналізуються в розділі. Науковці активно засвідчують використання соціальнокомунікаційного підходу, водночас не актуалізують дослідницькі процедури, які б становили зміст використання такого підходу. Ця ситуація традиційна для початкового етапу становлення наукового напряму чи галузі. Вона є свідченням наукової неузгодженості методологічних позицій, таким чином – кваліфікує наукову проблему встановлення змісту та форм основного галузевого підходу, що вирішується у нашій роботі.

Окремі наукові результати Тетяни Гранчак, які визначають наукову новизну дослідження, надзвичайно цікаві з позиції виявлення соціальнокомунікаційних контекстів наукової праці. Передусім наголосимо на виявленні складної системи взаємозв'язків інформаційно-комунікаційного характеру, які проявляються через суб'єктність бібліотеки. Відзначимо, що запропонована вченою схема передбачає і горизонтальну, і вертикальну організацію таких взаємозв'язків в межах

визначення політичної комунікації, яка «розуміється як специфічні політико-владні відносини, процес передавання смислів (сенсів-месиджів), що стосуються політичної сфери суспільства, від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, між складовими суспільної системи з метою здійснення впливу, що дало змогу по-новому оцінити роль і місце бібліотеки в системі політичної комунікації як її суб'єкта, визначити її перспективи». При цьому розуміння місійності політичної комунікації виходить за межі потреб окремої політичної сили, основна мета цієї комунікації, на думку автора, «підтримка життєздатності політичної системи, її стабільного розвитку і трансформації відповідно до тих змін, що відбуваються у суспільстві та світі, недоліки та умови підвищення її ефективності» [235, с. 6]. Ці два взаємопов'язані висновки показують роль бібліотеки в соціальнокомунікаційній діяльності, можливості ефективного використання ресурсів системи консолідації знань (якою постає бібліотека) для суспільного поступу.

Ще один важливий, як на нашу думку, результат стосується уточнення окремих понять, їх термінологічного означення. Тетяна Гранчак визначає такі поняття: «інформаційно-комунікативний шум – наявні інформаційні перешкоди, що виникли випадково або внаслідок свідомої цілеспрямованої дії, які заважають отриманню або сприйняттю адресатом початкового смислу повідомлення; управління інформаційно-комунікативними потоками – свідомий, цілеспрямований та ефективний вплив на зміст, інтенсивність, напрями політичної комунікації з метою досягнення стабільного розвитку політичної системи, у результаті якого кожен з її елементів отримує власну користь; неформальні комунікації – некеровані й неконтрольовані комунікації між окремими людьми і групами» [235, с. 7]. Підкреслимо, що термінологічна база ключових понять передбачає формування нового об'єктного визначення процесів та явищ, які складають основу досліджуваного явища. Окремий акцент варто зробити на «некерованій комунікації»: чинний політико-правовий дискурс, дослідження маніпулятивних технологій та практик доводять, що некерованість неформальних комунікацій може бути позірною, а смисли, що поширюються в

цих середовищах, визначаються потребою політичних, адміністративних чи ідеологічних чинників.

Основні висновки дисертації позиціонують бібліотеку як соціальний інститут, використання суб'єктності якого в політичній комунікації може сформувати важливі соціальні контексти, які характеризуватимуться високою мірою достовірності, системності, точності інформаційних обмінів. При цьому бібліотека здатна генерувати різні інформаційні продукти та проекти, що охоплюють не тільки горизонтальну (синхронічну) соціальну ситуацію, але й відображають особливості історії становлення та перспективи розвитку певних політичних процесів, структур, об'єднань, ідеології тощо. Ці потенційні можливості випливають із суті бібліотечної діяльності та функції бібліотеки як суб'єкта збереження й систематизації інформаційного потоку.

Реалізація виявлених Т. Гранчак потенціалів передбачає системність діяльності бібліотеки в комунікаційних процесах, зокрема й у політичній комунікації. Дослідниця окремо наголошує: «Необхідним компонентом комунікації є налагодження різноформатної систематичної співпраці з органами державного управління та інститутами громадянського суспільства, яка забезпечуватиме розкриття базового значення ресурсного потенціалу знань та комунікаційної діяльності бібліотек в політичному процесі, а також пошуки нових технологій і форм інтерактивної взаємодії з користувачами з активним використанням переваг сучасних електронних технологій, зокрема дослідження специфіки діяльності електронних ЗМІ, і в першу чергу інтернет-ЗМІ, як одних з найбільш впливових суб'єктів політичної комунікації [235, с. 31]. Важливість цих процесів не викликає сумніву, водночас маємо констатувати, що такий процес взаємодії повинен ініціюватися не тільки бібліотекою, але й з боку інших учасників комунікаційного процесу. Для цього бібліотека, на думку Тетяни Гранчак, повинна «досягти вимоги підготовки об'єктивної і достовірної наукової інформації, здатної долати інформаційно-комунікативні шуми та бар'єри» [235, с. 32]. Це завдання може мати систему вирішень, серед яких активна соціальнокомунікаційна позиція бібліотеки як соціального інституту.

Дисертація Тетяни Василівни Добко «Довідково-бібліографічна діяльність бібліотек НАН України: трансформація змісту, форм і методів під впливом зміни інформаційно-комунікаційного середовища (XX ст. – перше десятиліття XXI ст.)» захищена 24 вересня 2013 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. Дослідження проводилося без консультанта, принаймні в авторефераті дисертації відомостей про наукового консультанта немає.

Наукова проблема подається через опис, кваліфікується на рівні визначення актуальності виконання завдань виробничої діяльності. Науковець акцентує: «актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю подолання суперечності між постійно зростаючими обсягами науково-інформаційних ресурсів і потребою організації та ефективного задоволення інформаційних запитів користувачів ДБС (довідково-бібліотечної служби) наукових бібліотек. Вирішення цієї проблеми в такій постановці не було предметом спеціального дослідження у вітчизняному бібліографознавстві» [305, с. 1]. Відзначимо, що відсутність наукових праць не може бути однозначно як проблема науки чи окремої спеціальності, оскільки така відсутність не визначає характеристик процесів та явищ, що становлять зміст наукового дискурсу. Наукової чинності набуває реалізована, виражена проблема, кваліфікація якої може обмежувати науковий розвиток чи деформувати загальноприйняту картину явища, процесів, дійсності в цілому.

Мета дисертації Тетяни Добко – «з'ясувати сутність процесів трансформації змісту, форм і методів ДБД [довідково-бібліографічної діяльності] бібліотек НАН України та визначити напрями розвитку системи ДБО [довідково-бібліографічного обслуговування] як складника науково-інформаційної діяльності в системі бібліотечних комунікацій суспільства знань» [305, с. 2]. Трансформаційні процеси, які характеризують діяльність бібліотеки в умовах становлення інформаційного суспільства, передбачають системне оновлення підходів до організації виробничих процесів. Водночас подібні розвідки не передбачають вирішення

теоретичних проблем, радше вони орієнтуються на формування нових виробничих контекстів, пропозицію нової виробничої платформи.

У роботі вказується на використання соціальнокомунікаційного методу: «Соціально-комунікаційний метод застосовувався для розкриття ролі, місця і значення ДБД бібліотек в інформаційно-комунікаційній системі певного історичного етапу, а також з'ясування сучасних трансформацій в глобальному комунікаційному середовищі» [305, с. 3]. Як і в попередніх дослідженнях розділу, що увійшли до розділу, особливості процедури використання методу не описано.

Використання соціальнокомунікаційного методу, про який говорить вчена, для кола визначених у роботі завдань може мати широкі концептуальні виміри, оскільки встановлення ролі ДБД на різних історичних етапах повинно включати аналіз аудиторії, проведений дослідницею (що не можливо за умови діахронічного підходу) або ж іншими вченими у досліджуваний період, причому такий аналіз повинен відображати соціально-комунікаційну проблематику. Ці думки з приводу використання соціальнокомунікаційного підходу не претендують на вичерпність, але визначають певні застороги щодо вільного використання термінології в обґрунтуванні наукової методології. Принаймні такі способи використання методології повинні широко коментуватися вченими для встановлення механізмів дослідження та осмислення особливостей досліджуваного об'єкта.

Тетяна Добко доходить до висновку про те, що «Розвиток системи ДБО значним чином залежить від ступеня інтегрованості бібліотек в структуру міжнародної інформаційної взаємодії, належної організації онлайнового доступу до інформації та кваліфікованого консультування» причинами уповільненого впровадження нових тенденцій та технологій у практику бібліотечної діяльності вчена називає «неналежне фінансове та кадрове забезпечення, фрагментарне поповнення довідково-бібліографічного ресурсу, що й визначає об'єктивне відставання бібліотек академічних установ в організації ДБД, хоча у бібліотеках працюють досвідчені фахівці, сформовано потужний науково-інформаційний ресурс». Вирішення цієї проблеми авторка вбачає у стимулюванні різного рівня співпраці в середовищі бібліотечної діяльності [305, с. 21-22].

Відзначимо, що запропоновані Т. Добко концепції більшою мірою стосуються формування та реалізації організаційного потенціалу у структурі бібліотечної діяльності і, таким чином, визначають особливості внутрішньої політики розвитку бібліотечного середовища.

Дисертація Наталії Едуардівни Кунанець «Система бібліотечно-інформаційного обслуговування користувачів з особливими потребами в Україні: історія, методологічні засади, перспективи» захищена 19 грудня 2013 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. Дослідження проводилося без консультанта, принаймні в авторефераті дисертації відомостей про наукового консультанта немає.

Наукова проблема у роботі не називається, вказується на актуальність теми дослідження та на складний стан зі створенням умов для використання бібліотечних сервісів людьми з особливими потребами. Оперуючи результатами статистичного дослідження, Наталія Кунанець наголошує на мізерній кількості обладнання, необхідного для обслуговування людей з особливими потребами [487, с. 1-2]. Крім того, авторка виходить із критикою традиційної для бібліотечної галузі «соціокомунікаційної сегрегації», яка полягає у «цілеспрямованій штучній відособленості цих соціальних груп [людей з особливими потребами], формуванні для них окремих профільних як бібліотечних, так і загалом соціокультурних установ» [487, с. 1-2].

Вчена акцентує на необхідності оновлення системи діяльності бібліотеки, зокрема й технології формування ресурсного фонду та його систематизації на новій науковій основі, яка б давала можливість багатоаспектного використання ресурсів бібліотеки, зокрема й людьми зі спеціальними потребами. Поєднання традиційних та інноваційних технологій, на думку дисертантки, сприятиме вирішенню поставленої проблеми.

Як і в більшості попередніх досліджень, проблема, яку піднімає Н. Кунанець, має не науковий характер, а виробничий. Зміни, що пропонуються в роботі, засновані на формуванні нової теоретичної концепції, але стосується ця

концепція інноваційного підходу не в науці, а у виробничій діяльності бібліотеки. Тому можемо констатувати помилки при формуванні наукової проблеми, що аж ніяк не применшує цінності дослідження та формування соціально значимих результатів, які знайшли своє наукове продовження.

Додаткову формалізацію проблеми зафіксовано у меті дисертації. Авторка прагне «розв'язати важливу науково-прикладну проблему з формування вербальної моделі цілісної системи інформаційно-бібліотечного обслуговування користувачів з особливими потребами з урахуванням розвитку інформаційних технологій та програмно-алгоритмічних засобів, що забезпечують суттєве розширення доступу таких користувачів до інформаційних ресурсів» [487, с. 3].

Наукова робота виконувалася із залученням системного та структурно-функціонального підходів. Серед методів дослідження відзначимо кластерний аналіз, який не використовувався в жодній докторській дисертації [487, с. 4]. У дисертації не заявлено про використання соціальнокомунікаційного підходу, водночас описано функціональні параметри соціальнокомунікаційної сегрегації, розкрито її наслідки та сформовано альтернативні форми організації діяльності бібліотеки, що орієнтована на людей з особливими потребами. Як і в більшості досліджень цієї групи згадка про соціальнокомунікаційні виміри дослідження має декларативний характер, свідчить про настанову до наукового розгляду.

Наукова новизна дослідження відзначається високим рівнем залучення інноваційних інформаційних технологій до сформованої авторкою моделі оновлення організаційних параметрів діяльності бібліотеки. Серед таких результатів відзначимо три найбільш показові, як на нашу думку: «сформульовано концептуальні засади розвитку бібліотечних технологій для осіб з особливими потребами, що базуються на застосуванні сучасних інформаційних технологій та методології створення консолідованого інформаційного ресурсу, орієнтованого на обслуговування користувачів з особливими потребами; запропоновано використання інформаційної технології і сервісів хмарних обчислень для зберігання та ефективного опрацювання бібліотечних електронних ресурсів; обґрунтовано вимоги до створення та функціонування електронної бібліотеки для

бібліотечно-інформаційного обслуговування користувачів з особливими потребами та побудовано її вербальну модель для вирішення проблеми організації доступу до спеціальних інформаційних ресурсів» [487, с. 5]. Використання технологічних комплексів, що покликані надати різноформатний доступ до джерел відповідно до потреб споживача інформаційних продуктів – важливий елемент сьогоднішніх тенденцій розвитку суспільства в цілому та бібліотеки як соціального інституту зокрема.

У роботі глибоко проаналізовано різноманітні форми доступу людей з особливими потребами до інформаційних ресурсів бібліотек, виявляються особливості використання текстів, надрукованих шрифтом Брайля (з акцентом на дотриманні авторських прав), спеціалізовані аудіопрограми та середовища, орієнтовані на гнучку систему сервісів пошуку інформації та її використання, відеопродукції з сурдоперекладом, інтернет-ресурсів для людей з вадами опорно-рухового апарату тощо [487, с. 24-28]. Зрозуміло, що формування такої складної системи різнорідних форм подачі інформації повинно передбачати системне управління ресурсами. З цією метою у роботі запропоновано застосування «сучасних технологій адміністрування даних (Data Curation) та хмарних обчислень (Cloud Computing)» [487, с. 28]. Саме ці технології, як доведено в дисертації, стануть основою для формування цілісної системи управління ресурсами бібліотеки, яке б передбачало задоволення запитів людей із особливими потребами.

Соціальнокомунікаційні характеристики аналізованого дослідження Наталії Кунанець виходять далеко за межі соціальної проблематики людей із особливими потребами. Фактично, ця дисертація відображає зміну соціального сприйняття людей з особливими потребами як таких, які мають можливості брати активну участь у соціальному житті, відтак і система позиціонування структури бібліотечної діяльності, управління ресурсами (у вузькому розумінні теми дисертації) та проектування нових стратегічних систем розвитку соціальних інститутів (у широкому соціальному контексті, про що в підсумку наголошує

дисертантка), повинні враховувати комплексні рішення, які передбачають рівність можливостей для кожного члена суспільства.

Дисертація Олени Вікторівни Воскбойнікової-Гузєвої «Бібліотечно-інформаційна сфера України в контексті соціальних трансформацій кінця XX ст. – 10-х років XXI ст.: концепції стратегічного розвитку, динаміка змін, перспективи» захищена 25 грудня 2014 року зі спеціальності 27.00.03 – книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство. Робота подана на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій. Дослідження проводилося без консультанта, принаймні в авторефераті дисертації відомостей про наукового консультанта немає.

Наукова проблема у дисертації подається описово, вказується, що вона існує і виявляється її сутність. Вчена акцентує, що бібліотечно-інформаційна сфера (БІС) входить у період трансформацій, маючи складну неоднорідну структуру, при цьому формати діяльності не завжди відповідають потребам аудиторії споживачів, яких на момент проведення дослідження (початок 2014 року) нараховувалося майже 1,5 млн. [172, с. 1]. На думку дослідниці, оновлення діяльності БІС може реалізуватися за еволюційним сценарієм тільки у випадку «консолідації фахових зусиль задля можливості реалізації різноманітних напрямів діяльності бібліотек» [172, с. 1]. Трансформація діяльності бібліотек – це процес, який відбувається унаслідок соціальних процесів. Він має глобальний характер і пов'язаний з науково-технічним прогресом та становленням інформаційного суспільства, а це, в свою чергу, впливає на розуміння бібліотеки як соціального інституту.

Все сказане вище позиціонує внутрішню галузеву проблему, вирішення якої оптимізує діяльність бібліотечно-інформаційної системи, а не науки чи окремої спеціальності 27.00.03. Для наукового дискурсу важливою є модель виходу з кризи як теоретична проблема, що полягає у зіставленні варіантів розв’язання цієї проблеми. Якщо у світовій чи українській науці такі варіанти неоднозначні, суперечливі, то на основі даних про ефективність чи неефективність такої моделі можливі подальші теоретичні побудови. Практичне ж наповнення цієї моделі конкретними засобами та заходами не вирішує ніякої проблеми, крім галузевої.

Метою дослідження О. Воскобойнікова-Гузєва визначає «розробку теоретико-методологічних засад формування довгострокової консолідованої стратегії розвитку БІС України в умовах сучасних соціальних трансформацій» [172, с. 2]. Створення стратегії може кваліфікуватися як наукова проблема, але якщо ця стратегія визначається у формах наукової діяльності, то і результат такої діяльності також є науковим. Наголосимо, що важливість вивчення БІС при цьому не зменшується, як і цінність дослідження Олени Воскобойнікової-Гузєвої.

У дисертації наголошено, що «концептуально дослідження ґрунтується на соціокомунікаційному, системному, синергетичному та модернізаційному підходах до наукового пізнання, аналізу та синтезу знання про закономірності та особливості сучасного розвитку БІС як цілісної багатофункціональної системи» [172, с. 3]. Використання чималої кількості підходів, з одного боку, демонструє багатоаспектність дослідження, з іншого ж – може бути свідченням відсутності стратегії науково пошуку. Для досліджуваної дисертації справедливим є перший варіант.

Про особливості використання соціокомунікаційного підходу в роботі заявлено: «Соціокомунікаційний метод (виходячи з логіки роботи, ми розуміємо під цим терміном соціальнокомунікаційний підхід) став основою для аналізу змісту процесів бібліотечно-інформаційної діяльності (БІД) та визначення пріоритетів розвитку БІС у контексті соціальної комунікації» [172, с. 3]. Як бачимо, використання соціальнокомунікаційного підходу не деталізоване, і авторка більшою мірою окреслює настанову до певних форм аналізу дійсності та досліджуваного об’єкта в цій дійсності. Відзначимо, настанова на кваліфікацію соціальних станів, комунікаційних характеристик, змістових особливостей інформаційної діяльності не вичерпує всієї множини розуміння підходу як категорії наукової методології, навпаки, всерйоз звужує потенційні можливості для розкриття особливостей функціонування комунікаційних систем у соціумі.

Важливим науковим результатом дисертації стала модернізаційна модель розвитку, яку авторка визначає як «методологічне підґрунтя консолідованої стратегії розвитку БІС на сучасному етапі» [172, с. 6]. Практичне значення

отриманих результатів виявляється у освітній діяльності, зокрема для підвищення кваліфікації керівних кадрів галузі культури і мистецтва. Також результати дослідження використовувалися «для розроблення структури і змісту заходів з реалізації Стратегії розвитку бібліотечної справи в Україні до 2025 р.» [172, с. 7]. Всі ці чинники показують актуальність та значимість дисертації О. Воскбойнікової-Гузєвої, її важливість для становлення практичної сфери діяльності у структурі інформаційної діяльності бібліотек. Акцент на практичній площині впровадження, на вирішенні складних системних проблем розвитку галузі – це ті показники, що визначають системні напрямки реорганізації галузевої діяльності та формують контексти врахування нових, інноваційних моделей розвитку бібліотечної справи.

Стратегічні завдання з реалізації запропонованої модернізаційної моделі розвитку бібліотечно-інформаційної сфери визначені в дослідженні у вигляді потреби системної консолідації ресурсів різних структур накопичення та систематизації знань у суспільстві. Авторка так окреслює ці перспективи: «Існує тенденція об'єднання ресурсів національних бібліотек і національних архівів деяких країн, зокрема в Ісламській республіці Іран та Канаді, що дає додаткові переваги у створенні загальнодоступного стандартизованого цифрового контенту національної спадщини. А можливості поєднання ресурсів бібліотечних, архівних та музейних комплексів, які вже реалізовують багато національних бібліотек світу, слід розглядати також як один із стратегічних орієнтирів організаційного та структурно-функціонального розвитку, який можна здійснювати і як проект інтегровано-розподіленого цифрового ресурсу національного значення» [172, с. 26]. Розвиток інформаційного суспільства зумовлює формування нових, системних вимог до організації ресурсного потенціалу людства чи окремої країни (нації).

Ці вимоги виникають через наростання кількості інформації та зменшення індивідуальних можливостей доступу до такої інформації: внаслідок браку часу, паралельного існування чималої кількості інформаційних подразників великої сили, формуванням нових соціальних сервісів та мереж тощо. Для споживача

інформації менш важливо, хто є джерелом інформації: бібліотека, музей чи архів, для нього важливо отримувати доступ до тих даних, які необхідні для задоволення інформаційних потреб, а точка входження в систему інформаційних ресурсів – менш важлива, оскільки має формальні характеристики і не визначає якості інформаційного продукту.

Соціальнокомунікаційний підхід при проведенні досліджень потенціалу складних інформаційно-ресурсних структур – продуктивний спосіб встановити перспективні форми комунікаційного розвитку такого середовища з урахуванням соціального статусу цих структур, соціальної цінності діяльності, яка є властивою для них та результативності комунікаційних практик для забезпечення ефективної соціальної комунікації.

Висновки до розділу

У дисертації доведено, що в нових умовах активізації соціальнокомунікаційних процесів діяльність бібліотек орієнтується на підвищення ефективності комунікаційних стратегій з типовими комунікатами – споживачами бібліотечних продуктів та державою (через соціальні інститути держави) як регулятором виробничого процесу.

Інноваційність, розвиток комунікаційних програм і сервісів, навіть переосмислення політики внутрішньої реорганізації діяльності, – все це свідчить про формування виразних суб'єктних рис бібліотеки як дієвого áктора соціальнокомунікаційних процесів. Наукова парадигма досліджень, що визначають ці особливості в діяльності бібліотек, демонструє широкі напрямки подальшого розвитку комунікаційних стратегій та залучення все більш ефективних технологій у діяльність бібліотеки як соціального інституту.

Відзначимо, що наукові праці, які розглядаються у розділі, мають інший глобалізований (глобальний) об'єкт дослідження: систему накопичення та збереження інформації. Увага до соціальних контекстів функціонування цієї системи зумовлена формуванням інформаційного суспільства, появою нових

вимог до інформаційних обмінів. Зрештою, цінність інформації як визначальної категорії соціального розвитку також переосмислюється. І хоча в більшості робіт цієї групи активно використовується історичний підхід та історична методологія, важливість теоретико-методологічного осмислення діяльності бібліотек, архівів, систем документованих даних у соціальному вимірі й на основі соціальнокомунікаційного підходу сьогодні є пріоритетним завданням науки про соціальні комунікації.

РОЗДІЛ 4. ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДХОДУ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПРИРОДИ І ХАРАКТЕРУ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Наукове осмислення соціальнокомунікаційних процесів, формування актуальних закономірностей розвитку мас-медіа, соціальних мереж та сервісів, теоретичне проектування комунікаційних стратегій та середовищ – все це є свідченням розвитку нового наукового підходу, якому присвячене дослідження.

Перспективи практичного використання підходу в науковій діяльності, формування нових траєкторій для сфери інформаційно-комунікаційної індустрії – це ті завдання, що, на нашу думку, визначатимуть наукові інтереси найближчим часом. Винесені в цей розділ питання про механізми проектування комунікаційних середовищ, системологічні дослідження окремих галузей, розробка стратегій взаємодії наукового середовища зі споживачами результатів теоретичного осмислення медіадійсності видаються нам найбільш перспективними для подальших наукових студій. Отже, спробуємо охарактеризувати найбільш очевидні перспективи таких досліджень.

4.1. Проектування комунікаційних середовищ як сфера відображення політико-правових реалій соціальних комунікацій

Розвиток науки про соціальні комунікації в Україні зумовив диференціацію досліджень відповідно до системи наукових спеціальностей, які охоплюють історичні умови становлення науки та теоретичних моделей її сучасного функціонування. Зазвичай така структура відображена у паспортах спеціальностей, а в більшості випадків – і в самих назвах спеціальностей, як, наприклад, «Теорія та історія соціальних комунікацій», «Теорія та історія журналістики» тощо. Окремо в цьому ряду стоїть спеціальність «Прикладні соціально-комунікаційні технології», що охоплює дослідження прикладних аспектів комунікації в різних галузях людської діяльності. Якщо спеціальності, які

містять в назві слова «теорія та історія», мають тісний зв'язок із попередніми журналістикознавчими дослідженнями, приміром, у науковій кваліфікації подібних або тих самих об’єктів, як-от система медіа, жанрова структура тощо, то прикладні соціальнокомунікаційні технології – кардинально відрізняються від попередніх дослідницьких практик.

Соціальнокомунікаційний підхід, що прийшов на зміну філологічному, визначив нові наукові парадигми для розуміння сфери традиційних та новітніх медіапрактик, але при цьому окремі явища в науці про соціальні комунікації або інституціолізовані вперше, або ж розглядаються в абсолютно інших контекстах, відмінних від традиційних. Потреба у формуванні нового підходу викликана не інфраструктурними чинниками, а розширенням актуальної соціальнокомунікаційної практики, вивчення якої без нових підходів ставало все більш віддаленим від реалій. Соціальнокомунікаційний підхід, з акцентами на соціальних та інформаційно-комунікаційних кореляціях в структурі одного об’єкта, став ефективною дослідницькою моделлю для вивчення особливостей становлення інформаційного суспільства на демократичній платформі. І хоча соціальні процеси в Україні відзначаються певними обмеженнями, що пов’язані з трансформацією суспільства у бік розвитку громадянських свобод, все ж об’єктивне наукове відтворення комунікаційної дійсності має враховувати концепції та формати соціальних вимірів і насамперед значимості інформаційного потоку.

Прикладні соціально-комунікаційні технології як нова наукова спеціальність характеризуються значними перспективами оцінки соціальнокомунікаційних явищ із позиції комунікаційної технологічності їх. При цьому технологія не обов’язково визначається технологічним процесом індустріального типу. З 1994 року в українській науці існує поняття і розуміння технологій гуманітарних, одним із втілень яких постають соціальні технології. Поняття «гуманітарні технології», уведене в науковий обіг проф. В. Різуном, має таке тлумачення: «Гуманітарну технологію можна розглядати як соціально-історичну форму діяльності, спрямованої на розвиток і зміну нейрофізіологічної, енергетичної й інформаційної

підсистем людини, на управління її діяльністю й поведінкою через систему певних засобів і технік згідно з суспільними і психофізіологічними законами розвитку та життєдіяльності людини й суспільства. Гуманітарна технологія – це галузь науки і практики, яка займається організацією гуманітарних систем і розподілом ресурсів для досягнення певних гуманітарних цілей» [737, с.11].

Наукова трансформація цього поняття, осмислення нових комунікаційних реалій зумовили активне використання поняття «комунікаційних технологій», які теж в основі своїй мають гуманітарну природу. А з моменту виникнення нової галузі наукового знання сфера гуманітарних технологій, як прикладних напрямків комунікаційної діяльності, набула окремої інституціалізації. Дослідження прикладних соціальнокомунікаційних технологій охоплюють систему реклами, зв'язків з громадськістю та менш досліджених, але не менш важливих технологій пропаганди, агітації, проектування комунікаційних середовищ тощо. Особливості проектування комунікаційного середовища як соціальнокомунікаційна технологія, на нашу думку, відзначаються високим науковим потенціалом.

Цікаво, що історичні аспекти становлення подібних досліджень розкриваються в контексті історії соціальних комунікацій. Свідченням цього є, приміром, робота Віти Березенко «Наукове осмислення феномену PR як соціальнокомунікаційної діяльності в Україні» [66]. Вивчаючи становлення прикладної технології, дослідниця зосередилася на історичних та теоретичних аспектах її виникнення і розвитку, а не на технологічності використовуваних механізмів комунікаційної діяльності. При цьому актуалізовані у дисертації соціальні контексти піар-діяльності становлять важливе системне значення для розвитку соціальнокомунікаційної науки.

Дослідження прикладних соціальнокомунікаційних технологій передбачають вивчення соціальної значимості, ефективності та технологічності об'єкта дослідження. Крім вивчення власне технологій, великий інтерес для сучасної науки і практики комунікаційної діяльності становлять менш популярні, але від того не менш важливі напрямки, передусім – проектування комунікаційних середовищ.

В умовах становлення інформаційного суспільства медіатизація, як процес властивий не тільки соціальним інститутам, але й окремим суб'єктам діяльності, постає не тільки мірилом представлення об'єкта в інформаційному просторі, а й виконує систему функцій, що мають соціальне та виробниче спрямування. Тобто позиціонування об'єкта – людини, організації, соціального інституту – в системі інформаційних координат є важливим завданням сьогоднішнього етапу розвитку суспільства. Без цього не варто говорити ні про соціальну, ні про економічну успішність, а більшість функцій виробничого характеру теж напряму залежать від інформаційного супроводу та представлення.

Комунікаційні середовища породжуються соціумом. Врешті-решт, ця теза, що є відображенням загального контексту інформаційної діяльності, має право на існування. Водночас соціум лише створює умови, в яких інформаційна продуктивність може знаходити втілення в реальних продуктах. Існування соціальних мереж як явища глобального світу не виходить за межі десятиріччя, що не заважає їм конкурувати за увагу аудиторії з системою медіа. Динаміка інформаційного простру, формування нових механізмів продукування, поширення та сприймання інформації зумовлюється соціальною потребою. Причому така потреба формується під впливом політичної системи, відкритості правового поля, інтегрованості нових комунікаційних моделей в систему інформаційної культури соціуму. Важливим чинником реалізації соціальних потреб постають соціальні можливості, які виникають, у нашому випадку, внаслідок науково-технічного та технологічного розвитку.

Тут варто деталізувати: інформаційну культуру ми розуміємо як «сукупність норм, правил і стереотипів поведінки, пов'язаних з інформаційним обміном в суспільстві» [484]. Причому інформаційна культура може визначатися і на рівні індивідуального, і на рівні соціального розуміння: «Інформаційна культура в широкому розумінні – це сукупність принципів і реальних механізмів, що забезпечують позитивну взаємодію етнічних і національних культур, їх об'єднання в загальний досвід людства. У вузькому розумінні це: оптимальні способи дій зі знаками, даними інформацією і надання їх зацікавленому

споживачеві для вирішення теоретичних і практичних задач, механізми удосконалення технічних середовищ виробництва, зберігання і передачі інформації, розвиток системи навчання, підготовки людини до ефективного використання інформаційних засобів та інформації» [421, с. 35].

Рівень сформованості інформаційної культури – один із важливих чинників проектування комунікаційного середовища. Будь-які обмеження рівня оперування інформацією чи вузький набір форм інформаційної взаємодії збіднюють інформаційний простір соціуму в цілому. Такі обмеження призводять до виникнення різних напівлегальних чи нелегальних, або ж асоціальних каналів і форм комунікації, що у кінцевому підсумку веде до порушень цілісності інформаційного простору, є джерелом для маніпулювання та маніпулятивного позиціонування аудиторії.

Все вищезазначене стосується тих соціумів, що розвиваються на засадах демократичності. Тоталітарні та авторитарні моделі розвитку передбачають іншу систему, яка полягає в жорсткому контролі та нав'язуванні інформаційної культури, механізмів сприймання інформації та соціального реагування на певні типи інформації. Розмежування рівня поінформованості між різними соціальними групами, викликане неможливістю використовувати певні комунікаційні інструменти, долучатися до сегментів інформаційного простору тощо, призводить до широкої інформаційної диференціації, яка шкодить і соціуму, і безпосередньо людині. Адже в умовах формування суспільства знань, що постають в інформаційних образах, загальна кількість знання в соціумі при такій диференціації буде зменшуватися.

У науковому дискурсі соціальних комунікацій ми можемо виділити три складники, які відображають структуру досліджень комунікаційних середовищ:

- *Перший складник:* феноменологічні дослідження соціально адаптованих комунікаційних середовищ з виділенням окремо нових форм медіатизації (тобто таких комунікаційних середовищ, що реально функціонують в інформаційному просторі).

- *Другий складник:* дослідження методології оцінки ефективності комунікаційних дій та внутрішніх тенденцій розвитку комунікаційних середовищ. Такі праці спрямовані на оптимізацію комунікаційних середовищ, а отже, як правило, містять кваліфікації процесів і явищ в межах досліджуваних об'єктів, рекомендації щодо підвищення ефективності фахової діяльності тощо.
- *Третій складник*: вивчення технологій проектування комунікаційних середовищ в умовах чинної інформаційної культури та функціонування інформаційного простору.

Розуміючи всю умовність такого поділу, відзначимо загальні закономірності, які ми спостерігали у процесі проведення дослідження. Перша група робіт досить широка. Варто зазначити, що тут в основному використовуються методи описового характеру, проводяться спостереження над соціальними чинниками, насамперед політичними і правовими, які уможливлюють функціонування таких комунікаційних середовищ. У другій групі праць об'єктом стають методи оцінки та синхронічні зрізи стану розвитку комунікаційних середовищ. Можемо констатувати, що такі аспекти розглядаються багатьма вченими, однак робіт, які були б присвячені виключно названій проблематиці – дуже мало. Третя група наукових студій найменш чисельна, оскільки тут об'єкт досліджень ускладнюється. Адже досить часто вченому проблематично отримати документи та інші емпіричні матеріали, що ілюструють появу нових медіа, нових комунікаційних платформ чи форматів.

Водночас саме третя група досліджень передбачає найбільший інтерес з боку практиків соціальної комунікації, оскільки тут відкриваються нові горизонти фахової діяльності, формуються оновлення інформаційного ринку, що в кінцевому підсумку позначається на успішності суб'єктів такої діяльності.

Власне, і саме поняття соціально-комунікаційної технології є досить нечітким у прикладному аспекті досліджень. Під соціально-комунікаційною технологією ми, услід за Д. Гаврою, розуміємо «цілеспрямовану системно організовану діяльність з управління комунікаціями соціального суб'єкта, яка

опирається на певний план чи програму дій і спрямовується на вирішення будь-якої соціально значимої задачі, являє собою систему використання соціальних процедур і соціальних ресурсів, що забезпечують вирішення цієї задачі» [181, 39]. Дослідження соціально-комунікаційних технологій, більше того – проектування їх, передбачають вивчення зовнішніх і внутрішніх комунікацій досліджуваного об'єкта або ж програмування таких комунікацій на рівні умов функціонування комунікаційного середовища.

Здійснюючи аналіз наукового дискурсу, вважаємо за необхідне акцентувати на науковій спеціальності, оскільки саме нею задаються умови наукового підходу, визначається фокус уваги вченого. З іншого боку, взаємопроникнення формальних показників на рівні методології показує деяку універсальність дослідницьких стратегій, а це, в свою чергу, зумовлює привернення уваги до всієї сфери соціальних комунікацій.

Перша група робіт, яка віднесена нами до найбільш поширеного складника наукової структури відображення проблеми проектування комунікаційних середовищ, досить неоднорідна. Частина праць стосується історичних реалій становлення системи медіа, умов, в яких вона формувалася в різні політико-економічні періоди. Цей контекст важливий саме для усвідомлення залежності типу комунікаційного середовища від політичної моделі суспільства, а як наслідок – виявлення функцій медіа в ці етапи становлення соціуму.

У цій групі варто згадати дослідження Ольги Біличенко [82], Олега Богуславського [118], Віти Гоян [209], Олени Іванової [347], Юрія Колісника [378], Людмили Супрун [768], Ігоря Паримського [655]. Названі праці привідкривають особливості становлення медіасистеми як комунікаційного середовища в різних соціально-політичних, правових, економічних умовах. У цих роботах аналізуються механізми трансформації комунікаційних середовищ, робляться акценти на різних помічених закономірностях і тенденціях.

Не маючи можливості у короткому підрозділі проаналізувати всі дослідження, прокоментуємо найбільш виразну роботу Ігоря Паримського. Автор акцентує: «Українська періодика постійно дбає про зміцнення головного

комунікаційного зв'язку «аудиторія – ЗМІ», підвищуючи публіцистичну майстерність публікацій і аудіовідеоматеріалів, їх ефективну діяльність із внесення у суспільність найактуальніших ідей, зацікавлення ними аудиторії. У національній журналістиці однаково важливими є і типологічні властивості тексту (жанрові чи індивідуалізовані), і виходи на історію, культуру, суспільство. Це створює особливу знаковість, витворює характерну мову епохи, яку сприймають сучасники і наслідують нащадки, формує своєрідний простір значень, в якому генерується енергетичне ставлення до змінної сучасності, знаходяться нові інтерпретації» [655, с. 21]. Примат патріотичності, як визначальний параметр смислоутворюювальних чинників комунікаційного середовища, проходить наскрізно через все дослідження автора, закладається в формалізацію критеріїв ефективності медіа та визначає напрямки впливу на аудиторію, аж до її моделювання: «Національна журналістика, як примат незалежної держави, подає осмислення, оцінку дійсності з позицій конкретної особистості журналіста – патріота своєї країни. Він відверто говорить про симпатії чи антипатії, про свою любов чи ненависть, небезпідставно сподіваючись на відповідну щирість сприймання твору читачем, бо в публікації порушено животрепетну проблему, містяться нешаблонні думки з приводу сучасності. Вони збігаються із головним річищем духовних процесів у свідомості народу, нації». І далі: «Пріоритетним у впровадженні актуальних державницьких ідей, думок, концепцій і оцінок є переконливий вплив на людей, здатний викликати необхідне суспільне ставлення з подальшою адекватною колективною діяльністю, спрямованою на їх впровадження в життя» [655, с. 22-23]. Не акцентуючи на виявленій в роботі частковій опозиційності «влада – національна преса», відзначимо чітку увагу моделювання комунікаційного середовища поза комунікаційними чинниками, зокрема рівнем національної свідомості та соціальної відповідальності.

На сьогодні можна з упевненістю стверджувати, що актуальність такої тематики знижується, оскільки перші 9 років становлення нової галузі знань «Соціальні комунікації» були практично вичерпними для висвітлення результатів

фундаментальних досліджень. Хоча чимало питань лишилося поза увагою вчених, масштаб проблематики однозначно звужується. На зміну феноменологічним підходам, стосовно окремих комунікаційних середовищ, приходять дослідження, які виявляють внутрішні системні показники розвитку комунікаційних середовищ або ж процеси, що характеризують такий розвиток.

Ці дослідження включено нами до другої групи робіт. Тут відзначимо дисертації Марії Бутиріної [135], Мар'яна Житарюка [318], Ніни Зражевської [342], Тетяни Крайнікової [437], Олександра Чекмишева [878]. Узагальнення результатів цих праць з позиції проектування комунікаційних середовищ дає підстави формулювати тезу про складність і нелінійність комунікаційних зв'язків, про значимість загального контексту політичної системи та інформаційної культури в площині розвитку таких сегментів інформаційного простору.

Автори зосереджуються на виявленні прикладних закономірностей досліджуваних об'єктів, акцентують на формах їх втілення та визначають перспективи розвитку комунікаційних технологій і стратегій. Показовою у цьому плані є робота Марії Бутиріної, яка вивчала медіа як середовище функціонування стереотипів масової свідомості. Авторка виявила «глибинний зв'язок стереотипів із архетипами, міфами, забобонами, настановами – складовими синкретичного континууму масовидних явищ» [135, с. 24].

Акцент на зв'язку з міфами важливий ще й тим, що сучасна наука стверджує залежність формування картини світу від функціонування міфів, які постають джерелом стереотипів. Наприклад, О. Ульяновський акцентує: «споживач дійсно активно відбирає повідомлення ЗМІ, але тільки такі, що відповідають його потребам і комерційним міфам. Міфи ж випливають із системи цінностей суспільства і групи, до якої належить споживач, задоволення міфів споживача зовсім не обов'язково задовольняє його потреби, воно лише обіцяє це задоволення, або може задовольняти потреби протягом досить малого проміжку часу» [822, с. 321]. Отже, як бачимо, формування стереотипів напряму залежить від політичних та економічних параметрів розвитку соціуму, моделюється ними

та, врешті-решт, реалізується через систему медіадіяльності, про що й говорить Марія Бутиріна.

Вона доводить, що «Утворення стереотипів у мас-медійній практиці відбувається внаслідок дифузії до-когнітивних, когнітивних, перцептивних оцінювальних процедур, з-поміж яких домінантною є соціальна категоризація дійсності», а самі стереотипи «є комунікаційно організованими уявленнями, які утворюються внаслідок неточної, гнучкої категоризації соціуму засобами масової комунікації; містять когнітивний базис і настанову на сприйняття явищ, об'єднаних межами категорій». Важливим висновком цього дослідження є характеристика процесів комунікаційного середовища, пов'язаних із функціональністю стереотипів: «стереотипотворення, стереотипізація, дестереотипізація та медіатизація стереотипів» [135, с. 25]. Цей висновок дає можливість сформувати тезу про перетин власне медіадіяльності та площин політичних і правових потреб, які реалізуються в соціумі тими чи тими активними суб'єктами громадського життя і є джерелом для появи відповідної соціальної ідеології, а разом з тим – і стереотипів.

Третій складник структури наукових досліджень проектування комунікаційних середовищ – роботи присвячені саме проектуванню їх, розкриттю технологічних особливостей, умов і критеріїв ефективності, виробленню практичних рекомендацій та алгоритмів. Серед фундаментальних робіт можемо назвати поки що одну працю Дмитра Олтаржевського, який досліджує існування корпоративних медіа. Відзначимо, що існує низка прикладних розвідок, присвячених формуванню комунікаційних середовищ, але ці праці більшою мірою носять прогностичний характер і не охоплюють загальну соціальну парадигму, зокрема – й у політико-правовому вимірі.

Дмитро Олтаржевський показує систему корпоративних медіа у структурі політико-економічних реалій, виявляє структурні особливості функціонування цього сегмента медіадискурсу, кваліфікує умови ефективності та визначає функціональну парадигму для таких засобів масової комунікації [610]. Варто зазначити, що представлене автором дослідження є своєрідним алгоритмом

моделювання комунікаційного середовища під потреби конкретних соціальних запитів з урахуванням політичної, економічної, культурної парадигми соціуму. Цінність дисертації полягає насамперед в унікальності підходу, який реалізувався в розробці методології подібних досліджень та дав можливість значною мірою оптимізувати процес створення корпоративних медіа.

Сьогодні система медіа та й загалом соціальні комунікації активно оновлюються, формуючи нові тенденції і виявляючи ефективні технології інформаційної діяльності. Причиною таких змін є технічний прогрес, розвиток інформаційної індустрії. Водночас політико-правові умови функціонування соціуму, розвиток демократичного суспільства, оновлення законодавства в системі відповідності правовим стандартам Європейського союзу приводять до активної динаміки розвитку комунікаційних середовищ. Наукові дослідження соціальних комунікацій на сьогодні не вповні відображають ці процеси. Інформаційна індустрія потребує прикладних чи фундаментальних праць, що були б орієнтовані на відображення технологій проектування інформаційної діяльності в новій комунікаційній реальності з урахуванням тенденцій технічного розвитку сфери інформування та врахування соціальних трендів інформаційної культури.

Окремим важливим напрямком досліджень, в основі яких лежить використання соціальнокомунікаційного підходу, має стати функціонування локалізованих комунікаційних середовищ. Адже аудиторія, яка є частиною цього середовища, може зазнавати маніпулятивних впливів, заснованих і на повідомленні нової інформації з порушенням медійних стандартів, і внаслідок використання технологій рефреймінгу інформації. Проведений аналіз показав значний потенціал соціальнокомунікаційного підходу для наукового осмислення тенденцій проектування комунікаційних середовищ, використання наукових контекстів соціальних комунікацій для оцінки політико-правових реалій, які визначають соціальні процеси чи позначаються на їх перебігу. Цей висновок надзвичайно важливий, оскільки в основі зв’язку суб’єктів діяльності у сфері державного управління (громадських рухів, соціалізаційних систем тощо) із соціумом завжди знаходяться соціальні комунікації як засіб, чинник та

детермінант результативності. Аналіз перспектив наукового осмислення прикладних соціальнокомунікаційних досліджень дає підстави стверджувати, що розвиток наукової галузі «Соціальні комунікації», у вирішенні питань проектування комунікаційних середовищ, передбачає більш детальний аналіз прикладних праць, проектів, орієнтованих на соціальне позиціонування нових медіа, соціальних мереж та сервісів.

4.2. Прикладні аспекти соціальнокомунікаційних досліджень

Перспективи дослідження комунікаційних вимірів дійсності на основі використання соціальнокомунікаційного підходу визначаються можливостями практичної реалізації у науковому, навчальному чи виробничому секторі діяльності. Наукова цінність праць зумовлюється вирішенням наукових проблем та часткових наукових завдань, які актуалізують теорії в контексті зміни комунікаційних умов та обставин або ж пропонують нові теорії та концепції комунікації, які також переважно формалізують нові умови та обставини комунікаційних процесів у соціумі.

Навчальний процес, як середовище впровадження результатів, передбачає соціалізаційні контексти використання нових знань, характеризується більшою чи меншою мірою консервативності, причому консервативності формалізованої, визначеної правилами і процедурами визнання наукового знання. Нарешті, третій сегмент – виробничий сектор – може природно розвиватися без наукового знання, але наукоємність комунікаційних технологій передбачає певний потенціал інноваційності, що є запорукою формування успішних моделей розвитку суб'єктів інформаційної індустрії, зокрема й конкурентних переваг.

Визначення цінності наукового знання, особливостей впровадження результатів дослідження стануть предметом розгляду в наступному підрозділі. Тут ми зосередимося на можливостях соціальнокомунікаційного підходу при кваліфікації окремої предметної сфери знань, здійсненій у різнопланових, але методологічно та системно близьких контекстах.

Для аналізу нами обрано спеціальність 27.00.06 «Прикладні соціально-комунікаційні технології». Чинники, на які ми зважали при виборі цього об'єкта, такі: на відміну від теорії та історії журналістики і теорії та історії видавничої справи, досліджувана спеціальність не має тривкої наукової історії в журналістикознавстві. Саме тому можна говорити про започаткування нових тенденцій у кваліфікації явищ та фактів, що є традиційними об'єктами спеціальності. Наступним чинником є достатньо висока досліджуваність спеціальності. Тут варто говорити і про кількість дисертацій, які можна охопити в межах короткого підрозділу, і про співмірність тематики та проблематики. Головне ж – ці роботи захищалися в одній спецраді (за єдиним винятком), а отже, вимоги, які накладаються спецрадою і є достатньо індивідуальними (як-от, приміром, увага до методології певного спрямування, пріоритетність тематики, наукова номінація проблематики, джерельна база та її обсяги, «популярність» окремих дослідників теорій та концепцій тощо), були спільними для всіх цих робіт. Саме тому їх можна зіставляти і порівнювати.

Відзначимо, що ці два критерії досить виразно демонструють короткотривалість історії соціальних комунікацій як наукової галузі. Так, в спеціальності «Теорія та історія соціальних комунікацій» спостерігається певна еклектика, викликана широкими напрямками дослідження у паспорті спеціальності. Саме тому докторські дисертації, в яких оновлюється та осмислюється теорія зв'язків з громадськістю, цілком могли б захищатися і за спеціальністю 27.00.01, і за спеціальністю 27.00.06. Відкриття ж спеціальності «Теорія та історія соціальних комунікацій» у спецрадах при різних навчально-наукових підрозділах, у свою чергу, демонструє часто відмінні наукові підходи до текстової частини праць, які не виходять за межі наукових вимог, але відзначаються особливою науковою виразністю.

Три спеціальності із семи позначені малою кількістю досліджень, причому не тільки докторських, але й кандидатських дисертацій. Це, зокрема, спеціальності 27.00.02 – «Книгознавство, архівознавство», 27.00.05 – «Теорія та історія видавничої справи і редагування», 27.00.07 – «Соціальна інформатика». В

останній із названих спеціальностей, наприклад, не захищено жодної докторської дисертації.

З огляду на всі названі чинники, об'єктом нашого аналізу стали захищені докторські та кандидатські дисертації зі спеціальності 27.00.06 – «Прикладні соціально-комунікаційні технології» від початку роботи першої спеціалізованої вченої ради у березні 2008 року (перші захисти дисертацій – вересень 2008 р.) до кінця 2015 року. Хоча кандидатські дисертації й не є безпосереднім об'єктом нашого дослідження, і ми не розглядаємо їх так повно як, приміром, докторські, проте без їх урахування відобразити всю повноту картини вкрай складно або ж і неможливо взагалі.

За вказаний період існування спеціальності можемо назвати дві докторські дисертації: Любові Хавкіної та Дмитра Олтаржевського, а також – 37 дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата наук. Відзначимо, що повний перелік захищених дисертацій розмішено у розділі «Спеціалізовані вчені ради» на сторінці науково-методичної комісії з журналістики та інформації Міністерства освіти і науки України [570]. Перелік створювався впродовж кількох років силами членів науково-методичної комісії, секретарів спеціалізованих рад, студентів магістерських програм, науковців, зокрема й у процесі проведення емпіричних етапів цього дослідження.

Типологічний аналіз завершених досліджень, які отримали на сьогодні наукову кваліфікацію, дає підстави виділити 5 груп наукових праць. До першої, найбільшої групи ми віднесли роботи, об'єктом яких є зв'язки з громадськістю, зокрема – деякі технології формування іміджу, його позиціонування та розвиток. Ця група включає праці 12 авторів (тут і далі подаємо перелік за часом захисту дисертацій від 2008 року): Олена Садовник, Алла Бахметьєва, Катерина Кириченко, Олександр Курбан, Анастасія Павленко, Світлана Кулик, Вікторія Долюк, Марія Зубарєва, Ольга Гусак, Ольга Володченко, Юлія Шафаренко, Маргарита Нетреба [570].

До другої групи нами віднесені роботи, об'єктом вивчення яких є реклама, насамперед – феноменологічні дослідження реклами та її окремі функції, а також

значимі стратегії. Це роботи 10 авторів, серед яких є й одна докторська дисертація Любові Хавкіної. Отже, перелік авторів: Сергій Соловйов, Наталія Фурманкевич, Анжела Лященко, Наталія Ковтун, Ольга Подпружнікова, Айше Платонова, Ірина Мудра, Мар'яна Кіца, Олександра Андрєєва [570]. Реклама тут постає як технологія створення інформаційного образу товару, виявляються закономірності функціонування реклами, моделюються рекламні стратегії та виробляються рекомендації щодо оптимізації комунікаційних процесів в рекламуванні товарів і послуг.

Третя, не надто велика група, включає 5 праць. Вона об'єднує дослідження, автори яких за об'єкт обрали технології та інструменти. Тут ми можемо назвати докторську дисертацію Дмитра Олтаржевського та 4 кандидатські дисертації, авторами яких є: Вікторія Бабенко (перша захищена дисертація зі спеціальності 27.00.06), Анна Шевченко, Наталія Островська та Анна Баранецька [570]. У цій групі важливим результатом досліджень є кваліфікація технологічності комунікаційної діяльності, виявлення технологічних ланцюжків, алгоритмів реалізації технологій. Значну увагу дисертанти приділили умовам ефективності технологій, розробці рекомендацій різних рівнів впровадження.

Четверта група кількісно найменша. Вона містить всього 3 дослідження. Підставою для виділення цієї групи є об'єкт вивчення, а саме: вплив як категорія комунікаційної діяльності. Одразу акцентуємо, що і попередньо названі роботи, і ті, що будуть згадані нижче, теж певною мірою залучають аналіз впливогенності комунікаційної діяльності, однак праці цієї групи визначають вплив як основний об'єкт дослідження. Автори дисертацій: Тетяна Пшенична, Ганна Цуканова, Яна Гаврилова [570].

П'ята група названа досить умовно – групою інновацій. До неї віднесено 9 досліджень, які не можна вкласти в межі попередніх категорій. Ці праці хоч і відповідають паспорту спеціальності, але все ж їх складно об'єднати в інші групи, більш значимі категоріально. Це роботи, що відкривають нові напрямки досліджень у межах спеціальності, ту площину наукового пошуку, яка поки не зреалізувалася повно, однак саме такі праці є перспективними з огляду на

розвиток наукової галузі, інформаційної індустрії, ускладнення соціальнокомунікаційного середовища, розвитку засобів і форм комунікації: від соціальних мереж і сервісів до інтерактивних додатків і баз даних. До цієї групи віднесено роботи: Вікторії Золяк, Ігоря Балинського, Ольги Микитів, Юлії Паливоди, Олександри Чувакової, Світлани Кость, Ігоря Парфенюка, Олексія Сищука, Ольги Дженжебір [570].

Кожна з названих груп дисертацій передбачає не тільки окремий об'єкт, але й різний дослідницький інструментарій, методологічну основу, різні формати результативності. Розглянути ці праці в межах одного підрозділу неможливо, але окремі закономірності, виявлені в процесі аналізу, ми можемо експлікувати. Насамперед, це стосується аналізу робіт з огляду на формулу і паспорт спеціальності, їх змістових та висновкових складників.

Дослідження першої групи, об'єктом яких постає комунікаційна діяльність у сфері зв'язків з громадськістю, досить неоднорідні. Цікаво, що у 2015 році не було захищено жодної дисертації у межах виділених критеріїв, а загалом пік досліджень припадає на 2012 рік – 6 праць, 3 роботи захищені у 2010 році, 2 у 2014 і 1 у 2011 році.

Першим дослідженням цієї групи була дисертація Олени Садовник, в якій розкривалися актуальний на той час стан і особливості іміджу українського спорту. Джерелами дослідження дисертанткою обрано матеріали преси та інтернет-медіа. Авторка наголосила на суто інституціональних проблемах розвитку іміджу, окреслила перспективи його формування [742]. Роботу Алли Бахметьєвої було присвячено особливостям формування іміджу вищого навчального закладу. З огляду на роботу в структурі відділу зв'язків із громадськістю Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара, авторка зібрала і узагальнила багатющий емпіричний матеріал, на основі якого збудувала типову модель формування іміджу ВНЗ [39]. Досить цікавим й актуальним стало дисертаційне дослідження Катерини Кириченко, в якому авторка розмежувала типи кольорового піару і спробувала проникнути в суть такого явища як «чорний піар». Важливим результатом роботи є висновок про те,

що засоби, за допомогою яких здійснюються зв'язки з громадськістю, не є визначальним чинником маніпуляції. Тут більше важить мета та настанова комуніканта. Зрозуміло, що були кваліфіковані й прийоми та форми, недопустимі в демократичному комунікаційному середовищі [359].

Своєрідним напрямком у розвитку спеціальності стала робота Світлани Кулик [483]. У цьому дослідженні вперше було використано іноземну джерельну базу, яка аналізувалася на основі прийнятих в українській науці методів та інструментів. Відзначимо, що подібні праці були пізніше захищені в різних спеціальностях галузі. Наприклад, можемо назвати роботи Ганни Рудницької [740] та Юрія Мельника [544].

Також варто відзначити роботу Юлії Шафаренко [896]. Її дисертація спрямована на формалізацію аналітичних процедур у системі діяльності public relations. Треба сказати, що до питання досліджень для служб зв'язків з громадськістю ще раніше звернувся Олександр Курбан [492]. Дисертацією автора, а також виданою услід за нею монографією, досить активно послуговуються в навчальному процесі. Ці праці О. Курбана час від часу цитують науковці. Ще один акцент зробимо на дослідженні Маргарити Нетреби, яка визначила форми діяльності піар-структур в умовах інформаційної війни та чітко формалізувала роль прес-служби. М.Нетреба наголошує, що в умовах інформаційної війни «Прес-служба перетворюється на локальний інформаційний центр, що забезпечує максимальну інформованість банку про суть і справжній масштаб ситуації. Це дозволить прес-центру стати домінуючим джерелом уже відфільтрованої та захищеної інформації. У зв'язку з цим у дослідженні пропонується ввести до штату прес-служби нову посаду – спеціаліста з інформаційних війн, а також оновити перелік конкретних завдань, прав та обов'язків у посадовій інструкції» [572, с. 12].

Таким чином, відзначимо, що й інші дослідження, детальніше не згадані вище, мають важливе значення для розвитку спеціальності і галузі в цілому. Їх автори продовжують науковий пошук, формуючи нові пріоритети та експлікуючи

результати, значимі для науки, медійної освіти у вищих навчальних закладах, для практиків медіадіяльності.

Аналіз праць другої групи свідчить, що увага до реклами, рекламних технологій була властива авторам більш рівномірно: у 2010 році захищено 3 дисертації, у 2013 та 2014 роках – по 2, а у 2008, 2011 і 2015 роках – по 1. Насамперед звернемося до роботи Любові Хавкіної, яка «присвячена дослідженню рекламного міфу з позицій соціальної комунікації, осмисленню української реклами як результату новітньої міфотворчості, виявленню шляхів творення, концептуальних компонентів і особливостей функціонування українського рекламного міфу» [827, с. 32]. Авторка, виходячи зі специфічної методології дослідження, розробила «теоретико-методологічні засади аналізу рекламної міфотворчості» [827, с. 32], дослідила «задіяний у рекламі міфопороджувальний інструментарій і його здатності до оприявлення структурно-семантичних компонентів рекламного міфу» [827, с. 32]. Відзначимо, що дисертаційна праця та подальші роботи Л. Хавкіної сьогодні входять до переліку основних джерел багатьох навчальних програм спеціальності «Реклама і зв'язки з громадськістю».

Першим дослідженням реклами, що набуло наукової кваліфікації у спеціалізованій вченій раді, стала дисертація Сергія Соловйова [761], який визначив особливості використання реклами в галузі науки і техніки, розробив оптимізації щодо підготовки рекламної продукції для наукових потреб. Варто також відзначити дисертацію Ольги Подпружнікової, яка, аналізуючи функціональний аспект реклами і зокрема використання рекламних персонажів, наголосила, що «за їх допомогою здатні реалізуватися такі важливі функції реклами, як інформативна, розважальна (поетична), апелятивна, референтивна, персуазивна тощо. У межах рекламного ролика персонаж може виступати носієм бажаних для рекламодавця якостей, атрибутів, ставати інструментом привертання уваги реципієнта, уособлювати рекламований товар, відігравати центральну роль у процесі створення загального настрою, виконувати стилетворчу функцію» [701, с. 10].

Цікавий напрямок досліджень рекламного дискурсу представляють роботи Олександри Андрєєвої [2] та Мар'яни Кіци [360]: перша авторка дослідила структурно-функціональні характеристики шокової реклами, друга – виявила особливості недобросовісної реклами у газетній періодиці. Такі праці свідчать про потребу правового регулювання рекламної діяльності, а також про необхідність продукування фаховим середовищем етичних норм та професійних стандартів у рекламі. Відзначимо, що в межах наукової галузі захищено докторську дисертацію Наталею Грицютою про етичні принципи рекламної діяльності. Щоправда, ця робота кваліфікувалася в спеціальності «Теорія та історія соціальних комунікацій» [248].

Узагальнюючи спостереження над дослідженнями другої групи, відзначимо увагу авторів до використання реклами у технологічному розумінні комунікації, спрямованість результатів на включення в науковий обіг нових термінологічних моделей, інструментів, формалізацію та структурування рекламного дискурсу.

Нечисленні дисертації третьої і четвертої груп, а також різнорідність тематики робіт п'ятої групи визначають недоцільність аналізу періодичності цих праць. Серед робіт третьої групи найбільш вагомою є праця Дмитра Олтаржевського, який розглядає корпоративні видання як інструмент здійснення інформаційної політики в межах локальних соціумів, груп виробничого середовища тощо. Автор доводить, що «Фірмові медіа є прямим спеціалізованим каналом комунікації, через який повідомлення поширюються на певну вузьку професійну, виробничу, бізнесову частину соціуму. Така діяльність, поза сумнівами, містить усі ознаки масової комунікації, зокрема обмін інформацією суспільного змісту і ваги. Водночас корпоративні ЗМІ – це розгалужена медіасистема, яка функціонує в єдиному просторі та співіснує паралельно із традиційною пресою» [610, с. 23].

Підхід Д. Олтаржевського передбачає вивчення ефективності корпоративних медіа як комунікаційного інструменту, що в підсумку вилилося у створення власної моделі «оцінювання соціокомунікативної ефективності внутрішньофірмових ЗМІ» [610, с. 26]. Автор доходить висновку про те, що

«Нинішній стан корпоративних медіа вимагає ще більш глибокого та комплексного їх вивчення, з'ясування концептуальних підходів, узагальнення бази наявних знань у галузі журналістики, реклами, PR, а також доповнення наукових уявлень з метою створення цілісної картини проблем, пов'язаних з оптимізацією функціонування цього різновиду ЗМІ. Тільки за таких умов внутрішньофірмову періодику можна активніше використовувати в інтересах розвитку бізнесу, залучати не лише до процесів виробництва матеріальних благ, а й гармонізації стосунків бізнесу та соціуму, встановлення зв'язків між кожною окремою особистістю, організацією, в якій вона працює, та суспільством». [610, с. 26-27]. Робота Дмитра Олтаржевського стала не тільки значимим науковим результатом, але й викликала зацікавлення з боку фахового середовища, що є характеристикою високої цінності дослідження.

Інструментарій як елемент комунікаційної технології розглядається також у роботах Вікторії Бабенко (семіотичний підхід до аналізу телевізійних продуктів[23]) та Анни Шевченко (дослідниця описала характеристики телевізійного репортажу як інструмента соціальних комунікацій) [898].

Інші два дослідження присвячено технологічним параметрам комунікаційної діяльності. Так, Наталія Островська виявила два типи системи соціальнокомунікаційних технологій українських телевізійних політичних ток-шоу: це форматні технології і технології учасників. Перевагою цієї праці є наукова кваліфікація виділеної авторкою типології: «Серед форматних технологій визначено: маніпуляції соціологічними даними, встановлення порядку денного, маніпуляцію з темами; СКТ, пов'язані з можливістю вибирати учасників, маніпуляції ведучих. Технології інформаційного охоплення та іміджеві технології містять значну кількість прийомів і технік, частину з яких розглянуто серед форматних СКТ, частину – серед технологій учасників. Серед іміджевих технологій виокремлено СКТ іміджбілдингу і трешіміджу. Значним є перелік методів і прийомів пропаганди, використовуваних учасниками програм. До СКТ учасників належать також технологія інформаційного протистояння-боротьби (інформаційні війни), використання міфологем, «чорна риторика» [625, с. 11].

У дисертації Анни Баранецької [38] проаналізовано реакції аудиторії на емоціогенну структуру повідомлення. Перевагою роботи є широка палітра досліджень аудиторії медіа, як наслідок – переконливість висновків та обґрунтованість рекомендацій.

Четверту групу дисертацій становлять роботи, де об'єктом постає вплив. Відзначимо, що тема впливу загалом цікава й проблематична для соціальних комунікацій. Причина цього криється в забезпечені валідності досліджень, адже будь-які авторські теорії та моделі повинні ґрунтуватися на залученні широкого кола соціологічних методів, що, як правило, не під силу окремому вченому. Тому роботи цієї групи спрямовуються на визначення потенціалу впливу, впливогенності досліджуваних об'єктів у межах наперед визначених умов або ж стратегій. Стверджуючи необхідність і важливість таких результатів, наголосимо, що вивчення реалізації впливогенності будь-яких потенційно значимих чинників як технології – справа майбутнього. Принаймні це завдання для окремих наукових інституцій, тоді як теоретичні моделі розкриття впливогенного потенціалу таких чинників можуть виявлятися і в окремих роботах.

Праці дослідників, що були віднесені нами до п'ятої групи, зосереджені на вивченні формування і розвитку комунікаційного середовища чи безпосередньо дотичні до цього контексту. Так, робота Ігоря Балинського [37] визначає місце українських політичних комунікацій у світовому інформаційному просторі, Юлія Паливода визначає особливості ролі автора і редактора у формуванні ефективного комунікаційного середовища [647], Ігор Парфенюк оновлює розуміння інформаційних воєн у межах актуального для першої половини 2013 року соціального контексту[665], Олексій Сищук розкриває особливості комунікаційної моделі, яку реалізує український політикум, зокрема центральні органи виконавчої влади [747]. Цікавою є наукова праця Ольги Дженжебір, яка системно дослідила локальне комунікаційне середовище і вибудувала його типову модель, а також простежила як ця модель реалізується в різних містах – супутниках Києва [292]. Відзначимо, що всі названі дисертації відповідають таким позиціям паспорту спеціальності: «соціальне проектування комунікаційної дійсності,

реалізація соціально-технологічних програм». На сьогодні такі напрями є вкрай актуальними, особливо з огляду на некерованість структури інформаційного простору, зумовлену розвитком соціальних мереж і прагненням, сказати б, «повальної медіатизації» соціуму через соціальні сервіси та мережі. Наш аналіз дає підстави для висновку про те, що медіагалузі сьогодні важливі дослідження, спрямовані на вивчення технологій створення, позиціонування та розвитку нових сегментів медіаринку – від окремих продуктів до інфраструктурних систем.

Варто наголосити, що накреслена у підрозділі палітра соціальнокомунікаційних досліджень у межах спеціальності «Прикладні соціально-комунікаційні технології» розкриває і потенціал спеціальності, і проблеми її розвитку. До останніх варто віднести відсутність чіткої методологічної бази, зосередженість вчених на фундаментальних напрямках розвитку науки замість розробки прикладних тем (потрібних передусім фаховому середовищу), складність отримання емпіричних даних. Щодо останнього, то тут варто зупинитися детальніше: автору, в силу виконуваних посадових обов'язків, доводиться брати активну участь у формулюванні і затвердженні наукових тем аспірантів та докторантів. При цьому обмеженням вивчення конкретних технологій та стратегій є доступ до продукованих фаховим середовищем документів, які регламентують реалізацію цих технологій чи стратегій. Таким чином, дослідник не може відштовхуватися від задуму медіафахівця, простежити ефективність реалізації цього задуму відносно до винесених у плани маркерів, а отже, такі теми не розкриваються. Сподіваємося, що вирішення цих проблемних питань – справа найближчого майбутнього, а експлікований у підрозділі потужний науковий продукт спеціальності «Прикладні соціально-комунікаційні технології» стане серйозною базою для нових наукових відкриттів і переконливих результатів.

4.3. Фундаментальні та прикладні соціальнокомунікаційні дослідження: специфіка впровадження наукових результатів

Розвиток науки показує абсолютну, апріорну цінність наукового результату. Навіть у випадках, коли людство не використовує такі здобутки одразу в

технологічних чи виробничих процесах – вони стають складниками наукової картини світу. Тим самим забезпечується рух наукової думки, науково-технічний прогрес, нові відкриття, винаходи, технології. Навіть не підтвердженні наукові гіпотези допомагають в подальших дослідженнях, визначають напрямки наукових пошуків та впливають на формування нових наукових гіпотез.

Гуманітарні дослідження мають свою специфічну природу. Часто результати, отримані науковцем, або не можна повторити, або ж вони до певної міри змінюються в складних умовах соціального буття. Специфіка гуманітарного знання проявляється ще й у тому, що наукові розвідки тут зазвичай не мають непідтверджених гіпотез. Вчені іноді виявляють умови, в яких не працює та чи та наукова концепція. Проте зі зміною умов дослідження чи соціальних умов існування об'єкта дослідження – результати стають позитивними. Та й самі формулювання гіпотез можуть включати багато змінних характеристик, тим самим моделюючи неоднозначність наукового підтвердження авторської ідеї чи виявленої ним проблеми.

Важливим компонентом реалізації наукового підходу є розуміння цінності наукового результату, моделі його використання, особливостей впровадження таких результатів. Загалом можна виділяти наукову, соціальну та виробничу цінність результатів. На таку попередню оцінку сфери впровадження виводить проведений нами аналіз докторських дисертацій. Наукова цінність виявляється у розвитку науки та наукових напрямків, в переосмисленні теорій і підходів, у формуванні нових теоретичних проблем та концепцій. Мірилом наукової цінності є продовження обраного науковцем напрямку в інших наукових студіях – в межах наукової школи, окремих дослідницьких програм, а іноді – в межах регіонального чи національного наукового дискурсу, подекуди й у ширших контекстах. Крім того, наукова цінність може визначатися явно – відзнаками, нагородами, присудженням ступенів і звань тощо. Ще одним аспектом наукової цінності дослідження є формування на його основі виробничих чи освітніх процесів, створення нових продуктів, технологій чи проектів, які прямо реалізуються в сфері матеріального виробництва, послуг, інформаційного ринку тощо.

Впровадження результатів дослідження в навчальний процес є ознакою так званих «університетських наук». Основна місія наукових результатів тут – слугувати засобами ефективної соціалізації, сприяти актуалізації знань майбутніх практиків у руслі науково-технічного і науково-технологічного розвитку.

Окремі наукові результати можуть впроваджуватися у виробничий процес. Такі результати відзначаються високою технологічністю, формуються внаслідок аналізу широкого кола емпіричних даних. Можливість виробничого впровадження наукових здобутків, з одного боку, свідчить про високу практичну цінність і можливість комерціалізації дослідження, з іншого ж – обмежує результати чинними контекстами науково-технічного чи технологічного розвитку.

Важливим чинником наукової результативності є спрямування дослідження у бік фундаментального чи прикладного знання. Часто фундаментальні знання відзначаються високою науковою цінністю, тривалий час зберігають актуальність, при цьому не завжди можуть реалізуватися у виробничому секторі. Натомість прикладні роботи передусім орієнтовані на виробничу сферу. Звісно, такі результати передбачають окрему реалізацію фундаментальних знань у системі виробничого процесу.

Ще одним компонентом, який визначає особливості впровадження результатів дослідження, може стати характер наукової розвідки. Варто розмежовувати системні та одиничні дослідження, монографічні та комплексні, докторські та кандидатські роботи. Ці класифікації важливі при вивченні процесу наукового пошуку. Наприклад, традиційним є підхід, закріплений законодавчо, при якому у докторській науковій роботі вирішується наукова проблема, а кандидатське дослідження спрямовується на виконання наукового завдання. Якщо ж об’єктом уваги є результат, а саме – сфера його впровадження, то важливість класифікацій дослідницьких процедур тут менш важлива. Відзначимо тільки, що системні дослідження в межах наукових програм та тем, ініційованих державою чи будь-якими іншими організаціями, мають, як правило, гарантоване впровадження, відповідно до передбачених планом наукових робіт етапів.

Філологічний підхід, який домінував у журналістикознавстві офіційно до 2006 року, а насправді – до 2008, подекуди – й довше, передбачав вивчення особливостей текстів масової комунікації, її жанрової природи, стилю автора, форм комунікаційної взаємодії з погляду філологічних закономірностей та характеристик мовленнєвої діяльності. Типовими об'єктами таких досліджень був сам текст у множині його проявів, змісти і смисли, які закладалися в текст, історія текстової діяльності, причому текст поставав об'єктом з позиції його творення, в контекстах мовного виміру. Вихід за межі філологічного підходу відбувався там, де текст трактувався як елемент впливу, де окреслювалася соціальна функція тексту.

Водночас роль соціуму, функції медіа у формуванні соціально-культурних, політико-економічних чи морально-правових чинників розвитку соціуму до уваги не бралися або виявлялися досить спорадично. Причина цього криється у методології, що визначала філологічний підхід. Таким чином, дослідження 90-х та майже всього першого десятиріччя 2000-х не мали на меті вивчення соціальних наслідків медіадіяльності, вивчення соціального середовища, а отже, – соціального впливу. Все це відбувалося на тлі сприйняття журналістики як четверної влади, розуміння високої впливогенної потенційності реклами, всіх можливостей «кольорових піарів». Цілком закономірно вузькі межі філологічного підходу перестали задовольняти науковців, та й середовище впровадження результатів дослідження – вища школа – потребувало кардинально іншого погляду на наукове осмислення процесів та перетворень, що відбувались у сфері інформаційної індустрії.

Як показує історія, це не тільки прекрасно розуміли науковці, насамперед київської наукової школи, яка стала каталізатором появи нової галузі, але й тодішня влада. Результатом виправлення такого стану стала поява відомої постанови Кабінету Міністрів України «Про доповнення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений науковий ступінь» [721]. Відзначимо, що новий підхід до кваліфікації наукових результатів передбачав і вироблення спеціальної методології отримання таких результатів. Передусім змінюються об'єкт та

предмет досліджень, у роботах все більш часто використовуються соціологічні методи, а результативність дисертацій виражається не тільки констатаціями, але й рекомендаціями та проекціями, відображаються моделі та кваліфікуються технології. У сферу наукового осмислення залучаються окремі, ще зовсім до цього не досліджувані в українській науці, сегменти інформаційного простору, наприклад, соціальні мережі [826] або реклама наукової продукції [761].

Серед методів, які активно використовуються дослідниками, з'являються нові, не характерні для журналістикознавчих досліджень контент-моніторинг і контент-аналіз, моделювання, експертні опитування та експеримент. Це зразу виявило цілий ряд проблем, пов'язаних насамперед із підготовкою наукових кадрів. Так, у багатьох працях репрезентативність та валідність отриманих результатів могли б бути кращими, а питання добору джерельної бази та формування вибірки і сьогодні залишається вкрай актуальним.

Соціальні комунікації як наукова галузь – це університетська наука, адже результати таких досліджень орієнтовані першочергово на навчальний процес, на створення бази знань, вироблення рекомендацій та компетенцій щодо фахової діяльності випускника. Галузеві потреби підготовки кадрів – досить динамічні. Причиною цього є стрімке оновлення технологій інформаційного виробництва, розвиток інформаційного суспільства, яке апріорі передбачає формування системи соціальноінформаційних сервісів та забезпечення достатнього рівня медіаосвіти у соціумі. Демократичність інформаційних обмінів, як визначальна характеристика соціуму, забезпечується зокрема, й розгалуженою системою наукових знань про природу, структуру, закономірності функціонування мас-медіа та інших комунікаційних одиниць у системі соціальних комунікацій. Це зумовлює необхідність якісних досліджень соціальнокомунікаційного спрямування та визначає важливість впровадження результатів цих робіт.

Практика впровадження наукових результатів у начальний процес може відбуватися у різних формах. Найбільш відкритою та досліджуваною є діяльність вчених у напрямку поширення отриманих наукових результатів через підручники,

посібники, створення нових курсів та оптимізацію існуючих, формування спеціальних дослідницьких напрямків та стратегій.

Результатом аналізу дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій стало спостереження, яке ми не перевіряли емпіричним шляхом, але, як на нашу думку, воно потребує такої перевірки. Суть виявленої закономірності в тому, що зміст текстового опису практичного впровадження отриманих результатів зазвичай не відображає вповні потенціалу отриманих результатів. Дослідники обмежуються назвами курсів, в які можна впровадити результати, можливістю використання нових знань під час формування програм підготовки тощо. Спостережені недоліки практичного впровадження можна описати в наступних визначеннях:

1. У дисертаціях відсутній жорсткий детермінант використання результату: якщо дослідження кардинально чи значною мірою оновлює наукову теорію, то, за умови достатньої апробації і наукового визнання у вигляді присудження наукового ступеня, використання цих результатів у навчальному процесі повинно бути обов'язковим.

2. Вчені не завжди враховують специфіку викладання окремих дисциплін, тому оновлення, наприклад, курсу «Теорії масової комунікації» передбачає спеціальний коментар щодо того, яку частину варто оновлювати – «Теорію масової інформації», «Комунікаційні технології» чи, власне, «Теорію масової комунікації». Вважаємо за необхідне чітко визначати мету практичного впровадження результатів.

3. Науковці традиційно не диференціюють значимості отриманих результатів для оновлення предметів навчального процесу. Всі здобутки не можуть бути однаково корисними і важливими, адже якщо їх включити до уявлюваного мінімуму теоретичних знань випускника бакалаврату чи магістратури у поновному обсязі, то такий мінімум може стати непізнаваним.

Ми не проводили спеціального дослідження щодо ставлення авторів аналізованих наукових праць до впровадження результатів, однак викладені вище

спостереження вказують на необхідність здійснення окремого наукового дослідження, яке б виконало описане наукове завдання. Відзначимо, що результати такої праці мають впроваджуватися у наукову діяльність та в навчальний процес докторів філософії. Метою ж і мотивом використання результатів є підвищення культури наукових досліджень.

Середовищем впровадження результатів досліджень для нової галузі знань, як, зрештою, і для журналістикознавства, про що вже йшлося вище, є навчальний процес. Розуміємо його як ланку оновлення підходів, знаннєвої бази та компетенцій фахового середовища у сфері виробничої діяльності, спрямованої на підтримку функціонування медіа. При цьому оновлення відбувається досить поступово. Воно формується на основі схеми, яку можна відобразити таким чином: наукові дослідження – результати – навчальний процес – фахівці-випускники – медіа. Не можна сказати, що така лінійність забезпечується завжди, але важливим є інший висновок: фахове середовище успішно функціонує і без результатів, що їх пропонує українська наука. Натомість активно залучаються технології організації виробничої діяльності, запозичені разом із навчальними та науково-популярними джерелами закордонного походження, розвивається інститут експертів, якими виступають і вчені, і практики медіа у якості медіа-тренерів чи експертів.

Сьогодні, як і десять років тому, ринок медіа потребує нових форматів і підходів, однак їх джерелом є аж ніяк не українська наука. Причин цього декілька: відсутність фінансування для організації і проведення серйозних досліджень; відсутність можливості апробації розроблюваних моделей, бо, наприклад, формати для телебачення простіше і легше купити, адже вони вже пройшли апробацію, ніж створювати власні, ризикуючи часткою аудиторії і рейтингом.

Не менш важливими причинами є традиції наукових досліджень: йдеться про тотальну рефлексивність науки про соціальні комунікації, коли висновки вчених охоплюють минулий досвід та реалізовану емпірику, що дає підстави для суттєвих узагальнень, але навряд чи може бути визначальним показником розвитку медіаіндустрії. Тут варто додати, що великі суб’єкти медіадіяльності

зазвичай проводять власні дослідження чи використовують дані соціологічних служб. Як не прикро це визнавати, але такі дані часто більш системні й промовисті, ніж результати науковців, сформульовані до того ж за стандартами і підходами спочатку ВАКу, а потім – Міністерства освіти і науки України. Це, у підсумку, призвело до практичної відсутності прикладних досліджень, впровадження яких можливе саме у виробництво. Натомість фундаментальні праці, що домінували й домінують спочатку в журналістикознавстві, а потім у науці про соціальні комунікації, мають менш строгі критерії ефективності, модельовані потребами «великої» науки.

Проблема ще й у тому, що традиція позначається на механізмові включення у науковий обіг навіть абсолютно нових сегментів інформаційного ринку. Традиційним є збір емпіричного матеріалу, осмислення його (рефлексія), узагальнюючі висновки та, у кращому разі, розробка рекомендацій, які фахове середовище не сприймає: з одного боку, через слабку популяризацію української науки, з іншого – внаслідок того, що ці ідеї стосуються емпірики 3-5-ти річної давнини, а отже актуальність вони втрачають і зважаючи на характер досліджуваного об'єкта, і з огляду на зміну соціально-політичних, економічних чи культурних реалій.

Аналіз ситуації впровадження результатів наукових досліджень, особливостей використання їх у навчальному процесі та у фаховому середовищі дає підстави кваліфікувати два різні типи впровадження, які ми пропонуємо називати мале і велике кола впровадження. **Мале коло впровадження** передбачає таку модель: *аналіз об'єкта дослідження – наукове осмислення – результати – апробація у фаховому середовищі* (актуальні навчально-методичні матеріали, науково-популярні брошури, виступи у виданнях формату B2B, проведення науковцем тренінгів і майстер-класів, продукування і популяризація експертних оцінок та звітів (за власною ініціативою чи на замовлення практиків медіадіяльності) – *використання результатів фаховим середовищем*. У цьому колі впровадження час від наукового результату до його засвоєння та використання фаховим середовищем може набувати різних значень: від кількох днів до кількох

місяців чи років. Проте це найоперативніша модель залучення наукових результатів у практику медіадіяльності.

Велике коло впровадження передбачає таку модель: *аналіз об'єкта дослідження – наукове осмислення – результати – апробація у науковому і / або фаховому середовищі* (конференції, круглі столи, навчальні матеріали, відкриті лекції, участь у спільних проектах медійників та науковців тощо) – *захист наукових результатів – внесення результатів у посібники, підручники* (включення в начальний процес) – *завершення навчання тими студентами, що засвоїли результати і / або залучення їх до фахової діяльності – використання результатів фаховим середовищем*. У цьому колі впровадження від наукового результату до його засвоєння та використання фаховим середовищем проходить не менше 3-5 років, особливо, якщо в структурно-логічній схемі навчального процесу результати реалізуються на початку навчання. Крім того, за час навчання інформація може втрачати актуальність, забуватися, поступатися привабливістю іншим джерелам, тому гарантувати впровадження знаннєвого потенціалу у цей спосіб, можна лише за умови існування жорсткої вертикалі соціалізації та керування медійними процесами з боку тих, хто забезпечує таку вертикаль. У інших випадках можемо передбачити низьку ефективність від такого впровадження наукових результатів.

Щодо характеру досліджень, то тут варто навести цікаве спостереження: актуальність журналістського матеріалу – досить нетривка, так само, як і рекламного твору чи події, організованої піар-відділом. Це однозначно впливає на потребу наукового результату, який, зрозуміло, програватиме тому ж соціологічному вивченню аудиторії чи тематики видання.

Звичайно, це не відміняє потреби у наукових дослідженнях, принаймні для університетської науки, однак виразно окреслює проблему взаємин науки і фахового середовища. Окремо стоїть проблема результативності наукових досліджень, а отже, і їх затребуваності. Відзначимо, що наукові послуги, які замовляло фахове середовище Інституту журналістики в період 2008-2015 років, є нечисленними. Усього їх налічується чотири: замовлення Держтелерадіо на

систему тренінгів про написання матеріалів на тему євроінтеграції; літературне редагування та частково оптимізація тексту ювілейного видання від Асоціації міжнародних автоперевізників (АСМАП); а також два замовлення від центру документації та інформації НАТО в Україні на проведення конкурсу студентських телефільмів про розуміння безпеки як явища соціального порядку. Йдеться про офіційні замовлення, коли стороною договору виступав Київський національний університет імені Тараса Шевченка, а виконавцем – Інститут журналістики та укладалися відповідні угоди. До цього переліку можна додати ще грант на створення он-лайнового «Campus-радіо» від посольства США та програму дослідження нових медій від фонду «Відродження». Зважаючи на те, що не всі з названих замовників представляють фахове медіасередовище, можемо констатувати – наукова галузь сьогодні потребує оновлення і у тематиці досліджень, і в формуванні співпраці із фаховим середовищем. Ще одне цікаве спостереження ми зафіксували в процесі спроби вивчення потреб фахового середовища у наукових дослідженнях – кілька разів виникали і реалізувалися ініціативи з проведення опитування медіа про те, які наукоємні технології вони використовують, яка тематика досліджень цікавить практиків. Щоправда, результату не було, принаймні такого, який би став підставою для формування нової парадигми наукових розвідок і розробки наукових послуг.

Галузь «Соціальні комунікації» не передбачає вивчення технічних аспектів функціонування медіаіндустрії чи, наприклад, форм і способів мотивації персоналу, а інші результати – менш привабливі з точки зору практиків. Дійсно, якщо для виробництва, приміром, хімічної промисловості оптимізація процесів і речовин, що випускаються, можлива на основі виключно наукового підходу, результати якого зазвичай патентуються і отримують виробниче впровадження, то медіадіяльність цього не потребує. Навпаки, будь-який журналіст, не обов'язково випускник профільного навчального закладу, прекрасно розуміє як писати чи вважає, що розуміє. Говорити про те, що менеджмент медіа активно звертається до наукового середовища теж не доводиться.

Вирішення цієї проблеми ми вбачаємо у формуванні нових напрямків наукових досліджень, тим більше, що середовище впровадження результатів також кардинально змінюється. Маємо на увазі зміну концепції підготовки фахівців у вищих навчальних закладах, зокрема збільшення кількості фахових нетеоретичних дисциплін, заснованих на моделюванні виробничих ситуацій. За великим рахунком, ця парадигма практикумів, спецкурсів, тренінгів потребує серйозного науково-методологічного осмислення, оновлення теоретичної бази, що нею і можуть стати нові дослідження. Ще один важливий момент – формування системи практичних кваліфікаційних робіт, на підставі виконання і захисту яких студент отримує диплом бакалавра, а також затверджених кафедрами та вченими радами бакалаврських мінімумів – форми виконання курсової роботи, яка не є реферативним осмисленням теоретичних аспектів функціонування медіа, а включає цілком конкретний перелік практичних робіт, що за роки навчання складуть портфоліо кожного випускника [738].

Проведене нами дослідження дає підстави стверджувати, що перспективи розвитку нової наукової галузі виразно виявляються у тих роботах, які орієнтовані на вивчення ***технологій, стратегій, моделювання медіасередовища чи аудиту*** його розвитку. Такий висновок сформовано на основі викладеного вище розуміння проблеми взаємин наукового і фахового середовищ, відгуків на захищені дисертаційні роботи, що подавалися до спеціалізованих вчених рад та визначення авторами цих робіт перспектив подальшого розвитку теми, «популярність» такої тематики в середовищі медіаекспертів. Не претендуючи на абсолютність висновків, відзначимо, що названі нижче напрямки досліджень не тільки з високим ступенем ймовірності цікаві фаховому середовищу, але й передбачають використання методів, які науковець може реалізувати технічно.

Погодьмось, для наукового дискурсу соціальних комунікацій показовими є дослідження впливу, які не передбачають вивчення аудиторії. Водночас і висновки авторів не завжди відповідають масштабу поставлених завдань, адже правильно сформувати вибірку та ще й створити умови для об’єктивного результату при дослідженнях впливу окремому вченому – практично неможливо. Хіба що це буде

чітко продуманий експеримент, який продемонстровано у роботі Юрія Гаврильця [182]. Та й довести, що результат дослідження можна повторити із такими самими показниками (вивчення гуманітарних технологій), – практично неможливо.

Дослідження технологій, реалізовані в галузі «Соціальні комунікації», представлені в роботах Алли Бахметьєвої [39], Ольги Володченко [171], Наталії Островської [625], Лесі Ярошенко [925], Ольги Ятчук [926]. У цих розвідкаах не просто згадано окремі технології, а тут розкрито алгоритм використання тієї чи тієї технології, акцентовано на умовах, в яких вона може реалізуватися найбільш ефективно. Такі праці на сьогодні є безумовно цікавими і фаховому середовищу, і науковому, і освітньому. Отже, заявлена авторами багатовимірність результату визначає перспективу для українських науковців.

У роботах Ольги Гусак [263], Ірини Мудрої [567], Маргарити Нетреби [572], Ольги Тишевської-Шапошник [797] об'єктом дослідження стали стратегії. Варто наголосити, що автори зосереджують увагу не тільки на кваліфікації стратегій, але й на сфері й технологіях їх застосування, визначають важливі параметри ефективності використання цих стратегій в умовах актуальних завдань медійної діяльності.

Третю групу досліджень спрямовано на моделювання медіасередовища та аудит його розвитку. Тут ми виділяємо роботи, що зосереджені на створенні системного уявлення про процеси та явища медіаіндустрії, як, наприклад, у працях Ольги Дженжебір [292] та Олександра Курбана [492].Також до цієї групи відносимо роботи феноменологічного плану, які відображають актуальні запити ринку. Наприклад, це праці Руслана Вербового [168], Тетяни Гузенко [262], Гліба Семенюка [744], Олексія Ситника [746] та інших вчених. Також варто окреслити в цьому переліку важливі фундаментальні дослідження – докторські дисертації – які, попри вирішення суто наукових проблем, становлять чималий інтерес для всіх трьох ланок забезпечення медіадіяльності: науки, освіти, фаху. Сюди віднесемо роботи Тетяни Крайнікової [437], Тетяни Кузнєцової [456], Дмитра Олтаржевського [610], Василя Теремка [782].

Перевага таких праць у тому, що вони відображають не лише історію медіа (хай навіть історію останнього часу), а моделюють розвиток системи і вказують на тенденції розвитку явищ, процесів, інформаційного ринку в цілому.

Отже, варто наголосити, що сформовані нами напрямки важливі саме в контексті взаємодії фахового середовища, освіти і науки. Ніяким чином не применшуючи результатів інших дослідників, вважаємо, що збільшення кількості праць, спрямованих на кваліфікацію технологій, стратегій, вивчення моделей та аудит новітніх тенденцій інформаційного ринку, іншими словами, забезпечення виразних прикладних наукових результатів, є важливим чинником розвитку галузі «Соціальні комунікації». Це сприятиме виробленню нових форм взаємодії всіх названих ланок медіасередовища, а у підсумку, сподіваємося, якісно позначиться на забезпеченні потреб як інформаційної індустрії, так і аудиторії, на яку діяльність цієї індустрії спрямована.

Окремо сьогодні стоїть питання про популяризацію наукових результатів у фаховому середовищі, з одного боку, і про позиціонування потреб медіавиробників у створені наукоємних технологій медіасфери науковцями – з іншого. Такий обопільний рух на зближення виробничих потреб і наукових інтересів може і повинен піти на користь як розвитку наукового дискурсу соціальних комунікацій, так і якісному оновленню інформаційної індустрії.

Висновки до розділу

Цей розділ дисертації має на меті продемонструвати можливості використання соціальнокомунікаційного підходу на чинному етапі розвитку науки. Важливість проектування комунікаційних середовищ зумовлена практичною потребою, тому розробка цього напряму може бути корисною і для виконання практичних виробничих завдань, і для оновлення теорії соціальних комунікацій.

Спроба цілісного аналізу окремої наукової спеціальності розкрила тематичні параметри реалізації соціальнокомунікаційного підходу, дала підстави окреслити основну теоретичну базу, що склалася на період проведення систематизації

наукових праць, та встановити перспективні напрямки подальших наукових розвідок.

У підрозділі актуалізовано дві моделі впровадження результатів, формуються закономірності підвищення ефективності впливу результатів наукових розвідок на соціальні процеси та діяльність суб'єктів медіаринку. Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що перспективи розвитку нової наукової галузі виразно виявляються у тих роботах, які орієнтовані на вивчення ***технологій, стратегій, моделювання медіасередовища чи аудиту*** його розвитку. Такий висновок сформований на основі викладеного вище розуміння проблеми взаємин наукового і фахового середовищ, відгуків на захищені дисертаційні роботи, що подавалися до спеціалізованих вчених рад та кваліфікацію авторами цих праць перспектив подальшого розвитку теми та «популярність» такої тематики в середовищі медіаекспертів.

За підсумками четвертого підрозділу у дисертації наголошено на широкому спектрі можливостей соціальнокомунікаційного підходу в дослідженнях комунікаційних потенціалів різнопланових об'єктів комунікаційної сфери, соціальної значимості та функціональності інформаційних процесів і явищ, що у своїй основі мають соціальну природу.

ВИСНОВКИ

Дослідження соціальнокомунікаційного підходу передусім орієнтоване на вивчення тематичних особливостей становлення нової наукової галузі та формування висновків про особливості методології, що властива дослідженням соціальних комунікацій. На підставі послідовного аналізу генеральної сукупності обраного об'єкта, нами виявлено закономірності та тенденції, що дозволяють кваліфікувати соціальнокомунікаційний підхід. В основу кваліфікації покладено розуміння особливості об'єктної сфери досліджень у межах галузі, яка виявляється в конгруентному співвідношенні інформаційно-комунікаційного та соціального контекстів досліджуваних вченими об'єктів. Соціальнокомунікаційний підхід не передбачає жорсткого переліку валідних методів. Актуальний стан досліджень свідчить про існування сукупності методів замість системи методологічного підходу. Однак важлива закономірність і критерій соціальнокомунікаційного підходу – відображення у методології кореляції, взаємозв'язку методів у конкордантному вимірі двох складових частин об'єкта. Причому пізнаваність інформаційно-комунікаційного та соціального контекстів може і має бути предметом окремих дослідницьких процедур, що встановлюють важливість для вирішення проблеми дослідження проблемно-тематичних вимірів об'єкта у проекції на соціальний час або ж у проекції на соціальний статус – варіантів може бути чимало, – методично виправданим для соціальнокомунікаційного підходу постає конгруентне поєднання методів для дослідження різних, але взаємозалежних сторін об'єкта.

1. Чимала частка авторів журналістикознавчих досліджень виходили за межі суто філологічного підходу. Основними проявами такого виходу є: кваліфікація комунікаційних стратегій на соціальному рівні, встановлення соціальних функцій, соціальної значимості текстів як основне завдання дослідження; вироблення теоретичних підходів до функціонування комунікаційних систем поза межами філологічного підходу; нетекстологічні дослідження реклами та інших

прикладних комунікаційних технологій; домінування соціологічних методів дослідження та їх якісна оцінка в роботі.

Відзначимо, проаналізований дискурс основних наукових праць кінця XX початку XXI століття дає підстави для висновку, що філологічний підхід часто виступав формальним ідентифікатором наукової галузі. Практично всі основні дослідження у журналістикознавстві орієнтувалися на соціальні теорії та соціальну функцію журналістики. І хоча більшість дослідників віддавали належне і текстології, і жанрології, – визначати такі дослідження варто саме в площині розширення філологічного підходу різними соціальнокомунікаційними параметрами.

2. Аналіз наукових робіт показує, що використання зарубіжного досвіду та його осмислення в сучасних дослідженнях соціальних комунікацій не є конструктивним у переважній більшості досліджених робіт. Згадуючи зарубіжні теорії, автори ставлять за мету позиціонувати власні концепції в площині наукових підходів, прийнятих за кордоном. Тільки деякі вчені мають за мету удосконалити чи продовжити розвиток теорій комунікації. Загалом, така ситуація зумовлена кількома чинниками, по-перше, існують дослідження, які за об'єкт мають емпірику національного рівня, і тому викладена вище модель є властивою та об'єктивною для вивчення таких тем. По-друге, системологічні дослідження в українській науці часто – сфера відповідальності одного науковця. Дуже рідко його підтримують аспіранти чи інші вчені, тому й системність отриманого результату звужується. По-третє, фінансування закордонних презентацій наукових здобутків українських вчених – справа самих українських вчених, що часто визначає поміркованість оцінок і суджень.

Важливою причиною розвитку саме такого сценарію популяризації наукових результатів є механізми впровадження цих результатів. Для соціальнокомунікаційних досліджень середовищем впровадження є, як правило, навчальний процес, а вже потім – сфера прикладного інформаційного виробництва. З іншого боку, впровадження у прикладну сферу теж не завжди веде до формування суто виробничих результатів: дуже часто науковці стають

розробниками технологій підготовки бізнес-фахівців або ж підвищення їх кваліфікації, впроваджуючи різні форми тренінгів та стажувань, у тому числі й за рахунок отриманих грантів. Освітнє середовище впровадження наукових результатів зі свого боку накладає вимоги певної консервативності та відповідності визнаним у світі науковим конструктам, які пройшли більшою чи меншою мірою серйозну апробацію часом і практикою.

3. Методологія наукового дослідження в межах соціальнокомунікаційного підходу повинна складатися з таких компонентів: методи дослідження самого явища, його природи, особливостей функціонування наслідків тощо; методи вивчення соціальних реакцій на явище, особливості його функціонування та розвитку; методи прогнозування, проектування, які передбачають формування футуристичних проекцій розвитку явищ в умовах, що задаються розвитком соціуму як структури соціальної та як структури продуктивної у сенсі матеріального прогресу.

Вказаний перелік не є вичерпним і обов'язковим, адже соціально значимі аспекти можуть розкриватися в кожній з названих частин методологічної моделі, однак запропонована послідовність передбачатиме повноту реалізації підходу.

Щодо використання методів вивчення реакції аудиторії, проведений аналіз показує необхідність використання професійних соціологічних досліджень, адже самостійно проведені науковцем спостереження чи опитування носять демонстративний характер і більшою мірою є даниною науковій моді, ніж свідченням валідності отриманих результатів. Проте навіть у такий спосіб виявлені тенденції становлять наукову цінність.

Відзначимо перспективу використання нелінійних методологічних схем, коли автор використовує попередні дослідження, на основі них будує свої гіпотези, які перевіряє, виходячи з попередньо проведених досліджень чи на основі використання математично обґрунтованих моделей соціологічного підходу. Таким чином, лінія *гіпотеза – спостереження – висновок* ускладнюється, але тим самим набуває більшої точності.

Окремо варто сказати про методи прогнозування та моделювання. Проведений аналіз наукових досліджень показав їхню переважно ретроспективну природу. Таким чином, впровадження результатів у навчальний процес ще більше віддаляє наукові результати від актуальної медіадіяльності. Ми поки не отримали жодної рекомендації щодо перспектив розвитку інформаційного сектору економіки чи бізнесу в цілому. І хоча роботи містять обов'язкові компоненти перспектив подальших досліджень розкритої автором тематики, такі перспективи не мають під собою ніякого фактологічного обґрунтування.

4. Наукова проблематика фундаментальних соціальнокомунікаційних досліджень реалізується за трьома ключовими напрямками: історичні дослідження соціальних комунікацій, феноменологічне осмислення окремих аспектів, форм, способів та результатів медіадіяльності (комплексна теоретико-методологічна розробка процесів і явищ), прикладні аспекти комунікаційної діяльності. Ці три напрямки представлені в науковому дискурсі досить неоднозначно і нерівномірно, та й поділ на такі типи робіт є досить умовним. Особливо з огляду на те, що феноменологічні дослідження можуть мати і фундаментальний, і прикладний характер. На нашу думку, це пов'язано з тим, що процес становлення нової наукової галузі поки не завершився і феноменологічні дослідження (наприклад, зв'язків з громадськістю чи рекламної етики) не минають історичних аспектів становлення цих галузей діяльності, а вивчення історії журналістики певного періоду вже на рівні обґрунтування періоду дослідження та й часто у висновкових частинах – не позбавлене ознак феноменологічних студій.

Важливим результатом проведеного дослідження став висновок про необхідність вивчення прикладних аспектів комунікаційної діяльності, що поряд із навчальним процесом, мали б середовищем впровадження виробничу діяльність. Розуміючи всю складність такого підходу, вчені не дуже охоче беруться за вирішення цих наукових проблем, однак саме цього вимагає стрімкий розвиток комунікаційних систем. Зокрема, сьогодні рано говорити про те, що в Україні реалізована теоретична база для підготовки фахівців крос-медійної журналістики,

особливо, якщо враховувати практику підготовки таких фахівців, моделювання фахового діалогу у середовищі медіавиробників, створення бази стандартів діяльності тощо.

5. Основні результати наукових досліджень за період 2008 – 2015 років можемо узагальнити за такими критеріями: осмислення історичних періодів розвитку науки про соціальні комунікації (при цьому досить часто соціальнокомунікаційний підхід використовується непослідовно); формування нової теорії та методології (відзначимо, що відправною точкою для формування гіпотез та їх доведення тут служать не поява нової галузі й нового підходу, а розвиток практики комунікаційної діяльності, що цілком логічно); кваліфікація нових комунікаційних явищ у науковій парадигмі соціальних комунікацій (за часів існування філологічного підходу в журналістикознавстві багато аспектів комунікаційної діяльності могли вивчатися лише на рівні тексту, з появою нової галузі знань ситуація докорінно змінилася); дослідження комунікаційних аспектів реалізації соціальної ролі різними суспільними інститутами (з оновленням комунікаційних можливостей така роль зростає, відтак потребує теоретичної оцінки закономірностей та створення практичних рекомендацій, часто технологічного характеру).

6. Системологічна модель розвитку досліджуваного нами підходу сформована на основі виявлених напрямків розвитку, сфер впровадження результатів, тенденцій розвитку соціуму та соціальнокомунікаційних технологій, які реалізують сучасні можливості формування комунікаційних середовищ. Відзначимо, що перспективними напрямками подальших досліджень в межах соціальнокомунікаційного підходу є:

1. Вивчення історичних особливостей комунікаційних середовищ з позиції соціальної значимості таких особливостей, що може виявлятися у зафіксованих джерелах чи архівах.

2. Дослідження феноменів інформаційної діяльності та технологій проектування нових інформаційних мереж, систем, продуктів, технологій.

3. Дослідження впливу динамічного потенціалу інформаційного простору на розвиток соціуму з позиції формування стратегічного потенціалу розвитку суспільства.

4. Виявлення визначальних характеристик прикладного характеру, що описують стратегічні напрямки розвитку комунікаційного середовища.

5. Розробка нових комунікаційних стратегій, заснованих на трендах соціального розвитку та тенденціях розвитку матеріальної інфраструктури соціальних комунікацій.

6. Формування нових методик підготовки фахівців медіадіяльності універсального типу та вузькоспеціалізованих експертів, реалізація цих методик в системі вищої освіти, розробка соціально адаптованих стратегій популяризації медіаграмотності.

Загальним кваліфікаційним висновком дисертації стало таке розуміння явища: соціальнокомунікаційний підхід постає як настанова на використання спеціальної дослідницької моделі, заснованої на вирішенні наукових проблем та завдань інформаційно-комунікаційного характеру, з позиціонуванням об'єкта та предмета вивчення у широкому соціальному контексті, із використанням специфічної методологічної моделі, яка обов'язково включає дослідницькі процедури, орієнтовані на встановлення інформаційно-комунікаційної специфіки об'єкта та соціальної значимості чи соціальних функцій такої специфіки. Результати використання соціальнокомунікаційного підходу виявляються у кваліфікації інформаційно-комунікаційних характеристик явищ у виразній соціальній проекції, причому такі результати можуть формалізуватися у категорії концептуальних складників соціального впливу і впроваджуватися у наукову, виробничу та навчальну діяльність.

Крім перспектив дослідження соціальних комунікацій за допомогою соціальнокомунікаційного підходу, відзначимо необхідність подальшого дослідження і самого підходу як методичної системи. Актуальним вбачаємо вивчення проблем реалізації підходу в дослідженнях, що вирішують часткові наукові завдання. Не менш важливим є вивчення механізмів адаптації різних

методів в структурі нової соціальнокомунікаційної методології, застосування соціальнокомунікаційного підходу в тих середовищах, де комунікація розглядається виключно з точки зору математичних моделей. Насамперед це стосується соціальної інформатики, інформаційно-комунікаційних технологій (в розумінні кібернетики), а також більш вузьких тем, як-от математичне моделювання ефективності реклами чи маркетингові підходи до її створення та використання. Вважаємо, що контекст соціальної значимості, покладений в основу дослідження названих сегментів людської діяльності, зробить результати більш близькими до соціальної дійсності, а отже, – й більш соціально затребуваними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация / Т.З. Адамьянц. — М. : ИС РАН, 2005. — 158 с.

2. Андрєєва О.С. Шокова реклама як соціокомунікаційний феномен: специфіка вияву та впливогенний потенціал : автореф. дис… канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Олександра Сергіївна Андрєєва. — Київ, 2015 . — 16 с.

3. Артамонова І. М. Жанри онлайнової журналістики / І.М. Артамонова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И.Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». — Симферополь, 2008. — Т. 21(60), №1 — С. 302—310.

4. Артамонова І. М. Інтернет як специфічний тип мас-медійного тексту (на матеріалах українського сектору мережі) / І.М. Артамонова // Вісник Сумського державного університету. Серія «Філологічні науки». — Суми, 2007. — №2. — С.5—10.

5. Артамонова І. М. Інтернет-журналістика в Україні: еволюція, соціоінформаційний контекст, системні характеристики : автореф. дис… д-ра наук із соц. комунікацій / Артамонова Інеса Михайлівна . — Київ, 2009 . — 31 с.

6. Артамонова І. М. Інтернет-журналістика в Україні: еволюція, соціоінформаційний контекст, системні характеристики [Текст] : Дис… д-ра наук із соц. комунікацій / Артамонова Інеса Михайлівна . — Київ, 2009 . — 429 с.

7. Артамонова І.М. Онлайнові та офлайнові ЗМІ: спільне та відмінне / І.М. Артамонова // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2009. — Вип.8. — С.86—97.

8. Артамонова І.М. Проблеми ефективності інтернет-ЗМІ / І.М. Артамонова // Інформаційне суспільство. — 2007. — Вип. 6. — С.27—34.

9. Артамонова І.М. Проблеми типології Інтернет-ЗМІ у журналістикознавстві / І.М. Артамонова // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць /

ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2008. — Вип.7. — С.63—78.

10. Артамонова І.М. Системні характеристики онлайнових та офлайнових ЗМІ / І.М. Артамонова // Вісник Сумського державного університету. Серія «Філологічні науки». — Суми, 2008. — №1. — С.181—189.

11. Артамонова І.М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-медіа в Україні / І.М.Артамонова. — Донецьк : Лебідь, 2009. — 416 с.

12. Артамонова Н. О. Інформаційне-аналітичне забезпечення трансферу технологій : аналіз патентних документів / Н. О. Артамонова // Ринок технологій : проблеми та шляхи вирішення : матер. ІІІ міжнар. наук.-практ. конф. — К., 2007. — С. 3—4.

13. Артамонова Н. О. Науково-інформаційна діяльність в медичній галузі : еволюційні зміни в управлінні / Н. О. Артамонова // Освіта, культура та мистецтво в добу цивілізаційної глобалізації : матер. міжнар. наук. конф., ХДАК, 22-23 листопада 2007 р. — Х., 2007. — С. 228—229.

14. Артамонова Н. О. Патентна документація як інструмент аналітичної діяльності підрозділів з інтелектуальної власності / Н. О. Артамонова, Ю. В. Павліченко // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність : проблеми науки, освіти, практики : матер. VIII міжнар. наук.- практ. конф., м. Київ, 17-19 травня 2011 р. — К., 2011. — С. 184—187.

15. Артамонова Н. О. Система інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення медичної науки України : генезис, структура, стратегії розвитку : автореф. дис. … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Неоніла Олегівна Артамонова . — Харків, 2013 . — 28 с.

16. Артамонова Н. О. Система інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення медичної науки України : генезис, структура, стратегії розвитку [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Неоніла Олегівна Артамонова . — Харків, 2013 . — 485 с.

17. Артамонова Н. О. Система інформаційного забезпечення медичної науки в Україні : монографія / Н. О. Артамонова. — Х., 2010. — 371 с.

18. Артамонова Н. О. Сучасний стан інноваційної діяльності центрів патентної інформації / Н. О. Артамонова // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність : проблеми науки, освіти, практики : матер. 5-ої міжнар. наук.-практ. конф. — К., 2008. — С. 61—63.

19. Артамонова Н. О. Технологія проведення пошуку в інформаційно-пошуковій системі PubMed : метод. посібн. / Н. О. Артамонова, О. В. Масіч, Ю. В. Павліченко. — Х. : ДУ «ІМР їм. С. П. Григор'єва НАМНУ», 2010. — 117 с.

20. Артамонова Н. О. Характеристика баз даних EMBASE та MEDLINE як документально-комунікаційних засобів з радіології / Н. О. Артамонова, Ю. В. Павліченко // Культурологія та соціальні комунікації : інноваційні стратегії розвитку : матер. міжнар. наук. конф., Харків, 18-19 листопада 2010 р. — Х., 2010. — С. 183—184.

21. Артамонова Н. О. Характеристика особливостей інформаційного забезпечення наукових досліджень з використанням програмних засобів / Н. О. Артамонова, Ю. В. Павліченко // Електронні інформаційні ресурси : створення, використання, доступ : матер. ІІ міжнар. форуму «Проблеми розвитку інформаційного суспільства», м. Київ, 12-15 жовтня 2010 р. — К. : УкрІНТЕІ, 2010. — С. 3—5.

22. Артамонова Н. О. Шляхи інноваційного розвитку інформаційної сфери медичної науки / Н. О. Артамонова, Ю. В. Павліченко // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність : проблеми науки, освіти та практики : матер. 7-ої міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 25-27 травня 2010 р. — К., 2010. — С. 158—160.

23. Бабенко В. В. Семіотичний інструментарій у комунікативній стратегії українського телебачення : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Вікторія Володимирівна Бабенко. — Київ, 2008 . — 15 с.

24. Балаклицький М. Isn’t medium a message? Суперечливий образкомунікаційних технологій у публіцистиці українських протестантів / Максим Балаклицький // Наукові записки Інституту журналістики. — 2010. — Т. 41. — С. 129—133.

25. Балаклицький М. А. Розвиток протестантської журналістики в Україні: генеза та сучасний стан : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.04 / Максим Анатолійович Балаклицький . — Київ, 2014 . — 31 с.

26. Балаклицький М. А. Розвиток протестантської журналістики в Україні: генеза та сучасний стан [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.04 / Максим Анатолійович Балаклицький . — Київ, 2014 . — 430 с.

27. Балаклицький М. Конфесійна преса України про причини виникнення йшляхи розв'язання соціальних конфліктів / Максим Балаклицький // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2009. — Вип. 8. — С. 26—31.

28. Балаклицький М. Медіатизація протестантизму в Україні 1991—2010 років : монографія / Максим Балаклицький. — Х. : ХІФТ, 2011. — 379 с.

29. Балаклицький М. Медіатизація релігійного життя: термінологічний аспект / Максим Балаклицький // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — 2009. — Вип. 2 (17). — С. 369—382.

30. Балаклицький М. Механізми оцінки ефективності протестантських ЗМІ України / Максим Балаклицький // Наукові записки Інституту журналістики. — 2010. — Т. 39. — С. 70—73.

31. Балаклицький М. Міні-медіа в протестантській комунікації України / Максим Балаклицький // Інформаційне суспільство. — 2010. — Вип. 11. — С. 24—28.

32. Балаклицький М. Наукові видання українських протестантів / Максим Балаклицький // Образ. — 2010. — Вип. 11. — С. 5—13.

33. Балаклицький М. Роль редактора у формуванні та розвитку конфесійної преси в Україні / Максим Балаклицький // Наукові записки Інституту журналістики. — 2008. — Т. 32. — С. 44—48.

34. Балаклицький М. Соціальна проблематика у протестантських медіаУкраїни / М. Балаклицький // Наукові записки Інституту журналістики. — 2008. − Т. 33. — С. 65—68.

35. Балаклицький М. Феномен журналу «Християнство» / Максим Балаклицький // Наукові записки Інституту журналістики. — 2009. — Т. 35. — С. 83—86.

36. Балаклицький М. Феномен комунікації: релігійний контекст / Максим Балаклицький // Наукові записки Інституту журналістики. — 2009. — Т. 37. — С. 105—109.

37. Балинський І. О. Українські політичні Інтернет-комунікації у світовому контексті : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Ігор Олексійович Балинський . — Київ, 2009. — 16 с.

38. Баранецька А. Д. Роль соціокультурних чинників у сприйманні емоційно-експресивної структури газетних текстів (на матеріалі інтерв'ю) : автореф. дис… канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Олександра Сергіївна Андрєєва. — Київ, 2015. — 16 с.

39. Бахметьєва А. М. Особливості комунікативних функцій Паблік Рилейшнз в діяльності прес-служб установ освіти : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Алла Миколаївна Бахметьєва. — Київ, 2009 . — 20 с.

40. Бездрабко В. В. Документознавчі ідеї М.С. Слободяника і розвиток сучасного вітчизняного документознавства / В.В. Бездрабко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2008. — № 4. — С. 24—39.

41. Бездрабко В. В. Класифікація документів як теоретична проблема історичної науки: новітні здобутки / В.В. Бездрабко // Вісн. Черкас. ун-ту. Серія: Історичні науки. — Черкаси, 2009. — Вип. 160—161. — С. 3—10.

42. Бездрабко В. В. Розвиток теорії та практики діловодства й еволюція документознавства у 1970—1980-х роках / В.В. Бездрабко // Наук. зап. Терноп. нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка. Серія : Історія. — 2008. — Вип. 1. — С. 194—202.

43. Бездрабко В. В. Становлення і розвиток документознавства в Україні (друга половина XX — початок XXI ст.) : автореф. дис … д-ра іст. наук: 27.00.02 / Валентина Василівна Бездрабко . — Київ, 2010 . — 36 с.

44. Бездрабко В. В. Становлення і розвиток документознавства в Україні (друга половина XX — початок XXI ст.) [Текст] : Дис … д-ра іст. наук: 27.00.02 / Валентина Василівна Бездрабко . — Київ, 2010 . — 556 с.

45. Бездрабко В. В. Сучасне документознавство в Україні : концепції, перспективи розвитку / В.В. Бездрабко // Укр. іст. журн. — 2008. — № 6. — С. 165—182.

46. Бездрабко В. В. Сучасні історичні студіювання документа : en bloc et en dйtail / В.В. Бездрабко // Укр. іст. журн. — 2009. — № 3. — С. 157—184.

47. Бездрабко В. Діловодство у контексті державного управління Російської імперії XIX ст. як чинник становлення документознавства / В.В. Бездрабко // Іст. журн. — 2008. — № 5. — С. 62—72.

48. Бездрабко В. До історії термінологічного студіювання у вітчизняному документознавстві / Валентина Бездрабко // Південний архів. Історичні науки : зб. наук. пр. — Херсон, 2007. — Вип. 25. — С. 13—24.

49. Бездрабко В. Документознавство в Україні : інституціоналізація та сучасний розвиток / Валентина Бездрабко. — К. : Четверта хвиля, 2009. — 720 с.

50. Бездрабко В. Документознавча освіта в Україні : становлення, сучасний стан і перспективи / Валентина Бездрабко // Гілея : наук. вісн. — 2009. — Вип. 20. — С. 173—186.

51. Бездрабко В. Зародження теорії діловодства і гносеологічні ракурси формування документознавства / Валентина Бездрабко // Вісн. Держ. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. — 2008. — № 1. — С. 107—114.

52. Бездрабко В. К.Г. Мітяєв і становлення документознавства / Валентина Бездрабко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2008. — № 1. — С. 8—22.

53. Бездрабко В. Основні тенденції розвитку джерелознавства, спеціальних історичних дисциплін і документознавства : закономірні й випадкові

фрейми (1960—1980) / Валентина Бездрабко // Архіви України. — 2009. — № 1/2. — С. 24—49.

54. Бездрабко В. Трансформації тлумачення діловодства як віддзеркалення становлення документознавства / Валентина Бездрабко // Вісн. Акад. праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. — 2008. — № 2. — С. 105—110.

55. Бездрабко В. Українські документознавчі видання : історіографічний і наукометричний виміри / Валентина Бездрабко // Зб. пр. Наук.-дослід. центру періодики / НАН України, Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника, Наук.-дослід. центр періодики. — Львів, 2008. — Вип. 1 (16). — С. 340—375.

56. Беличенко О. Л. Социально-коммуникационная парадигма художественной литературы [Электронный ресурс] / О. Л. Беличенко // Познавательный. — 2013. — № 7. — URL : http://познавательный. рф/all/socialno-komunikacionaja-paradigma-hudozhestvenoi-literatury. html (дата звернення: 01.07.2015). — Назва з екрана.

57. Березенко В. В. “Public relations” в сучасному науковому дискурсі : підходи до визначення / В. В. Березенко // Наукові записки Інституту журналістики. — Том 50 (січень-березень). — 2013. — С. 228—233.

58. Березенко В. В. PR в парадигмі постнекласичного наукового пізнання / В. В. Березенко // Освіта регіону. Серія : Політологія. Психологія. Комунікації. — 2012. — № 1. — С. 233—237.

59. Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: монографія / В. В. Березенко. —— К. : Академія Української Преси, 2013. — 360 с.

60. Березенко В. В. PR освітньої галузі в сучасній комунікаційній парадигмі / В. В. Березенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2010. — № 1. — С. 111—115.

61. Березенко В. В. Актуальність дослідження PR-комунікацій для України / В. В. Березенко // Spheres of Culture (by the Maria Curie-Sklodovska University in Lublin, Poland). — Volume I. — 2012. — С. 305—313.

62. Березенко В. В. Генезис і предметна галузь науки про зв’язки з громадськістю / В. В. Березенко // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2012. — С. 83—92.

63. Березенко В. В. Зв’язки з громадськістю в контексті соціально-відповідального бізнесу: українські реалії / В. В. Березенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 1. — С. 121—124.

64. Березенко В. В. Інституалізація зв’язків з громадськістю в Україні / В. В. Березенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 2. — С. 4—8.

65. Березенко В. В. Інтеграція соціологічного знання в науку про зв’язки з громадськістю / В. В. Березенко // Освіта регіону. Серія : Політологія. Психологія. Комунікації. — 2012. — № 4. — С. 145—149.

66. Березенко В. В. Наукове осмислення феномену PR як соціальнокомунікаційної діяльності в Україні : автореф. дис… д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Віта Віталіївна Березенко . — Київ, 2014 . — 32 с.

67. Березенко В. В. Наукове осмислення феномену PR як соціальнокомунікаційної діяльності в Україні [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Віта Віталіївна Березенко . — Київ, 2014 . — 428 с.

68. Березенко В. В. Проблеми вдосконалення професійної підготовки за фахом “зв’язки з громадськістю” в Україні / В. В. Березенко // Інформаційне суспільство. — 2013. — Вип. 17 (січень-грудень). — С. 31—35.

69. Березенко В. В. Проблеми становлення науки про зв’язки з громадськістю в Україні / В. В. Березенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 2. — С. 120—124.

70. Березенко В. В. Проблемы производства и потребления медийного контента инновационного PR / В. В. Березенко [Электронный ресурс] // Современные исследования социальных проблем. — 2013. — №4 (24). — URL :

http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/4201339/pdf_92 (дата звернення: 11.11.2015). — Назва з екрана.

71. Березенко В. В. Процессы институализации связей с общественностью : украинские реалии и перспективы / В. В. Березенко [Электронный ресурс] // Современные исследования социальных проблем. — 2012. — № 12 (20). — URL : http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/12/berezenko.pdf (дата звернення: 27.03.2015). — Назва з екрана.

72. Березенко В. В. Роль “теорії середнього рівня” Р. Мертона в становленні науки про PR / В. В. Березенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2013. — № 1. — С. 155—159.

73. Березенко В. В. Роль PR-комунікацій в розвитку інноваційної сфери в Україні / В. В. Березенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 4 — С. 140—144.

74. Березенко В. В. Роль исследований современной социологии в становлении науки про связи с общественностью в Украине / В. В. Березенко // Научно-практический журнал “Психология. Социология. Педагогіка” (Москва). — 2012. — № 11 (24) (ноябрь). — С. 18—21.

75. Березенко В. В. Становлення PR як самостійної соціально-комунікаційної наукової дисципліни : український досвід / В. В. Березенко // Наукові записки Інституту журналістики. — Том 48 (липень-вересень). — 2010. — С. 128—132.

76. Березенко В. В. Теоретико-методологічні підстави наукового знання про зв’язки з громадськістю / В. В. Березенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2012. — № 4. — С. 175—179.

77. Березенко В. В. Формування понятійно-категоріального апарату науки про зв’язки з громадськістю / В. В. Березенко // Науковий журнал “Світ соціальних комунікацій”. — 2012. — Том 7. — С. 91—94.

78. Бєляков О.О. Екологічна проблематика в засобах масової інформації : навч. посіб. / Олександр Бєляков. — К. : ВПЦ "Київ. ун-т", 2003. — 185 с.

79. Бідзіля Ю. М. Інформаційна безпека поліетнічного регіону: пошук нової медіасистеми (на прикладі Закарпаття) / Ю. М. Бідзіля // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна. — К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2014. — Т. 56. — С. 195 — 203.

80. Бідзіля Ю. М. Інформаційний простір Закарпаття крізь призму проблем міжкультурної комунікації / Ю. М. Бідзіля // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна. — К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. — Т. 60. — С. 198 — 206.

81. Біличенко О. Л. Соціальна пам’ять як літературно-комунікаційний досвід / О. Л. Біличенко // Психолінгвістика : збірник наукових праць. — Переяслав-Хмельницький : ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Г. Сковороди”, 2012. — Вип. 10. — С. 246—252.

82. Біличенко О. Л. Художня література в соціально-комунікаційній структурі суспільства : автореф. дис… д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ольга Леонідівна Біличенко . — Запоріжжя, 2013 . — 40 с.

83. Біличенко О. Л. Художня література в соціально-комунікаційній структурі суспільства [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ольга Леонідівна Біличенко . — Запоріжжя, 2013 . — 407 с.

84. Біличенко О. Л. Інформаційно-комунікаційний простір як відображення сучасного соціокультурного середовища / О. Л. Біличенко, О. О. Тортіка // Вісник Харк. держ. акад. культури : збірник наукових праць. — Х. : ХДАК, 2010. — Вип. 30. — С. 80—88.

85. Біличенко О. Л. Література для еліти і масова аудиторія в сучасному соціально-комунікаційному просторі / О. Л. Біличенко // Вісник Книжкової палати. — 2012. — № 12. — С. 44—47.

86. Біличенко О. Л. Літературна класика в соціокультурному контексті інформаційного суспільства та системи соціальних комунікацій / О. Л. Біличенко // Вісник Харк. держ. акад. культури : збірник наукових праць. — Х. : ХДАК, 2012. — Вип. 35. — С. 165—174.

87. Біличенко О. Л. Літературна традиція та екстра-літературна реальність — комунікаційне середовище продукування, існування та сприймання текстів художньої літератури / О. Л. Біличенко // Психолінгвістика : збірник наукових праць. — Переяслав-Хмельницький : ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Г. Сковороди”, 2012. — Вип. 9. — С. 248—254.

88. Біличенко О. Л. Місце художньої літератури в системі соціально-комунікаційної культури суспільства / О. Л. Біличенко // Світ соціальних комунікацій : наук. журнал / [за ред. О. М. Холода]. — К. : КиМУ, ДонМУ, 2012. — Т. 8. — С. 1—13.

89. Біличенко О. Л. Внесок французьких постструктуралістів в соціокомунікаційне розуміння тексту художньої літератури / О. Л. Біличенко // Вісник Харк. держ. акад. культури : збірник наукових праць. — Х. : ХДАК, 2012. — Вип. 37. — С. 171—179.

90. Біличенко О. Л. Гуманістичне ядро літературних творів та його роль у гуманітарному вихованні студентської молоді в умовах формування інформаційного суспільства / О. Л. Біличенко // Вісник Харк. держ. акад. культури : збірник наукових праць. — Х. : ХДАК, 2004. — Вип. 12—13. — С. 271—280.

91. Біличенко О. Л. До проблеми формування соціокомунікативних засад дослідження художньої літератури / О. Л. Біличенко // Вісник Книжкової палати. — 2011. — № 7. — С. 42—46.

92. Біличенко О. Л. Етапи комунікації в системі “література” / О. Л. Біличенко // Вісник Харк. держ. акад. культури : збірник наукових праць. — Х. : ХДАК, 2012. — Вип. 38. — С. 134—141.

93. Біличенко О. Л. Комунікаційний зв’язок соціальної реальності в системі “література” / О. Л. Біличенко // Вісник Харк. держ. акад. культури : збірник наукових праць. — Х. : ХДАК, 2010. — Вип. 29. — С. 144—152.

94. Біличенко О. Л. Особливості існування художньої літератури в інформаційному просторі сучасності / О. Л. Біличенко // Вісник Книжкової палати. — 2010. — № 2. — С. 34—37.

95. Біличенко О. Л. Системний підхід до вивчення текстів художньої літератури в соціокомунікативістиці / О. Л. Біличенко // Психолінгвістика : збірник наукових праць. — Переяслав-Хмельницький : ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Г. Сковороди”, 2010. — Вип. 6. — С. 161—165.

96. Біличенко О. Л. Соціальна реальність як необхідний елемент комунікаційного процесу в системі “література” [Електронний ресурс] / О. Л. Біличенко // Познавательный. — 2013. — № 8. — URL : http://познавательный. рф/all/soc-alna-realn-st-jak-neobh-dnii-element-komun-kac-inogo-procesu-v-sistem. html (дата звернення: 21.10.2014). — Назва з екрана.

97. Біличенко О. Л. Соціальне функціонування масової літератури в загальній системі текстів / О. Л. Біличенко // Вісник Книжкової палати. — 2012. — № 11. — С. 45—49.

98. Біличенко О. Л. Теоретичні основи дослідження концепту “художня література” в системі соціокомунікаційного знання / О. Л. Біличенко // Вісник Харк. держ. акад. культури : збірник наукових праць. — Х. : ХДАК, 2011. — Вип. 33. — С. 172—179.

99. Біличенко О. Л. Художня література в подоланні культурно-інформаційної нерівності в добу постмодернізму (соціально-комунікаційний аспект) / О. Л. Біличенко // Вісник Харк. держ. акад. культури : збірник наукових праць. — Х. : ХДАК, 2011. — Вип. 34. — С. 257—264.

100. Богуславський О. В. «Чи були українські націоналісти фашистами?»: аналіз і критика тоталітарних ідеологій на сторінках «Розбудови Нації» / О. В. Богуславський // Вісник Запорізького осередку вивчення української діаспори. — Запоріжжя, 2007. — Вип. 5. — С. 121—137.

101. Богуславський О. В. В сутінках еміграційних інтриг: нелегальний часопис «Український Революціонер» (1926—1929) / О. В. Богуславський // Держава і регіони. — 2006. — Ч. 4. — С. 69—72.

102. Богуславський О. В. Громадська ініціатива в питаннях консолідації української політичної еміграції на сторінках паризького часопису «Тризуб» / О.

В. Богуславський // Збірник праць Наук.-дослідн. центру періодики. — Львів, 2007. — Вип. 15. — С. 195—211.

103. Богуславський О. В. Дискусія про роль політичного проводу й інтелігенції для української еміграції на сторінках віденського тижневика «Воля» (1919—1921) / О. В. Богуславський // Журналістика : наук. зб. / за ред. Н. М. Сидоренко. — 2005. — Вип. 4 (29). — С. 140—146.

104. Богуславський О. В. Діяльність Союзу українських журналістів та письменників у Відні (1919—1922 рр.) на тлі національно-культурної праці української еміграції / О. В. Богуславський // Образ. — 2007. — Вип. 8. — С. 84—91.

105. Богуславський О. В. Дороговкази і манівці: пошук національної ідеї в еміграційній політичній публіцистиці М. Грушевського / О. В. Богуславський // Збірник праць Наук.-дослідн. центру періодики. — Львів, 2005. — Вип. 13. — С. 548—559.

106. Богуславський О. В. Еміграційна публіцистика Михайла Грушевського: між пошуком національної ідеї і партійною ідеологією / О. В.Богуславський // Журналістика : наук. зб. — 2006. — Вип. 5 (30). — С. 108—115.

107. Богуславський О. В. Журнал «Голос комбатанта» як орган Об'єднання бувших вояків-українців в Америці (ОбВУА) / О. В. Богуславський // Збірник праць Наук.-дослідн. центру періодики. — Львів, 2003. — Вип. 10. — С. 138—142.

108. Богуславський О. В. Журналістикознавчі аспекти діяльності української політичної еміграції в Європі між двома світовими війнами: до історіографії питання / О. В. Богуславський // Держава і регіони. Секція : Гуманітарні науки. — 2006. — Ч. 2. — С. 110—116.

109. Богуславський О. В. Завдання державницької пропаганди і контрпропаганди в публікаціях української еміграції в країнах Європи (1920—1930 рр.) / О. В. Богуславський // Держава і регіони. — 2007 — Ч. 1. — С. 61—73.

110. Богуславський О. В. Завдання політичної пропаганди та публіцистики в творчій спадщині О. Назарука та В. Липинського / О. В. Богуславський // Журналістика : наук. зб. / за ред. Н. М. Сидоренко. — 2007. — Вип. 6 (31). — С. 137—145.

111. Богуславський О. В. Завдання української військово-політичної еміграції в світлі публіцистики С. Петлюри / О. В. Богуславський // Держава і регіони. Секція : Гуманітарні науки. — 2006. — Ч. 1. — С. 69—73.

112. Богуславський О. В. Завдання української молоді в світлі публікацій «уенерівської» еміграційної преси міжвоєнного періоду 1919—1939 рр. / О. В. Богуславський // Збірник праць Наук.-дослідн. центру періодики. — Львів, 2006. — Вип. 14. — С. 213—219.

113. Богуславський О. В. Критика ідей монархізму в публіцистиці української міжвоєнної еміграції в Європі / О. В.Богуславський // Мандрівець. — 2007. — Ч. 4. — С. 11—18.

114. Богуславський О. В. Критика фашизму і націонал-соціалізму на сторінках друкованого органу Організації українських націоналістів «Розбудова Нації» / О. В. Богуславський // Держава і регіони. Секція : «Гуманітарні науки». — 2006. — Ч. 3. — С. 104—109.

115. Богуславський О. В. Національне питання в контексті національно-патріотичної дискусії на сторінках європейської петлюрівської преси 20-30 рр. / О. В. Богуславський // Вісник Запорізького нац. ун-у : зб. наук. статей. Філолог. науки. — 2007. — Ч. 1. — С. 16—28.

116. Богуславський О. В. Петлюрівщина як політичний феномен: полеміка на сторінках української еміграційної «лівої» преси / О. В. Богуславський // Наукові записки Інституту журналістики. — 2007. — Вип. 26. — С. 164—170.

117. Богуславський О. В. Погляд на українську інтелігенцію в публіцистичній спадщині В. Липинського / О. В. Богуславський // Журналістыка—2007. Матэрыялы 9-й Мыжнар. наук.-практ. конференц. — Мінск, 2007. — Вып. 9. — С. 159—161.

118. Богуславський О. В. Преса міжвоєнної української еміграції в Європі 1919-1939 рр.: національно-патріотична дискусія : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Олег Вікторович Богуславський . — Київ, 2008 . — 38 с.

119. Богуславський О. В. Преса міжвоєнної української еміграції в Європі 1919-1939 рр.: національно-патріотична дискусія [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Олег Вікторович Богуславський . — Київ, 2008 . — 409 с.

120. Богуславський О. В. Преса міжвоєнної української еміграції і боротьба за незалежність України : історичний шлях, досвід, дискусії : монографія / О. В. Богуславський. — Запоріжжя : «Просвіта», 2008. — 452 с.

121. Богуславський О. В. Роль політичної еліти та інтелігенції в житті української еміграції (за матеріалами віденського тижневика «Воля» (1919—1921) / О. В.Богуславський // Вісник Львівського університету : Серія : журналістика. — 2005. — Вип. 26. — С. 9—14.

122. Богуславський О. В. Українська військово-політична еміграція в світлі публіцистики С. Петлюри / О. В. Богуславський // Вісник Запорізького осередку вивчення української діаспори. — Запоріжжя, 2007. — Вип. 6. — С. 197—208.

123. Богуславський О. В. Українська військово-політична еміграція у світлі публіцистики Симона Петлюри / О. В. Богуславський // Журналістика : наук. зб. / за ред. Н. М. Сидоренко. — 2008. — Вип. 7 (32). — С. 115—123.

124. Богуславський О. В. Українська інтелігенція в публіцистичній оцінці В. Липинського / О. В. Богуславський // Українська журналістика : умови формування та перспективи розвитку : зб. наук. пр. — Черкаси : МОН України. Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького, 2007. — С. 370—374.

125. Бугайова О.І. Соціальна реклама як особливий жанр / О. І. Бугайова // Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство. — 2013. — Вип. 1. — С. 123—128.

126. Буряк В. Д. Фольклорне, художнє та публіцистичне мислення у контексті інтелектуально-образної еволюції (Форми і методи вираження інформації у творчій свідомості етносу) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.01.07; 10.01.08 / Володимир Дмитрович Буряк. — Київ, 2003. — 30 с.

127. Бутиріна М. В. Автостереотипи українського етносу на шпальтах загальнонаціональної преси: особливості формування / М. В. Бутиріна // Українська періодика : доп. та повідомл. десятої Всеукр. наук.-теор. конф. історія і сучасність / НАН України. ЛННБУ ім. В. Стефаника. Відділення „НДЦ періодики” ; за ред. М.М. Романюка. — Львів, 2008. — С. 524—532.

128. Бутиріна М. В. Вивчення стереотипів масової свідомості як актуальний напрям медіадосліджень / М. В. Бутиріна // Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку : збірник наук. праць — Черкаси, 2007. — С. 310—316.

129. Бутиріна М. В. Вплив етнорелігійних стереотипів на процеси міжнаціонального порозуміння (за матеріалами українських та російських ЗМК) / М. В. Бутиріна // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2007. — Т.28. — С. 63—68.

130. Бутиріна М. В. До питання вивчення генетичних витоків стереотипів масової свідомості / М. В. Бутиріна // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2007. — Т.27. — С. 37—41.

131. Бутиріна М. В. До питання дослідження впливу ЗМК на стереотипи масової свідомості / М. В. Бутиріна // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2006. — Т. 25. — С. 40—44.

132. Бутиріна М. В. Ефективність мас-медіа в контексті теорії стереотипів// Ученые записки Таврического национального университета : Филология. Социальная коммуникация. — Симферополь, 2008. — Том № 21(60). № 1. — С. 262—268.

133. Бутиріна М. В. Комунікаційний аналіз процесів стереотипізації у мас-медіа/ М. В. Бутиріна // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2008. — Т. 31. — С. 31—36.

134. Бутиріна М. В. Комунікаційний підхід до вивчення стереотипів масової свідомості / М. В. Бутиріна // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2008. — Вип. 7. — С. 41—49.

135. Бутиріна М. В. Мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Марія Валеріївна Бутиріна . — Київ, 2009 . — 30 с.

136. Бутиріна М. В. Мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Марія Валеріївна Бутиріна . — Київ, 2009 . — 432 с.

137. Бутиріна М. В. Мас-медійні стереотипи у світлі теорії категоризації / М. В. Бутиріна // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія : Журналістика. — К., 2008. — Вип. 16. — С. 19—22.

138. Бутиріна М. В. Масова свідомість як категорія метатеорії масової комунікації/ М. В. Бутиріна // Культура народов Причерноморья : научн. журнал. — Симферополь, 2007. — № 101. — С. 18—22.

139. Бутиріна М. В. Методологічні проблеми вивчення стереотипів масової свідомості: медійний аспект / М. В. Бутиріна // Вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. — Ужгород, 2007. — Вип. 17. — С. 11—14.

140. Бутиріна М. В. Механізм стереотипотворення у мас-медіа / М.В.Бутиріна // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2008. — Вип 9. — С.16—20.

141. Бутиріна М. В. Особливості застосування мовних стереотипів у науковій комунікації / М. В. Бутиріна // Наукові записки : наук.-техн. збірник. — Львів, 2008. — №2(14). — С. 27—33.

142. Бутиріна М. В. Особливості теоретичного осмислення афективної складової стереотипів масової свідомості / М. В. Бутиріна // Психолінгвістика ДВНЗ „Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім.

Г.Сковороди" : науково-теоретичний збірник. — Переяслав-Хмельницький, 2008. — С. 95—103.

143. Бутиріна М. В. Особливості функціонування стереотипів у мас-медійному середовищі / М. В. Бутиріна // Вісник ДНУ : наук. журнал. Серія : Соціальні комунікації. — Дніпропетровськ : вид-во Дніпр. ун-ту, 2008. — Т. 16. № 12. — С. 15—22.

144. Бутиріна М. В. Процеси руйнації стереотипів у медіасередовищі / М. В. Бутиріна // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2009. — Вип.8. — С. 129—138.

145. Бутиріна М. В. Психосемантичний підхід до вивчення стереотипів масової свідомості / М. В. Бутиріна // Соціальні комунікації сучасного світу : науково-теорет. збірник. — Запоріжжя, 2009. — С. 230—234.

146. Бутиріна М. В. Репрезентація ланцюжку архетип-міф-стереотип у мас-медіа / М. В. Бутиріна // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія : Філологічні науки. — Кам'янець-Подільський : ПП Буйницький, 2008. — Вип. 17. — С. 209—213.

147. Бутиріна М. В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі / М. В. Бутиріна. — Дніпропетровськ : Слово, 2009. — 368 с.

148. Бутиріна М. В. Стереотипні репрезентації образу науки у ЗМІ / М.В.Бутиріна // Вісник Луганського національ. педаг. ун-ту : наук. журнал. — філолог. науки. — Луганськ, 2008. — № 3. — С. 13—22.

149. Бутиріна М. В. Явище стереотипізації у масовій комунікації / М. В. Бутиріна // Поліграфія і видавнича справа. — Л., 2007. — № 2(46). — С.13—20.

150. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. — К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. — 238 с.

151. Василик Л. Є. Буковинска преса про зародження української національної періодики Наддніпрянщини початку XX ст. / Л. Є. Василик // Наукові записки Інституту журналістики. − Вип. 21. − 2005. − Т.21. − С. 91—95.

152. Василик Л. Є. До питання концепту в публіцистиці: історіографія і теорія / Л. Є. Василик // Образ. − 2007. − Вип. 8. − С. 35—40.

153. Василик Л. Є. Концептосфера публіцистики Івана Дзюби / Л. Є. Василик // Журналістика: Наук. збірник. − Київ, 2007. − Випуск 6 (31). − С. 100—110.

154. Василик Л. Є. Концептосфера публіцистичного дискурсу: теоретичний аспект / Л. Є. Василик // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология». − Том.19 (58). − №5. − Симферополь, 2006. − С. 14—17.

155. Василик Л. Є. Номінативний та метафоричний концепти в публіцистичному тексті / Л. Є. Василик // Вісник Харківського національного у-ту ім. В. М. Каразіна. − Серія : Філологія. − Вип. 51. − №766. − Харків : ХНУ, 2007. − С. 249—252.

156. Василик Л. Є. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності : Монографія / Л. Є. Василик. − Чернівці: Рута, 2010. − 416 с.

157. Василик Л. Є. Сучасна світоглядна публіцистика літературно-художніх видань в контексті історії української журналістики: концептосфера національної ідентичності : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Любов Євгенівна Василик . — Київ, 2010 . — 36 с.

158. Василик Л. Є. Сучасна світоглядна публіцистика літературно-художніх видань в контексті історії української журналістики: концептосфера національної ідентичності [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Любов Євгенівна Василик . — Київ, 2010 . — 473 с.

159. Василик Л.Є. Концепт Бога у публіцистиці літературно-художніх видань: пошук індивідуальної та національної ідентичності / Л. Є. Василик // Наукові записки Інституту журналістики. — 2008. — Вип. 31. − С. 6—13.

160. Василик Л.Є. Концепт пам’яті у публіцистиці літературно-художніх видань / Л. Є. Василик // Наукові записки Інституту журналістики. — 2009. — Вип. 35. — С. 65—69.

161. Василик Л.Є. Концепт свободи у публіцистиці опору 1960-80-х рр. XX ст. / Л. Є. Василик // Образ. − Вип. 9. — Київ, 2008. — С. 58—67.

162. Василик Л.Є. Концепт Україна в публіцистиці «Сучасності» (1991-2007): еміграційно-діаспорний субтекст / Л. Є. Василик // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору : Зб. наук. праць. — Тернопіль-Львів : ЛА «Піра-міда», 2008. — Т.1. — С. 151—155.

163. Василик Л.Є. Концепти *Україна* та *свобода* в реалізації національної ідеї: історико-отологічний аспект / Л. Є. Василик // Наукові записки інституту журналістики. — 2007. − Вип. 26. — С. 184—189.

164. Василик Л.Є. Концептосфера національної ідентичності у публіцистиці сучасних літературно-художніх видань / Л. Є. Василик // Теле- та радіожурналістика. — 2010. — Вип. 9. — С. 16—21.

165. Василик Л.Є. Концептуальна публіцистика як виразник національної ідентичності / Л. Є. Василик // Журналістика. − 2010. − Вип. 9 (34). − С. 41—49.

166. Василик Л.Є. Концептуально-філософські параметри України як Дому у публіцистиці літературних видань другої пол. XX − поч. XXI ст. / Л. Є. Василик // Мандрівець. — 2008. − №1 (72). — С.51—54.

167. Василик Л.Є. Публіцистика літературно-художніх видань у формуванні національної ідентичності: модус концепту України як національного Дому / Л. Є. Василик // Наукові записки Інституту журналістики. — 2008. − Вип. 33. — С. 15—21.

168. Вербовий Р. М. Композиційно-графічна модель українського молодіжного журналу : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.05 / Руслан Миколайович Вербовий . — Київ, 2013 . — 20 с.

169. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и public relations. Программы-консультанты / И. Л. Викентьев. — СПб. : «Бизнес-Пресса», 2007. — 406 с.

170. Владимиров В.М. Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння : монографія / В. М. Владимиров. — К. : 2003. — 282 с.

171. Володченко О. М. Технології побудови іміджу України як туристичної країни : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Ольга Миколаївна Володченко . — Київ : 2012 . — 19 с.

172. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Бібліотечно-інформаційна сфера України в контексті соціальних трансформацій кінця XX ст. — 10-х років XXI ст.: концепції стратегічного розвитку, динаміка змін, перспективи : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Олена Вікторівна Воскобойнікова-Гузєва . — Київ, 2015. — 36 с.

173. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Бібліотечно-інформаційна сфера України в контексті соціальних трансформацій кінця XX ст. — 10-х років XXI ст.: концепції стратегічного розвитку, динаміка змін, перспективи [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Олена Вікторівна Воскобойнікова-Гузєва . — Київ, 2015. — 466 с.

174. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Визначальні світові стратегії для розвитку інформаційно-бібліотечного комплексу (кінець XX — початок XXI ст.) / О. В. Воскобойнікова-Гузєва // Вісн. Кн. палати. — 2012. — № 9. — С. 17—22.

175. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Модернізаційні моделі розвитку бібліотечно-інформаційних установ в період глобалізації: визначення базових складових / О. В. Воскобойнікова-Гузєва // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. — К., 2012. — Вип. 33. — С. 7—30.

176. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Стратегії розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України: генезис, концепції, модернізація : монографія / О. В. Воскобойнікова-Гузєва ; наук. ред. Г. І. Ковальчук ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. — К. : Академперіодика, 2014. — 362 с.

177. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Бібліотекознавча думка в контексті європейського історико-культурного розвитку XVIII — початку XX ст. / О. В. Воскобойнікова-Гузєва // Рукописна і книжкова спадщина України. — К., 2007. — Вип. 12. — С.135—141.

178. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Бібліотечно-інформаційна діяльність: системний підхід / О. В. Воскобойнікова-Гузєва // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2011. – Вип. 29 : Управління бібліотечно-інформаційною діяльністю наукової бібліотеки. — С. 5–13.

179. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Вироблення консолідованої стратегії розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України — вимога сучасності / О. В. Воскобойнікова-Гузєва // Вісн. Харк. держ. акад. культури. — Х., 2012. — Вип. 38. — С. 214—223.

180. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Наукова бібліотека XXI століття в європейському соціокультурному вимірі / О. В. Воскобойнікова-Гузєва // Бібл. вісн. — 2008. — № 6. — С. 33—36.

181. Гавра Д. П. Социально коммуникативные технологии: сущность, структура, функции / Д. П. Гавра // Петербургская школа PR: от теории к практике: сб. статей — Санкт-Петербург, «Роза мира». — 2003. — Вып. 1. — С. 28—46.

182. Гаврилець Ю. Д. Короткотривалі медіаефекти в молодіжних студентських групах (на матеріалі теленовин) : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Юрій Дмитрович Гаврилець . — Київ, 2013 . — 16 с.

183. Горбунова В.В. Експериментальна психологія в схемах і таблицях : навч. посібник / В. В. Горбунова. — К. : «ВД «Професіонал», 2007. — 208 с.

184. Городенко Л. Авторське право в мережевих комунікаціях / Леся Городенко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Т. 39. — С. 57—59.

185. Городенко Л. Глобальність: ознака мережевої комунікації / / Леся Городенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — № 2. — 2011. — С. 4—8.

186. Городенко Л. Городенко Л. Особливості процесів редагування у мережевій комунікації / Леся Городенко // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В.

В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2010. — №11. — С. 17—25.

187. Городенко Л. Етика у мережевих комунікаціях / Леся Городенко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 42. — С. 38—41.

188. Городенко Л. Засоби мережевої комунікації: текстуалізація / Леся Городенко // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2011. — №12. — С. 6—12.

189. Городенко Л. Інтернет як середовище інформаційного споживання / Леся Городенко // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2011. — Вип. 12. — С. 15—21.

190. Городенко Л. Класифікація ознак мережевої комунікації / Леся Городенко // Інформаційне суспільство. — К. : Ін-т журн., 2012. — №15. — С. 25—29.

191. Городенко Л. Концепція викладання фахових дисциплін «Електронні видання» та «Інтернет-журналістика» / Леся Городенко // Українське журналістикознавство. — К. : Ін-т журн., 2010. — Вип. 11. — С. 13—18.

192. Городенко Л. М. Мережева комунікація: теорії, моделі, технології : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Леся Михайлівна Городенко . — Київ, 2012 . — 31 с.

193. Городенко Л. М. Мережева комунікація: теорії, моделі, технології [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Леся Михайлівна Городенко . — Київ, 2012 . — 442 с.

194. Городенко Л. Мережева комунікація в інформаційно-комунікаційній структурі соціальних комунікацій / Леся Городенко // Системні інформаційно-аналітичні технології в соціальних комунікаціях : Колективна монографія / за ред. О. Холода. — К. : КиМУ, 2012. — С. 18—56.

195. Городенко Л. Мережеве суспільство і мережеві комунікації / Леся Городенко // Інформаційне суспільство. — К. : Ін-т журн., 2011. — №14. — С. 55—58.

196. Городенко Л. Мережеві комунікації в ідеології постмодернізму / Леся Городенко // Інформаційне суспільство. — К. : Ін-т журн., 2011. — №13. — С. 52—55.

197. Городенко Л. Мережеві комунікації у структурі соціальних комунікацій / Леся Городенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — № 2. — 2011. — С. 15—19.

198. Городенко Л. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси : монографія / Леся Городенко. — К. : Академія Української Преси, 2010. — 387 с.

199. Городенко Л. Новітні медіа: термінологічно-когнітивний дискурс / Леся Городенко // Українське журналістикознавство. — К. : Ін-т журн., 2011. — Вип. 12. — С. 36—40.

200. Городенко Л. Позитиви та негативи соціалізації мережевих комунікацій / Леся Городенко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 44. — С. 13—16.

201. Городенко Л. Правові взаємини електронних видань та держави / Леся Городенко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2005. — Т. 20. — С. 11—17.

202. Городенко Л. Структурні зв’язки мережевих видань і традиційних ЗМІ / Леся Городенко // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2011. — Вип. 13 — С. 194—203.

203. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації : монографія / Л. Городенко. — К. : Академія Української Преси, 2010. — 172 с.

204. Городенко Л. Термінологічний дискурс мережевих комунікаційних ресурсів / Леся Городенко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Т. 41. — С. 53—57.

205. Городенко Л. Типологія Інтернет-видань / Леся Городенко // Друкарство. — 2004. — № 5. — С. 25—28.

206. Городенко Л. Характерні ознаки мережевих видань / Леся Городенко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 45. — С. 79—84.

207. Городенко Л. Цифрова реальність мережевих комунікацій / Леся Городенко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 43. — С. 59—63.

208. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні : монографія / В. В. Гоян. — К. : Київський університет, 2011. — 319 с.

209. Гоян В. В. Телебачення як вид журналістської творчості: візуально-вербальні компоненти екранної комунікації : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Віта Володимирівна Гоян . — Київ, 2012 . — 36 с.

210. Гоян В. В. Телебачення як вид журналістської творчості: візуально-вербальні компоненти екранної комунікації [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Віта Володимирівна Гоян . — Київ, 2012 . — 444 с.

211. Гоян В. Відкриті вікна SVT, або короткі нотатки про телебачення Швеції / Віта Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2002. — Т. 9. — С. 159—162.

212. Гоян В. Візуальний образ міжнародного телеканалу «Німецька хвиля» / Віта Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2004. — Т. 14. — С.65—68.

213. Гоян В. Еволюція репортажної тележурналістики / Віта Гоян // Держава і регіони. — Запоріжжя: ВК КПУ, 2010. — № 2. — С. 122—126. — Сер. : Соціальні комунікації.

214. Гоян В. Екранність телевізійної мови як приклад пропорційної взаємодії візуально-вербальних образів телекомунікації / Віта Гоян // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2007. — С. 24—33.

215. Гоян В. Журналістське розуміння візуальної сутності телебачення: теоретико-методичні аспекти (на прикладі викладання спецкурсу «Кольористика та зображальна естетика телевізійних програм: світовий досвід» / Віта Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2004. — Т. 16. — С. 44—47.

216. Гоян В. Зображальна естетика сучасного телебачення: кілька штрихів до іспанської телепубліцистики / Віта Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2002. — Т. 7. — С.145—147.

217. Гоян В. Кольористика і зображальна естетика телевізійної інформаційної програми / Віта Гоян // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. — К. : Київський університет, 2000. — С. 80—87. — Сер. : Журналістика.

218. Гоян В. Комунікативна ситуація: телеперсонаж — телеглядач (ефект творчої взаємодії) / Віта Гоян // Культура народов Причерноморья : научн. журнал — Симферополь, 2007. — № 101. — С. 27—31.

219. Гоян В. Мова телебачення: синтетична природа та специфіка образотворення / Віта Гоян // Нова філологія : — зб. наук. пр. — Запоріжжя : ЗНУ, 2008. — № 30. — С. 188—194.

220. Гоян В. Мова телевізійної комунікації як особливе явище медіакультури / Віта Гоян // Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку : — зб. наук. пр. / МОН України ; Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. — Черкаси, 2007. — С. 162—165.

221. Гоян В. Психологічні аспекти сприймання глядачем екранного персонажу в аудіовізуальній комунікації / Віта Гоян // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка.— К. : Київський університет, 2008. — Вип. 16. — С. 38—42. — Сер. : Журналістика.

222. Гоян В. Телевізійна (екранна) комунікація крізь призму спеціалізованих видань 80-х років XX століття / Віта Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2009. — Т. 37. — С. 51 — 57.

223. Гоян В. Телевізійна комунікація як складова масової комунікації у світлі медіадосліджень / Віта Гоян // Українське журналістикознавство. — К. : Ін-т журналістики, 2006. — Вип. 7. — С. 39—45.

224. Гоян В. Телевізійний ведучий міжнародного телеканалу: стиль, образ, типаж / Віта Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2005. — Т. 19. — С. 43—46.

225. Гоян В. Телерепортер як професія: творчо-виробничі аспекти сучасної репортажної тележурналістики / Віта Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2008. — Т. 30. — С. 57—63.

226. Гоян В. Термін «телебачення» в контексті теорії тележурналістики / Віта Гоян // Вісн. Луганського нац. педагогічного ун-ту ім. Тараса Шевченка. — Луганськ : Альма-матер, 2007. — С. 112—117. — Сер. : Філологічні науки.

227. Гоян В. Термінологічні концепти телебачення в сучасній теорії журналістики: роздуми й коментарі / Віта Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2006. — Т. 25. — С. 179—183.

228. Гоян В. Традиції національної журналістики / Віта Гоян // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2007. — Т. 26. — С. 67—71.

229. Гоян О. Я. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоефірі : монографія / О. Я. Гоян. — Київ, 2005. — 320 с.

230. Гранчак Т. Бібліотека і політична комунікація : монографія / Тетяна Гранчак ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського ; наук. ред. Л. А. Дубровіна. — К., 2012. — 481 с.

231. Гранчак Т. Взаємодія бібліотек з владними структурами у сфері політичної комунікації / Тетяна Гранчак // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. — Київ, 2011. — Вип. 32. — С. 36—55.

232. Гранчак Т. Місце і роль інформаційно-аналітичних структур у системі політичної комунікації / Тетяна Гранчак // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. — Київ, 2010. — Вип. 26. — С. 29—44.

233. Гранчак Т. Сучасні підходи до вивчення бібліотеки як соціального інституту / Тетяна Гранчак // Бібліотечний вісник. — 2012. — № 5. — С. 20—26.

234. Гранчак Т. Формування бібліотечної традиції в системі політичної комунікації / Тетяна Гранчак // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. — Київ, 2012. — Вип. 33. — С. 179—189.

235. Гранчак Т. Ю. Бібліотека в системі політичної комунікації : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Тетяна Юріївна Гранчак . — Київ, 2012 . — 35 с.

236. Гранчак Т. Ю. Бібліотека в системі політичної комунікації [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Тетяна Юріївна Гранчак . — Київ, 2012 . — 439 с.

237. Гримич М. Традиційний світогляд та етнопсихологічні константи українців / Марина Гримич. — К .: ВІПОЛ, 2000. — 380 с.

238. Гриценко О. Основи теорії журналістської діяльності / О. Гриценко, Г. Кривошея, В. Шкляр — К. : ВПЦ «Київський університет», 2000. — 227 с.

239. Грицюта Н. Американська школа реклами XX ст. та її етичні пріоритети / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2009— Т. 36. — С.130—139.

240. Грицюта Н. Архетипна символіка як етичний концепт формування сучасних брендів / Наталія Грицюта // Інформаційне суспільство. — К., 2010, — В. 12. — С. 20—27.

241. Грицюта Н. Етичний погляд на PUFF-рекламу у професійній практиці США / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2009. — Т. 35. — С.170—176.

242. Грицюта Н. Етичні девіації прихованої реклами у новинному телепросторі України / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Т.39. — С. 74—82.

243. Грицюта Н. Етичні засади нейромаркетингових технологій рекламування тютюнової індустрії в Україні / Наталія Грицюта // Вісник

Харківської державної академії культури: збірник наукових праць. — Вип. 35, Харків, 2012. — С. 195—205.

244. Грицюта Н. Етичні проблеми психологічної безпеки реклами / Наталія Грицюта // Інформаційне суспільство. — Київ, 2009. — Вип. 9. — С. 34—40.

245. Грицюта Н. Етичні регулятиви соціальної реклами в країнах ЄС / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Т. 40. — С. 6—14.

246. Грицюта Н. Етнокультурні архетипи як етична парадигма сучасних рекламних комунікацій / Наталія Грицюта // Інформаційне суспільство. — К., 2011. — Вип. 13. — С. 30—35.

247. Грицюта Н. Компаративний аналіз концепту «прихована реклама» у законодавстві країн СНД і Балтії / Наталія Грицюта // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2011. — С.108—116.

248. Грицюта Н. М. Рекламна етика: принципи, чинники, реалії, тенденції : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.01 / Наталія Миколаївна Грицюта. — Київ, 2013 . — 36 с.

249. Грицюта Н. М. Рекламна етика: принципи, чинники, реалії, тенденції [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.01 / Наталія Миколаївна Грицюта . — Київ, 2013 . — 390 с.

250. Грицюта Н. Морально-етичні дисонанси порівняльної реклами як вияв маркетингової конкуренції / Наталія Грицюта // Інформаційне суспільство. — К., 2009. — Вип. 10. — С.37—44.

251. Грицюта Н. Наукове вивчення етичних аспектів рекламної комунікації / Наталія Грицюта Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 4. — С.145—150.

252. Грицюта Н. Оманлива реклама: історико-соціальний феномен порушення професійної етики та суспільної моралі / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2008. — Т. 31. — С. 37—44.

253. Грицюта Н. Правовий режим реклами як об’єкта професійної етики в країнах СНД і Балтії / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Т. 41. — С. 164—171.

254. Грицюта Н. Практика розробки й запровадження етичних принципів і професійних стандартів рекламної діяльності у Франції / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 44. — С.42—50.

255. Грицюта Н. Проблеми мовної етики реклами / Наталія Грицюта // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2010. — Вип. 11. — С.82—96.

256. Грицюта Н. Провокативність порівняльної реклами у контексті етичних проблем маркетингової конкуренції (історико-типологічний аспект) / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2009. — Т. 37. — С. 57—65.

257. Грицюта Н. Рекламна комунікація як етико-естетичний чинник формування національної ідеї України (в умовах промоції Євро 2012) / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 45. — С. 122—130.

258. Грицюта Н. Розвиток етико-правових основ захисту від недобросовісної реклами в Україні у контексті закордонної практики / Наталія Грицюта // Інформаційне суспільство. − Вип. 8, Київ, 2008. — С. 37—42.

259. Грицюта Н. Соціальна відповідальність реклами: етичний аспект / Наталія Грицюта // Інформаційне суспільство. — К., 2007. — Вип. 6. — С.38—44.

260. Грицюта Н. Спонсоринг на українському телебаченні: етичні вади та проблеми / Наталія Грицюта // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2012. — Т. 46. — С. 60—68.

261. Грицюта Наталія. Етика реклами як естимаційний орієнтир сучасного суспільства : монографія / Наталія Миколаївна Грицюта. — К. : Ін-т журналістики. —2012. — 416 с.

262. Гузенко Т. А. Інформаційні ресурси місцевого самоврядування як інструмент формування екологічної свідомості : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Тетяна Андріївна Гузенко . — Запоріжжя, 2013 . — 20 с.

263. Гусак О. П. Зовнішньокомунікаційні стратегії кризового реагування комерційної організації : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Ольга Петрівна Гусак . — Київ, 2012 . — 16 с.

264. Давидова І. О. Інноваційна політика бібліотек України: зміст та стратегії розвитку в інформаційному суспільстві : автореф. дис … д-ра наук з соціальних комунікацій: 27.00.03 / Ірина Олександрівна Давидова . — Харків, 2008 . — 50 с.

265. Давидова І. О. Інноваційна політика бібліотек України: зміст та стратегії розвитку в інформаційному суспільстві [Текст] : Дис … д-ра наук з соціальних комунікацій: 27.00.03 / Ірина Олександрівна Давидова . — Харків, 2008 . — 444 с.

266. Давидова І.О. Детермінанти життєздатності бібліотек в умовах інформаційного ринку / І.О. Давидова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2003. — Вип. 11. — С. 94—101.

267. Давидова І.О. На шляху до електронної бібліотеки: правові аспекти / І.О. Давидова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2001. — Вип. 6. — С. 167—178.

268. Давидова І.О. Ринкова трансформація інформаційної діяльності в Україні / І.О. Давидова // Вісн. Кн. палати. — 2001. — №8. — С. 21—25.

269. Давидова І.О. Управління інформацією — інноваційність фахової свідомості / І.О. Давидова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2000. — Вип. 3. — С. 156—162.

270. Давидова І.О. Автоматизоване бібліотечне виробництво: комплексна організаційно-технологічна підготовка / І.О. Давидова // Вісн. Кн. палати. — 2005. — № 8. — С. 24—27.

271. Давидова І.О. Бібліотечне виробництво в інформаційному суспільстві : моногр. / І.О. Давидова. — Х. : ХДАК, 2005. — 295 с.

272. Давидова І.О. Бібліотечно-інформаційне виробництво: технології інтелектуалізації та гуманізації / І.О. Давидова // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2004. — №2. — С. 38—45.

273. Давидова І.О. Динаміка інноваційної політики бібліотек в умовах ринкових відносин / І.О. Давидова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2004. — Вип. 14. — С.161—169.

274. Давидова І.О. Інноваційні стратегії розвитку бібліотек / І.О. Давидова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2005. — Вип. 17.— С. 104—109.

275. Давидова І.О. Інформаційні продукти та послуги в структурі інформаційного ринку/ І.О. Давидова // Наукові праці Національної бібліотеки ім. В.І. Вернадського. Вип.6. — К. : НБУВ, 2001. — С. 404—414.

276. Давидова І.О. Культурологія і соціальні комунікації — нові галузі наукових досліджень в Україні / І.О. Давидова, М.В. Дяченко, В. О. Ільганаєва, Н.М. Кушнаренко, В.М. Шейко та ін. // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2007. — Вип. 19.— С. 204—215.

277. Давидова І.О. Методологічні засади формування інноваційного механізму управління бібліотекою як провідною соціально-комунікаційною установою суспільства / І.О. Давидова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2007. — Вип. 21. — С. 113—119.

278. Давидова І.О. Національні інформаційні ресурси України: соціокультурні аспекти розвитку / І.О. Давидова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2004. — Вип. 12-13. — С. 178—190.

279. Давидова І.О. Перспективи розвитку бібліотечного виробництва в ринково-орієнтованому суспільстві знань / І.О. Давидова // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2005. — №1. — С. 30—37.

280. Давидова І.О. Ринкова стратегія бібліотек з позицій інформаційного менеджменту / І.О. Давидова // Бібл. вісник. — 2001. — №5. — С. 10—12.

281. Давидова І.О. Сучасна бібліотека як система виробництва інформаційних продуктів та послуг / І.О. Давидова // Вісн. Кн. палати. — 2005. — № 4. — С.18—20.

282. Демченко С. В. “Глобальне село” під натиском “третьої хвилі” (сучасні західні концепції інформаційного суспільства) / С. В. Демченко // Держава та регіони. Наук.-виробничий журнал. Серія: гуманітарні науки. Гуманітарний університет “Запорізький інститут державного та муніципального управління”. — Запоріжжя, 2004. — №1. — С. 114—117.

283. Демченко С. В. Мас-медіа і глобалізація: націоглобалізація / С. В. Демченко // Науковий вісник Ужгородського університету. — Серія : Філологія. — Вип. 17. — Ужгород, 2007. — С. 20—22.

284. Демченко С. В. Масова комунікація у процесі розбудови громадянського суспільства: історія, теорія, українські реалії : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Сергій Володимирович Демченко . — Київ, 2011 . — 34 с.

285. Демченко С. В. Масова комунікація у процесі розбудови громадянського суспільства: історія, теорія, українські реалії [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Сергій Володимирович Демченко . — Київ, 2011 . — 430 с.

286. Демченко С. В. Масова комунікація як чинник формування громадянського суспільства в незалежній Україні (глобальне і національне) : монографія / С. В. Демченко. — Дніпропетровськ : Вид-во Маковецький, 2009. — 368 с.

287. Демченко С. В. Еволюція соціальної функції журналіста та журналістики в Інтернеті / С. В. Демченко // Зб. праць наук.-дослід. Центру періодики. – Львів : Наукова б-ка ім. В. Стефаника НАН України, 2009. — Вип. 1(17). — С. 340—346.

288. Демченко С. В. Масовокомунікаційна діяльність у сучасній Україні (теоретичний аспект) / С. В. Демченко // Вісник Харківського національного

університету ім. В. Н. Каразіна. — Серія : Філологія. - № 766. — Вип. 51. — Харків, 2007. — С. 194—196.

289. Демченко С. В. Медіа і суверенітет (до питання про вплив глобальної інформаційної революції на статус державної влади) / С. В. Демченко // Поліграфія і видавнича справа. Науково-технічний збірник. — Вип. 2(48). — Львів : Українська академія друкарства, 2008. — С. 52—56.

290. Демченко С. В. Нові корпоративні стратегії комунікації в сучасній Україні / С. В. Демченко // Культура народов Причерноморья. Науч. журнал. — № 91. — Симферополь, 2006. — С. 46—48.

291. Демченко С. В. Структура та особливості функціонування медіа-політичної системи в Україні / С. В. Демченко // Вісник Дніпропетровського університету. — Серія : Літературознавство. Журналістика. — Дніпропетровсь к: Вид-во ДНУ, 2005. — №4. — С. 15—20.

292. Дженжебір О. М. Структурно-функціональна характеристика медіасередовища міст-супутників Києва : автореф. дис… канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Ольга Миколаївна Дженжебір . — Київ, 2015 . — 16 с.

293. Дзюба Т. А. Його духовні палестини. До проблеми національної ідентичності у публіцистиці М. Драгоманова / Т. А. Дзюба // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. праць. — Львів, 2010. — Вип. 9. — Ч. 2. — С. 44—52.

294. Дзюба Т. А. Конструктивістські підходи як стратегія дослідження національної ідентичності у публіцистичному дискурсі / Т. А. Дзюба // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. праць. — Львів, 2011. — Вип. 10. — С. 3—8.

295. Дзюба Т. А. Концепція національної ідентичності у публіцистиці М. Драгоманова / Т. А. Дзюба // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2010. — Т. 40. — С. 123—128.

296. Дзюба Т. А. Літературні альманахи 1900-х у видавничо-публіцистичній біографії М. Коцюбинського / Т. А. Дзюба // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2010. — Т. 39. — С. 114—118.

297. Дзюба Т. А. Постколоніальні теорії як методологічний прийом у вивченні медійних проекцій національної ідентичності / Т. А. Дзюба // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2011. — №12. — С. 148—153.

298. Дзюба Т. А. Публіцистика другої половини XIX — першої третини XX ст.: модель національної ідентичності : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.04 / Тетяна Анатоліївна Дзюба . — Київ, 2014 . — 39 с.

299. Дзюба Т. А. Публіцистика другої половини XIX — першої третини XX ст.: модель національної ідентичності [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.04 / Тетяна Анатоліївна Дзюба . — Київ, 2014 . — 456 с.

300. Дзюба Т. А. Публіцистика початку XX ст. як соціокультурний фактор формування національної ідентичності / Т. А. Дзюба // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2010. — Т. 41. — С. 20—24.

301. Дзюба Т. А. Специфіка становлення ідентифікаційної моделі українства в публіцистиці першої половини XIX ст. / Т. А. Дзюба // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2010. — №11. — С. 179—185.

302. Дзюба Т. А. Спрага народу і спрага Вітчизни. Публіцистика другої половини XIX — першої третини XX ст.: модель національної ідентичності : моногр. / Т. А. Дзюба. — Чернігів : Видавець Лозовий В. М., 2012. — 368 с.

303. Дзюба Т. А. Українська людина у дзеркалі публіцистики (До проблеми етнічного типу в контексті дискурсу про українську ідентичність) / Т. А. Дзюба // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. —. 2011. — № 1. — С. 9—13.

304. Добко Т. В. Вплив Інтернету на довідково-бібліографічну діяльність: зарубіжний досвід і українська перспектива / Т. В. Добко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. — К., 2013. — Вип. 35. — С. 24—38.

305. Добко Т. В. Довідково-бібліографічна діяльність бібліотек НАН України: трансформація змісту, форм і методів під впливом зміни інформаційно-

комунікаційного середовища (XX ст. — перше десятиліття XXI ст.) : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Тетяна Василівна Добко . — Київ, 2013 . — 33 с.

306. Добко Т. В. Довідково-бібліографічна діяльність бібліотек НАН України: трансформація змісту, форм і методів під впливом зміни інформаційно-комунікаційного середовища (XX ст. — перше десятиліття XXI ст.) [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Тетяна Василівна Добко . — Київ, 2013 . — 498 с.

307. Добко Т. В. Забезпечення інформаційних запитів користувачів довідково-бібліографічними ресурсами / Т. В. Добко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. — 2009. — Вип. 25. — С. 67—75.

308. Добко Т. В. Тенденції розвитку довідково-бібліографічного обслуговування / Т. В. Добко // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. — К., 2000. — Вип. 5. — С. 128—136.

309. Добко Т. Довідково-бібліографічна діяльність наукових бібліотек Національної академії наук України: становлення та розвиток (XX ст. — перше десятиліття XXI ст.) / Тетяна Добко ; відп. ред. О. С. Онищенко ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. — К., 2013. — 376 с.

310. Добко Т. Довідково-бібліографічне обслуговування в електронному середовищі: віртуальне чи реальне / Тетяна Добко // Бібл. вісн. — 2011. — № 4. — С. 11—23.

311. Добко Т. Кадри довідково-бібліографічних служб у контексті вимог інформаційного суспільства / Тетяна Добко // Бібл. вісн. — 2012. — № 5. — С. 35—44.

312. Добко Т. В. До питання розвитку термінології бібліотечно-інформаційної сфери / Т. В. Добко // Вісн. Книжк. палати. — 2011. — № 8. — С. 13—17.

313. Добко Т. В. Платні довідково-бібліографічні послуги бібліотек : історія і сучасність / Тетяна Добко // Бібл. вісн. — 2013. — № 1. — С. 19—28.

314. Докторович М. О. Соціальна реклама: структура, функції, психологічний вплив / М. О. Докторович // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер. : Педагогічні науки.—2014.—Вип. 115. — С. 70—73.

315. Дридзе Т.М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии / Т.М. Дридзе // Общественные науки и современность, 1996. — №3. — С. 145—152.

316. Економічна енциклопедія. Т.3. «П-Я». — Київ — Тернопіль : ВЦ «Академія», 2002. — 952 с.

317. Житарюк М. "Українська проблема" очима зарубіжної публіцистики: інтерпретаційна модель (за матеріалами щоденника "Діло") / Мар'ян Житарюк // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 2001. — Вип. .9. — С.357—384.

318. Житарюк М. Г. Українська журналістика як соціокультурна модель: генезис, домінанти у світовому інформаційному контексті : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Мар'ян Георгійович Житарюк . — Київ, 2009 . — 36 с.

319. Житарюк М. Г. Українська журналістика як соціокультурна модель: генезис, домінанти у світовому інформаційному контексті [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Мар'ян Георгійович Житарюк . — Київ, 2009 . — 408 с.

320. Житарюк М. Геополітично-культурна цілісність України як об'єктивний фактор впливу на модель журналістики / Мар'ян Житарюк // Збірник праць НДЦП. — Львів, 2007. — Вип. 15. — С. 224—232.

321. Житарюк М. Журналістика: соціокультурний адекват дійсності чи створення віртуальних реальностей? / Мар'ян Житарюк // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 2008. — Вип. 1 (16). — С.142—155.

322. Житарюк М. Моделі тексту у структурі соціокультурного моделювання журналістики: перспективні методи (аналогії і конструювання) / Мар'ян Житарюк // Журналістика. — Київ, 2007. — Вип. 6 (31). — С.63—67.

323. Житарюк М. Суспільне мовлення України в контексті соціокультурного моделювання / Мар'ян Житарюк // Інформаційне суспільство. — К., 2005/2006. — Вип.2/3. — С.62—64.

324. Житарюк М. Українська соціокультурна модель в мас-медіа / Мар'ян Житарюк // Українська журналістика в контексті світової: збірник наукових праць зі спеціальності „Теорія та історія журналістики". — К., 2008. — Вип. 2 (7). — С.42—59.

325. Житарюк М. Функціонально-прагматичний аспект журналістського тексту в системі аспектів соціально-культурних моделей журналістики / Мар'ян Житарюк // Українська журналістика в контексті світової: Збірник наукових праць зі спеціальності 27.00.04 — „Теорія та історія журналістики". — К., 2008. — Вип. 3 (8). — С.50—58.

326. Житарюк М.Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство : монографія / Мар'ян Георгійович Житарюк. — Львів, 2008. — 416 с.

327. Загороднюк В. Є. Становлення соціально-комунікаційної технології "ед'ютейнмент" та перспективи її впровадження на українському телебаченні : автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.06 / Владислава Євгенівна Загороднюк . — Київ, 2015. — 17 с.

328. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. — Львів : ПАІС, 2004. — 268 с.

329. Зелінська Н. В. Поетика приголомшеного слова: Українська наукова література XIX — початку XX ст. : монографія / Н. В. Зелінська. — Львів : «Світ», 2003. — 352 с.

330. Зражевська Н. І. Вплив масової комунікації на формування культурного дискурсу / Н. І. Зражевська // Мова і культура. — 2003. — Вип. 6, Т. 4. — С. 64—70.

331. Зражевська Н. І. Ідеологічні та ціннісні контексти медіа в теоріях комунікації / Н. І. Зражевська // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2008. — Вип. 9. — С. 5—8.

332. Зражевська Н. І. Контркультура в контексті інформаційного суспільства / Н. І. Зражевська // Вісник Луганського національного педагогічного університету ім. Т. Шевченка. — Луганськ, 2007. — № 18 (134) — С. 151—157.

333. Зражевська Н. І. Культура, ідеологія, цінності ЗМІ в контексті зарубіжної комунікативістики / Н. І. Зражевська // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору. — Збірник наукових праць. — Тернопіль-Львів : ЛА «Піраміда». — 2008. — Т. 1. — С. 6—66.

334. Зражевська Н. І. Мас-медіа і технологія «повсякдення» / Н. І. Зражевська // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2009. — Вип. 10. — С. 10—15.

335. Зражевська Н. І. Мас-медіа як транслятор і творець культурних цінностей / Н. І. Зражевська // Діалог. — 2008. — № 7. — С. 17—22.

336. Зражевська Н. І. Медіакультура як об'єкт дослідження в теорії соціальної комунікації / Н. І. Зражевська // Теле- та радіо журналістика : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Львівський національний університет ім. І. Франка. — Л., 2010. — С. 74—80.

337. Зражевська Н. І. Медіакультура як продукт взаємовпливу масової культури і масової комунікації / Н. І. Зражевська // Вісник Черкаського університету. Серія Філологічні науки : [зб. наук. пр.]. — Черкаси, 2006. — Вип. 86 — С. 222—232.

338. Зражевська Н. І. Методологія та методи дослідження медіакультури / Н. І. Зражевська // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Т. 40. — С. 93—97.

339. Зражевська Н. І. Онтологическое содержание культуры в современной парадигме гуманитарного знания / Н. І. Зражевська // Мова і культура. — К., 2002. — Вип. 5, Т. І. — С. 133—136.

340. Зражевська Н. І. Проблеми медіа-культури у зв'язку із розвитком масової комунікації і масової культури / Н. І. Зражевська // Вісник Черкаського університету. Серія Філологічні науки : [зб. наук. пр.]. — Черкаси, 2007. — Вип. 108. — С. 130—140.

341. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури: Комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль / Н. І. Зражевська. — Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А. — 2012. — 408 с.

342. Зражевська Н. І. Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.01 / Ніна Іванівна Зражевська . — Київ, 2012 . — 32 с.

343. Зражевська Н. І. Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.01 / Ніна Іванівна Зражевська . — Київ, 2012 . — 427 с.

344. Иванов Валерий Феликсович Массовая коммуникация : монография/ В.Ф. Иванов. — К. : Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. — 902 с.

345. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посібник / В. Іванов. — К. : Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с.

346. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посіб. / В. Ф. Іванов. — Черкаси : РВВ ЧДУ ім. Б. Хмельницького, 2003. — 196 с.

347. Іванова О. А. Літературно-мистецька періодика в соціальнокомунікаційному просторі України початку XXI століття : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Олена Андріївна Іванова . — Київ, 2010 . — 31 с.

348. Іванова О. А. Літературно-мистецька періодика в соціальнокомунікаційному просторі України початку XXI століття [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Олена Андріївна Іванова . — Київ, 2010 . — 462 с.

349. Іванова О. А. Картина інформаційної наповненості сучасної всеукраїнської літературно-мистецької журнальної періодики / О. А. Іванова // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2009. — Вип. 9. — С. 62—72.

350. Іванова О. А. Літературний твір: між літературознавством і масовими комунікаціями / О. А. Іванова // Вісник Одеського національного університету. Серія Філологія. Літературознавство ; [наук. ред. Н. М. Шляхова, Є. М. Черноіваненко]. — Одеса : Вид-во ОНУ імені І. І. Мечникова, 2008. — Т. 13. — Вип. 7. — С. 64—70.

351. Іванова О. А. Мас-медіа і простір мистецтва слова: комунікації з, для і про літературу / О. А. Іванова // Уч. зап. Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадского. Серия Филология. Социальные коммуникации ; [ред. серии В. П. Казарин ; ред. серии Г. Ю. Богданович]. — Симферополь : Изд-во Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадського, 2009. — Т. 22 (61). — № 4. — Ч. 1. — С. 258—264.

352. Іванова О. А. Мас-медійне представлення поступу художньої літератури / О. А. Іванова // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2010. — Вип. 10. — С. 6—14.

353. Іванова О. А. Медіапозиціонування сучасної української літератури, або Ідентифікація мистецтва слова за мистецької пресою / О. А. Іванова // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2009. — Вип. 8. — С. 6—15.

354. Іванова О. А. Наміри видання як комунікатора: орієнтири для програмності і встановлення пріоритетів літературно-мистецької періодики сучасної України / О. А. Іванова // Історико-літературний журнал ; [відп. ред. Н. П. Малютіна]. — Одеса : Вид-во ОНУ імені І. І. Мечникова, 2010. — № 17. — С. 123—133.

355. Іванова О. А. Преса про літературу: номінація, дефініція, методологія / О. А. Іванова // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2008. — Т. 33. — С. 29—33.

356. Іванова О. А. Сад літератури в журнальній оптиці сучасності : Медіакомунікації з, для і про літературу / Олена Андріївна Іванова. — Одеса : Астропринт, 2009. — 368 с.

357. Іванова О. А. Самопрезентація митця літератури через ЗМК / О. А. Іванова // Уч. зап. Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадского. Серия Филология. Социальные коммуникации ; [ред. раздела «Социальные коммуникации» Г. Ю. Богданович ; ред. раздела «Филология» В. П. Казарин]. — Симферополь : Изд-во Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадського, 2010. — Т. 23 (62). — № 2. — Ч. 2 — С. 392—398.

358. Іванова О. А. Стратегії формування і трансформування досвіду читання у версіях українських журналів про літературу — «Київська Русь», «ШО» / О. А. Іванова // Уч. зап. Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадского. Серия Филология. Социальные коммуникации ; [гл. ред. серии В. П. Казарин ; ред. вып. Г. Ю. Богданович]. — Симферополь : Изд-во Таврич. нац. ун-та имени В. И. Вернадського, 2008. — Т. 21 (60). — № 1. — С. 285—293.

359. Кириченко К. В. "Чорний піар" як соціально-комунікативна технологія (на матеріалі виборчих кампаній у ЗМІ) : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Катерина Володимирівна Кириченко . — Київ, 2010 . — 16 с.

360. Кіца М. О. Недобросовісна реклама у газетних виданнях України війни : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Мар'яна Олегівна Кіца . — Київ, 2014 . — 16 с.

361. Кобєлєв О. М. Діагностика результатів діяльності бібліотек / О. М. Кобєлєв // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2007. — Вип. 20. — С. 80—85.

362. Кобєлєв О. М. Інформаційно-аналітична діяльність бібліотек України : теоретико-методологічні засади розвитку : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Олексій Миколайович Кобєлєв . — Харків, 2013 . — 34 с.

363. Кобєлєв О. М. Інформаційно-аналітична діяльність бібліотек України : теоретико-методологічні засади розвитку [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Олексій Миколайович Кобєлєв . — Харків, 2013 . — 502 с.

364. Кобєлєв О. М. Інформаційно-аналітична діяльність бібліотек як складова нової соціально-комунікативної реальності: до постановки проблеми / О. М. Кобєлєв // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2008. — Вип. 23. — С. 117—124.

365. Кобєлєв О. М. Аналіз посилань в інформаційно-аналітичній діяльності соціально-комунікаційних структур / О. М. Кобєлєв // Психолінгвістика: Психологія. Мовознавство. Соціальні комунікації : науково-теорет. зб. — Переяслав-Хмельницький : ДПУ ім. Григорія Сковороди. — 2011. — Вип.7. —

С. 171—176.

366. Кобєлєв О. М. Біобібліометрія як метод інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек / О. М. Кобєлєв // Вісн. Кн. палати. — 2010. — № 3. — С. 28—31.

367. Кобєлєв О. М. Інформаційна аналітика в бібліотекознавстві / О. М. Кобєлєв // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2010. — Вип. 31. — С. 163—171.

368. Кобєлєв О. М. Інформаційна аналітика в структурі бібліотечної діяльності в Україні : монографія / О. М. Кобєлєв. — Х. : ХДАК, 2012. — 246 с.

369. Кобєлєв О. М. Інформаційно-аналітична діяльність: джерела становлення та розвитку в 1960-ті—1970-ті рр. / О. М. Кобєлєв // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2010. — №4. — С. 51—58.

370. Кобєлєв О. М. Інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття управлінських рішень у бібліотечній галузі / О. М. Кобєлєв // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2010. — Вип. 29. — С. 106—112.

371. Кобєлєв О. М. Організаційно-аналітичне забезпечення соціокомунікаційної сфери / О. М. Кобєлєв // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2010. — Вип. 30. — С. 96—104.

372. Кобєлєв О. М. Ресурси інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек / О. М. Кобєлєв // Вісн. Харк. держ. акад. культури: зб. наук. пр. — Х., 2012. — Вип. 36. — С. 88—97.

373. Колісник Ю. В. Визначальний вплив монопартійності СРСР на характер і зміст періодичних видань / Ю. В. Колісник // Вісник Черкаського ун-ту. Сер. : Філологічні науки. − Черкаси : ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2004. − Вип. 58. − С. 155−161.

374. Колісник Ю. В. Дезінформаційна функція преси УРСР (міжнародний аспект) / Ю. В. Колісник // Вісник Львівського ун-ту. Сер. : Журналістика. − Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. − Вип. 28. − С. 225−238.

375. Колісник Ю. В. Демократизація журнальної періодики у період

горбачовської «перебудови» / Ю. В. Колісник // Вісник Львівського ун-ту. Сер. : Журналістика. − Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. − Вип. 29. − С. 221−233.

376. Колісник Ю. В. Дитячо-юнацька преса УРСР та її роль у формуванні суспільної свідомості / Ю.В. Колісник // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. — Львів : ЛННБ ім.. Василя Стефаника, 2011. — Вип. 1 (19). — С.75-84.

377. Колісник Ю. В. Журнальна періодика 1950−1980-х рр. − важлива складова радянських засобів масової інформації // Ю. В. Колісник // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. − Львів : ЛНБ ім. Василя Стефаника, 2005. − Вип. 14. − С. 161−174.

378. Колісник Ю. В. Журнальна періодика УРСР (1950-1980 рр.) у формуванні суспільної свідомості : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.04 / Юрій Вікторович Колісник . — Київ, 2013 . — 36 с.

379. Колісник Ю. В. Журнальна періодика УРСР (1950-1980 рр.) у формуванні суспільної свідомості [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.04 / Юрій Вікторович Колісник . — Київ, 2013 . — 452 с.

380. Колісник Ю. В. Журнальні видання УРСР як засію ідеологічного виховання мас / Ю. В. Колісник // Журналістика : наук. збірник. − К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2010. − Вип. 9 (34). − С. 50−63.

381. Колісник Ю. В. Морально-естетична спрямованість всеукраїнського журналу «Мистецтво» 1960-х рр. / Ю. В. Колісник // Вісник Львівського ун-ту. Сер. : Журналістика. − Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2004. − Вип. 25. − С. 309−313.

382. Колісник Ю. В. Національне питання в контексті радянської преси / Ю. В. Колісник // Вісник Черкаського ун-ту. Сер. : Філологічні науки. − Черкаси : ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2007. − Вип. 118. − С. 108−112.

383. Колісник Ю. В. Преса радянської України як засіб маніпулювання суспільною свідомістю / Ю.В. Колісник // Вісник Черкаського ун-ту. Сер. : Філологічні науки. − Черкаси : ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2004. − Вип. 57. − С. 128−132.

384. Колісник Ю. В. Розвиток журнальної періодики УРСР в епоху «хрущовської відлиги» / Ю. В. Колісник // Журналістика : наук. збірник. − К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2008. − Вип. 7 (32). − С. 49−60.

385. Колісник Ю. В. Українська журналістика в контексті радянської доби / Ю. В. Колісник // Філологічні студії : наук. часопис. − Луцьк : ВДУ ім. Лесі Українки, Волинський академічний дім, 2005. − Вип. 1−2 (29−30). − С. 212−220.

386. Колісник Ю. В. Українська культура в журнальній періодиці УРСР епохи брежнєвського «застою» // Ю. В. Колісник // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. − Львів : ЛНБ ім. Василя Стефаника, 2007. − Вип. 15. − С. 211−223.

387. Колісник Ю. В. Українська культура в контексті журнальної періодики УРСР 1950−1980 років / Ю. В. Колісник // Вісник Львівського ун-ту. Сер. : Журналістика. − Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2009. − Вип. 32. − С. 78−100.

388. Колісник Ю. В. Українська преса під гнітом радянського тоталітаризму / Ю. В. Колісник // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. − Львів : ЛНБ ім. Василя Стефаника, 2005. − Вип. 13. − С. 305−316.

389. Колісник Ю.В. Подолання рудиментів тоталітаризму в інформаційному просторі України / Ю.В. Колісник // Вісник Львівского ун-ту. Сер. : Журналістика. − Львів : ЛНУ ім.. Івана Франка, 2011. — Вип. 34. — Ч. 1. — С. 109—115.

390. Колісник Ю.В. Формування суспільної свідомості журнальною періодикою УРСР (1950−1980 рр.) : монографія / Ю.В.Колісник. − Черкаси : Вид. Чабаненко Ю., 2008. − 290 с.

391. Коновець О.Ф. Масова комунікація: теорії, моделі, технології : навч. посіб / О. Ф. Коновець. — К : ЛГУ, 2007. — 266 с.

392. Корнєєв В. М. Актуальні напрямки досліджень медіадіяльності в українській науці про соціальні комунікації / В. М. Корнєєв // Science and Education a NewDimension. Philology: Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe. —— Budapest, 2016, Issue 76. —— P. 54—58.

393. Корнєєв В. М. До проблеми жанрового визначення у процесі редагування публіцистичного твору / В.М. Корнєєв // Наукові записки. — Серія: Філологічні науки (літературознавство). — Кіровоград, 2006. — Випуск 64. — Частина В. — С. 23—29.

394. Корнєєв В. М. До проблеми нелінійного усвідомлення соціальних комунікацій / В. М. Корнєєв // Масова комунікація : історія, сьогодення, перспективи : матеріали V Всеукраїнської наук.-практ. конф. молодих науковців. — Луцьк, 2013. — С. 19—22.

395. Корнєєв В. М. Дослідження комунікаційного простору в науці про соціальні комунікації / В. М. Корнєєв //Наукові записки Інституту журналістики. — 2015. — Т. 59. — С. 134—142.

396. Корнєєв В. М. Інформаційний комплекс твору / В.М. Корнєєв // Наукові записки. — Серія : Філологічні науки (літературознавство). — Кіровоград, 2006. — Випуск 64. — С. 120—126.

397. Корнєєв В. М. Комунікаційні технології як засоби проектування соціальної дійсності / В. М. Корнєєв // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., — 2014. — Т. 56. — С. 182—189.

398. Корнєєв В. М. Медіа формат: термінологічний аспект вивчення / В.М. Корнєєв / Комунікативно-мовні процеси в сучасному медіа просторі. — К. — 2008. С. 48—54.

399. Корнєєв В. М. Медіаформат як об’єкт дослідження / В. М. Корнєєв // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки. Філологічні науки. — Луцьк, 2008. — № 2. — С. 309—312.

400. Корнєєв В. М. Методика смислово-експресивного картування в роботі редактора / В.М. Корнєєв // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К.,2003. — № 4. — С. 90—106.

401. Корнєєв В. М. Наукове осмислення реклами в соціальнокомунікаційних дослідженнях / В.М. Корнєєв // Science and Education a

NewDimension. Philology: Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe. —— Budapest, 2016, Issue 82. —— P. 54—58.

402. Корнєєв В. М. Оптимізація структурної організації твору в масовій комунікації як наукова проблема / В.М. Корнєєв // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия : Филология. — Т. 19 (58). - № 5. Симферополь, 2006. — С. 131—134.

403. Корнєєв В. М. Перспективи дослідження медіаформату / В.М. Корнєєв // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2008. — Вип. 9. — С. 21—25.

404. Корнєєв В. М. Перспективні напрями наукового розвитку галузі «Соціальні комунікації» / В. М. Корнєєв // Освіта регіону — 2015. — №3—4. — С. 61—69.

405. Корнєєв В. М. Про перспективні напрямки досліджень у галузі «Соціальні комунікації» / В. М. Корнєєв // Освіта регіону — 2016. — №1. — С. 63—70.

406. Корнєєв В. М. Проблема формування інформаційного комфорту сприймача в структурній побудові твору / В.М. Корнєєв // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2006. — № 7. — С. 62—68.

407. Корнєєв В. М. Роль маркованої лексики у створенні емоціогенної структури тексту / В. М. Корнєєв // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2002. — Т. 7. — С. 34—36.

408. Корнєєв В. М. Євроінтеграція очима студентів Інституту журналістики / В.М. Корнєєв, Т.В. Скотникова // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2008. — Вип. 9. — С. 51—55.

409. Корнєєв В. М. Уніфікація процедур та оцінювання наукової роботи студентів і аспірантів Інституту журналістики / В. М. Корнєєв, Т. В. Скотникова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка : Серія : Журналістика — 2013. — Вип. 19. — С. 19—28.

410. Корнєєв В. М. Соціально-політична проблематика соціальнокомунікаційних досліджень / В. М. Корнєєв // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., — 2015. — Т. 61. — С. 97—103.

411. Корнєєв В. М. Текстова локалізація прихованого впливу у літературі й публіцистиці / В.М. Корнєєв // Наукові записки. — Серія : Філологічні науки (літературознавство). — Кіровоград, 2003. — Випуск 50. — С. 143—149.

412. Корнєєв В. М. Формування додаткового смислу за допомогою актуалізації семантики (на матеріалі публіцистичних текстів) / В.М. Корнєєв // Наукові записки. — Серія: Філологічні науки (мовознавство). — Кіровоград, 2003. — Випуск 48. — С. 90—98.

413. Корнєєв В. М. Функціональний аналіз публіцистичного твору / В.М. Корнєєв // Вісник Дніпропетровського університету. — Дніпропетровськ, 2006. — №1. — С. 125—128.

414. Корнєєв В. М. Вплив контенту засобів масової комунікації на український соціум / В.М. Корнєєв, М.М. Хилько // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2014. — Вип. 16. — С. 57—68.

415. Корнєєв В. М. Інформація про роботу всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій» (11 квітня 2013 р., м. Київ) / В. М. Корнєєв, Т. В. Скотникова // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., — 2014. — Т. 53. — С. 3.

416. Корнєєв В. М. Моделювання як технологія сучасного наукового пошуку / В. М. Корнєєв, Т. В. Скотникова // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2015. — Вип. 20. — С. 275-297.

417. Корнєєв В. М. Організація наукових конференцій в Інституті журналістики / В. М. Корнєєв, Т. В. Скотникова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка : Серія : Журналістика — 2013. — Вип. 19. — С. 28—32.

418. Корнєєв В. М. Стандартизація наукової роботи у ВНЗ Українське журналістикознавство: термінологія, методологія і стандарти : збірник наукових праць. / В. М. Корнєєв, Т. В. Скотникова. — К. : ВПЦ «Київський університет», 2013. — С. 23—47.

419. Корнєєв В.М. Кваліфікація соціальнокомунікаційного підходу в науці про соціальні комунікації / В.М. Корнєєв // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2013. — Вип. 14. — С. 135—140.

420. Костенко Н. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики : монографія / Наталія Костенко, Валерій Іванов. — К. : Центр вільної преси, — 2003. — 200 с.

421. Кравец В.А, Формирование информационной культуры / Н. В. Кравец, В. Н. Кухаренко // Дистанционное образование. — 2000. — №4. — С. 35—37.

422. Кравченко С. І. Антропологічні виміри польської програмотворчої публіцистики міжвоєнної доби / С. І. Кравченко // Антропологія літератури: комунікація, мова, тілесність / Укладач Папуша І. В. // Studia methodological. — Випуск 25. — Тернопіль : Редакційно-видавничий відділ ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2008. — С. 121—124.

423. Кравченко С. І. Відображення міжнаціональних взаємин у волинській пресі 20-30-х років XX ст.: провідні тенденції / С. І. Кравченко // Журналістика: наук. зб. / Київський університет ім. Тараса Шевченка, Інститут журналістики; за ред. Н. М. Сидоренко. — К., 2007. — Вип. 6 (31). — С. 29—38.

424. Кравченко С. І. Міжнаціональні журналістські проекти в Польщі у 20-30 роки XX століття / С. І. Кравченко // Науковий вісник ВДУ імені Лесі Українки. Філологія. — Луцьк, 2007. — № 9. — С. 154—161.

425. Кравченко С. І. На пограниччі двох культур / С. І. Кравченко // Слово і час. — К., 2005. — № 1. — С. 84—88.

426. Кравченко С. І. Періодичні видання Польщі 20-30-х років XX століття у світлі суспільно-культурних процесів міжвоєнної доби: літературна комунікація, польсько-український діалог : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Світлана Іванівна Кравченко . — Київ, 2010 . — 32 с.

427. Кравченко С. І. Періодичні видання Польщі 20-30-х років XX століття у світлі суспільно-культурних процесів міжвоєнної доби: літературна комунікація, польсько-український діалог [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Світлана Іванівна Кравченко . — Київ, 2010 . — 416 с.

428. Кравченко С. І. Періодичні видання Польщі 20-30-х років XX століття у світлі суспільно-культурних процесів міжвоєнної доби: літературна комунікація, польсько-український діалог: монографія / Світлана Іванівна Кравченко. — Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2009. — 508 с.

429. Кравченко С. І. Польська літературна періодика міжвоєнної доби: хронологія, географія, особливості літературної комунікації / С. І. Кравченко // Науковий вісник ВДУ імені Лесі Українки. Філологія. — Луцьк, 2006. — № 7. — С. 312—316.

430. Кравченко С. І. Польща в житті та творчості української еміграції 20-30-х років XX ст. / С. І. Кравченко // Науковий вісник ВДУ імені Лесі Українки. — Луцьк, 2003. — № 10. — С. 105—108.

431. Кравченко С. І. Часопис «На чужині» — літопис українського студентського життя в еміграції на початку 20-х років XX ст. / С. І. Кравченко // Збірник наукових праць Науково-дослідного центру періодики / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаника, НДЦ періодики ; ред. кол. : М. М. Романюк (відп. ред.) та ін. — Львів, 2006. — Вип. 14. — С. 219—225.

432. Кравченко С. І. Шляхи української еміграції в Польщі: часопис «Наш світ» у варшавський період (1924-1926 рр.) / С. І. Кравченко // Збірник наукових праць Науково-дослідного центру періодики / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаника, НДЦ періодики ; ред. кол. : М. М. Романюк (відп. ред.) та ін. — Львів, 2005. — Вип. 13. — С. 32—44.

433. Крайникова Т. С. Медиапотребление: обзор рецепций явления / Т. С. Крайнікова // Вестник ВГУ. Серия : Филология. Журналистика [Воронеж. гос. у-т]. — 2013. — № 2. — С. 167—170.

434. Крайникова Т. С. Культура медиапотребления как понятие теории социальных коммуникаций / Т. С. Крайнікова // Информационная безопасность регионов [Саратов. социал.-эконом. у-т]. — 2014. — № 1 (14). — С. 61—66.

435. Крайникова Т. С. Система ценностей как основа культуры медиапотребления (на материалах ФГД в Украине) / Т. С. Крайнікова // Вестник ВГУ. Серия : Филология. Журналистика [Воронеж. гос. у-т]. — 2013. — № 1. — С. 149—153.

436. Крайникова Т. С. Современное медиапотребление: свободы и ограничения / Т. С. Крайнікова // Информационная безопасность регионов [Саратов. социал.-эконом. у-т]. — 2013. — № 1. — С. 87—92.

437. Крайнікова Т. С. Культура медіаспоживання в Україні: актуальний стан і механізм формування : автореф. дис… д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Тетяна Степанівна Крайнікова . Київ, 2015. — 28 с.

438. Крайнікова Т. С. Культура медіаспоживання в Україні: актуальний стан і механізм формування [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Тетяна Степанівна Крайнікова . —Київ, 2015. — 477 с.

439. Крайнікова Т. С. Агресивні інформаційні потоки в українському медіаландшафті та медіаспоживанні // Вісник Книжкової палати. — 2013. — № 11. — С. 41—45.

440. Крайнікова Т. С. Друкована книга і читання в сучасній культурі медіаспоживання: рецептивний аналіз / Т. С. Крайнікова // Бібліотечний вісник. — 2013. — № 2. — С. 30—35.

441. Крайнікова Т. С. ЗМІ в умовах глобальної трансформації медіаспоживання / Т. С. Крайнікова // Вісник Книжкової палати. — 2012. — № 6 (червень). — С. 38—43.

442. Крайнікова Т. С. Зона найближчого розвитку інформаційних інтересів медіаспоживачів: обґрунтування поняття в теорії соціальних комунікацій / Т. С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2013. — Т. 50. — С. 234—238.

443. Крайнікова Т. С. Культура видання: дефініція, структура та чинники / Т. С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 43. — С. 134—138.

444. Крайнікова Т. С. Культура дизайну видання: суть, чинники та критерії оцінювання/ Т. С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., — Т. 45. — С. 44—48.

445. Крайнікова Т. С. Культура медіаспоживання в Україні: від консьюмеризму до просьюмеризму / Т. С. Крайнікова / За наук. ред. проф. В. В. Різуна. — Бориспіль : Люксар, 2014. — 372 с.

446. Крайнікова Т. С. Медіаконтрольованість як конститутивна ознака медіаконсьюмеризму/ Т. С. Крайнікова // Вісник Книжкової палати. — 2014. — № 5. — С. 45—48.

447. Крайнікова Т. С. Медіаповедінка українських телеглядачів: аналіз стратегій, інформаційних потреб та інтересів / Т. С. Крайнікова // Вісник ХДАК. — 2014. — № 43. — С. 265—274.

448. Крайнікова Т. С. Медіапросьюмеризм: загальна характеристика явища / Т. С. Крайнікова // Вісник ХДАК. — 2014. — № 44. — С. 226—233.

449. Крайнікова Т. С. Медіаспоживання в Україні: духовний вакуум і пошук моральних авторитетів / Т. С. Крайнікова // Вісник Книжкової палати. — 2013. — № 9. — С. 42—46.

450. Крайнікова Т. С. Мовна культура українських ЗМІ: тлумачення інтернет-користувачів / Т. С. Крайнікова // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2012. — Вип. 13.— С. 107—115.

451. Крайнікова Т. С. Профіль українського інтернет-користувача (аналіз вторинних соціологічних досліджень) / Т. С. Крайнікова // Вісник Книжкової палати. — 2014. — № 2. — С. 48—51.

452. Крайнікова Т. С. Соціальність концепцій як умова комунікаційного лідерства ЗМІ в діалозі із просьюмерами / Т. С. Крайнікова // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2014. — Вип. 15. — С. 17—35.

453. Крайнікова Т. С. Споживчі патерни медіаповедінки: суть і роль у культурі медіаспоживання / Т. С. Крайнікова // Вісник Книжкової палати. — 2014. — № 3. — С. 39—42.

454. Крайнікова Т. С. Суб'єкти і об'єкти культури медіаспоживання // Вісник Книжкової палати. — 2014. — № 8. — С. 44—47.

455. Крайнікова Т. С. Функції культури медіаспоживання / Т. С. Крайнікова / Т. С. Крайнікова // Вісник Книжкової палати. — 2014. — № 4. — С. 39—42.

456. Кузнєцова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації: комунікативно-концептуальний підхід : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Тетяна Василівна Кузнєцова . — Київ , 2010 . — 31 с.

457. Кузнєцова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації: комунікативно-концептуальний підхід [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Тетяна Василівна Кузнєцова . — Київ , 2010 . — 428 с.

458. Кузнєцова Т. В. «Мова ворожнечі» в друкованих ЗМІ (на матеріалі преси Сумщини) / Т. В. Кузнєцова // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка : наук. журнал. — 2008. — № 3(142). — С. 79—85.

459. Кузнєцова Т. В. «Свій» / «чужий» у текстовому просторі ЗМІ / Т. В. Кузнєцова // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2007. — Вип. 8. — С. 59—65.

460. Кузнєцова Т. В. Агресивність інформації як вияв журналістського світобачення / Т. В. Кузнєцова // Культура народов Причерноморья : науч. журнал. — 2007. — № 101. — С. 34—37.

461. Кузнєцова Т. В. Аксіологічне моделювання інформації: теоретичні передумови і принципи / Т. В. Кузнєцова // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2008. — № 7. — С. 6—16.

462. Кузнєцова Т. В. Аксіологічний підхід до мас-медійної комунікації / Т. В. Кузнєцова // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2010. — № 2. — С. 39—43.

463. Кузнєцова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації : монографія / Т. В. Кузнєцова. — Суми : ВТД «Університетська книга», 2010. — 304 с.

464. Кузнєцова Т. В. Аксіологія медіатексту: основні напрями дослідження / Т. В. Кузнєцова // Світові стандарти сучасної журналістики : зб. наук. праць / МОН України. Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького ; Інститут Медіаправа ; Могилянська школа журналістики НУКМА. — Черкаси, 2010. — С. 198—202.

465. Кузнєцова Т. В. Аксіологія медіатексту: уточнення категоріальних понять / Т. В. Кузнєцова // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. — 2010. — Вип. 9. — Ч. 2. — С. 225—230.

466. Кузнєцова Т. В. Аксіологія у світлі журналістики: основні напрями дослідження / Т. В. Кузнєцова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. — 2009. — Т. 22 (61). — № 4 (часть I). — С. 158—166.

467. Кузнєцова Т. В. Архетип як соціопсихокультурний детермінант оцінки / Т. В. Кузнєцова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия : Филология. Социальные коммуникации. — 2008. — Т. 22 (61). — № 2. — С. 155—158.

468. Кузнєцова Т. В. Асоціативне поле позитивної інформації / Т. В. Кузнєцова // Вісник Сумського державного університету : наук. журнал. Серія : Філологічні науки. — 2007. — № 1. — Т. 1. — С. 46—50.

469. Кузнєцова Т. В. Асоціативні реакції читачів на негативність інформації в ЗМК / Т. В. Кузнєцова // Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» : наук.—теорет. зб. — Переяслав-Хмельницький, 2007. — С. 316—319.

470. Кузнєцова Т. В. До наукового осмислення аксіологічної функції ЗМК / Т. В. Кузнєцова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. — 2010. — Т. 23 (52). — № 4.— С. 280—285.

471. Кузнєцова Т. В. Журналістська толерантність у мас-медіа / Т. В. Кузнєцова // Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку : зб. наук. пр. — Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2007. — С. 180—183.

472. Кузнєцова Т. В. Концепт «свій — чужий» у лінгвокультурологічних дефініціях / Т. В. Кузнєцова // Вісник Сумського державного університету : наук. журнал. Серія : Філологічні науки. — 2007. — № 2. — С. 37—40.

473. Кузнєцова Т. В. Концепт як інструмент дослідження ціннісності журналістського тексту / Т. В. Кузнєцова // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн.,. — 2008. — Т. 32. — С. 11—16.

474. Кузнєцова Т. В. Оцінність як соціокультурна ознака журналістського тексту / Т. В. Кузнєцова // Журналістика : наук. зб. — 2009. — Вип. 8 (33). — С. 68—78.

475. Кузнєцова Т. В. Парадоксальна оцінність медійних текстів / Т. В. Кузнєцова // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2008. — Вип. 9. — С. 29—40.

476. Кузнєцова Т. В. Позитив у сучасному інформаційному просторі: специфіка вияву / Т. В. Кузнєцова // Соціальні комунікації сучасного світу : наук.-теорет. зб. / гол. ред. О. М. Холод. — Запоріжжя, 2009. — С. 281—283.

477. Кузнєцова Т. В. Психологічні типи читацької аудиторії / Т. В. Кузнєцова // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору : зб. наук. пр. / Національний університет «Києво-Могилянська академія» Галицький інститут імені В. Чорновола. — Тернопіль — Львів : ЛА «Піраміда», 2008. — Т. І. — С. 84—86.

478. Кузнєцова Т. В. Роль концептів у аксіологічному дослідженні мас-медійних текстів / Т. В. Кузнєцова // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія : Філологічні науки. — Кам'янець-Подільський : ПП Буйницький, 2008. — Вип. 17. — С. 246—250.

479. Кузнєцова Т. В. Соціокультурний контекст як детермінант аксіологічної медіареальності / Т. В. Кузнєцова // Ученые записки Таврического

национального университета им. В.И. Вернадского. Серия : Филология. Социальные коммуникации. — 2010. — Т. 23 (62). — № 2. — Ч. 2. — С. 227—232.

480. Кузнєцова Т. В. Соціокультурні засади дослідження журналістського тексту / Т. В. Кузнєцова // Ученые записки Таврического национального университета. Серия : Филология. — 2007. — Т. 20 (59). — № 3. — С. 434—438.

481. Кузнєцова Т. В. Типологія аксіологічних моделей мас-медійної інформації / Т. В. Кузнєцова // Психолінгвістика : зб. наук пр. ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди. Серія : Психологія. Мовознавство. Соціальні комунікації. — Переяслав—Хмельницький : ПП «СКД», 2009. — Вип. 3. — С. 130—137.

482. Кузнєцова Т. В. Цінності в текстах друкованих ЗМІ / Т. В. Кузнєцова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. — 2008. — Т. 21 (60). — № 1. — С. 370—375.

483. Кулик С. А. Образ України в британських Інтернет-ЗМІ (за матеріалами веб-сайтів газет The Times, The Guardian, The Independent) : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Світлана Анатоліївна Кулик. — Київ, 2012 . — 17 с.

484. Культурология. XX век. Энциклопедия: В 2 т. / Гл. ред., сост. и авт. проекта С. Я. Левит; Отв. ред. Л. Т. Мильская. — СПб. : Унив. кн., 1998. — 288 с.

485. Кунанец Н. Э. Информационные ресурсы для пользователей с ограниченными возможностями: история и перспективы / Кунанец Н. Э., Кут В. И., Лозицкий А. А., Пасичник В. В. // Научные и технические библиотеки : науч.-практ. журн. / Гос. публ. науч.-техн. б-ка России. — 2012. — № 8. — С. 33—39.

486. Кунанец Н. Информационно-библиотечное обслуживание пользователей с особенными потребностями / Кунанец Н. // Библиотековедение и информация: научно-теоретический и практический журнал. — 2013. — №2. — С. 82—91.

487. Кунанець Н. Е. Система бібліотечно-інформаційного обслуговування користувачів з особливими потребами в Україні: історія, методологічні засади, перспективи : автореф. дис. … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Наталія Едуардівна Кунанець. — Київ, 2013. — 41 с.

488. Кунанець Н. Е. Система бібліотечно-інформаційного обслуговування користувачів з особливими потребами в Україні: історія, методологічні засади, перспективи [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03: / Наталія Едуардівна Кунанець. — Київ, 2013. — 517 с.

489. Кунанець Н. Е. Розвиток інформаційних технологій для осіб з особливими потребами / Кунанець Н. Е. // Рукописна та книжкова спадщина України : Археографічні дослідження унікальних архівних та бібліотечних фондів / Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського НАН України, Інститут рукопису Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. — Київ : Видавництво Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського. — 2013. — Вип. 17. — С. 510—527.

490. Кунанець Н.Е. Бібліотечно-інформаційне обслуговування користувачів з особливими потребами: стан та перспективи [Текст] / Н. Кунанець // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія : наук. журн. / Держ. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. — 2013. — № 3. — С. 22—26.

491. Кунанець Н.Е. Інформаційно-бібліотечне обслуговування осіб з особливими потребами : історія та сучасність : монографія / Н.Е. Кунанець. — Львів, 2013. — 440 с.

492. Курбан О. В. Діагностика та моделювання PR-процесів : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Олександр Васильович Курбан . — Київ, 2011 . — 17 с.

493. Левченко Л. Американські архівісти про американські архіви (історіографічний огляд праць американських архівістів, вчених і практиків, з історії та діяльності архівів штатів та округів) / Л. Л. Левченко // Архіви України. — К., 2013. — № 3. — С. 145—185.

494. Левченко Л. Архівна періодика США: «голос професії» / Л. Л. Левченко // Архіви України. — К., 2012. — № 6. — С. 141—172.

495. Левченко Л. Л. Розвиток архівної справи в Сполучених Штатах Америки (кінець XVIII — початок XXI ст.) : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.02 / Лариса Леонідівна Левченко . — Київ, 2014. — 37 с.

496. Левченко Л. Л. Розвиток архівної справи в Сполучених Штатах Америки (кінець XVIII — початок XXI ст.) [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.02 / Лариса Леонідівна Левченко . — Київ, 2014. — 716 с.

497. Левченко Л. Питання систематизації архівних документів у контексті історії архівної справи Сполучених Штатів Америки / Л. Л. Левченко // Гілея : наук. вісн. — К. : ВІР УАН, 2013. — Вип. 68 (№ 1). — С. 212—219.

498. Левченко Л. Архіви і архівна справа Сполучених Штатів Америки : історія та організація : монографія / Лариса Левченко. — Миколаїв : Іліон, 2013. — 1204 с.

499. Левченко Л. Архіви штатів у системі архівних установ США / Л. Л. Левченко // Архіви України. — К., 2012. — № 4. — С. 150—177.

500. Левченко Л. Ініціативи Сполучених Штатів Америки у галузі забезпечення збереженості архівних ресурсів людства та розвитку інституту міжнародної допомоги в архівній сфері у період Холодної війни (1945—1991) / Л. Л. Левченко // Гілея : наук. вісн. — К. : Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова ; Укр. академія наук, 2013. — Вип. 70 (№ 3). — С. 263—274.

501. Левченко Л. Передумови створення та період становлення Товариства американських архівістів / Л. Л. Левченко // Архіви України. — К., 2012. — № 5. — С. 154—181.

502. Левченко Л. Питання систематизації архівних документів у контексті історії архівної справи Сполучених Штатів Америки / Л. Л. Левченко // Гілея : наук. вісн. — К. : ВІР УАН, 2013. — Вип. 69 (№ 2). — С. 310—318.

503. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук. — К. : Знання, 206. — 628 с.

504. Лобузіна К. В. Знаннєві ресурси у бібліотечно-інформаційній діяльності: організація, управління, доступ **:** автореф. дис. … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03/ Катерина Вілентіївна Лобузіна — Київ, 2013. — 34 с.

505. Лобузіна К. В. Знаннєві ресурси у бібліотечно-інформаційній діяльності: організація, управління, доступ [Текст] : Дис **…** д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Катерина Вілентіївна Лобузіна. — Київ, 2013. — 448 с.

506. Лобузіна К. В. Бібліотека 3.0: знання, сховища даних, експерти / К. В. Лобузіна // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2012. — № 1. — С. 26—35.

507. Лобузіна К. В. Бібліотечні технології як засіб управління документальними інформаційними ресурсами суспільства / К. В. Лобузіна // Вісн. Харківської академії культури. — 2013. — № 1. — С. 155—164.

508. Лобузіна К. В. Електронне середовище як засіб формування комплексних бібліографічних ресурсів національної бібліотеки / К. В. Лобузіна // Вісн. Львівського університету. Серія «Книгознавство, бібліотекознавство та інформаційні технології». — 2012. — Вип. 7. — С. 254—260.

509. Лобузіна К. В. Інформаційні технології у створенні національних бібліографічних ресурсів / К. В. Лобузіна // Бібл. вісник. — 2013. — № 1. — С. 9—15.

510. Лобузіна К. В. Технології організації знаннєвих ресурсів у бібліотечно-інформаційній діяльності : монографія / Катерина Лобузіна; відп. ред. О. С. Онищенко ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. — К., 2012. — 252 с.

511. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика : підручник / І. М. Лубкович. — Львів, «ПАІС», — 2009. — 232 с.

512. Мантуло Н. Б. PR-текст у сучасному соціально-комунікативному просторі : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Наталія Борисівна Мантуло . — Запоріжжя : 2013 . — 40 с.

513. Мантуло Н. Б. PR-текст у сучасному соціально-комунікативному просторі [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Наталія Борисівна Мантуло . — Запоріжжя : 2013 . — 394 с.

514. Мантуло Н.Б. PR в інтеграційних моделях соціальних комунікацій / Н. Б. Мантуло // Освіта регіону. — 2012. — № 4. — С. 191—195.

515. Мантуло Н.Б. PR в системі соціальних комунікацій: зміна статусу? / Н. Б. Мантуло // Психолінгвістика / ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький держ.пед. ун-т ім. Г. Сковороди. — 2012. — № 12. — С. 260—266.

516. Мантуло Н.Б. PR-дискурс як система вираження інформації: жанровий аспект / Н. Б. Мантуло // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2010. — № 1. — С. 116—120.

517. Мантуло Н.Б. PR-текст у дискурсі сучасної преси / Н. Б. Мантуло // Наукові праці Кам’янець-Подільського нац. ун-ту ім. І. Огієнка: Філологічнінауки. — Кам’янець-Подільський : ПП ”Медобор-2006”, 2011. — Вип. 25. — С. 159—161.

518. Мантуло Н.Б. PR-текст у контексті інтеграційних процесів / Н. Б. Мантуло // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2012. — № 4. — С. 188—192.

519. Мантуло Н.Б. Дискурс як предмет піарознавчих студій / Н. Б. Мантуло // Наукові записки. — Львів : Українська академія друкарства, 2012. — № 3 (40). — С. 9—14.

520. Мантуло Н.Б. Дискурс-аналіз як методологічна основа сучасних PR-досліджень / Н. Б. Мантуло // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя. — 2010. — № 1—2. — С. 117—121.

521. Мантуло Н.Б. Дискурсивність PR-тексту / Н.Б. Мантуло // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя. — 2012. — № 3. — С. 48—52.

522. Мантуло Н.Б. Зв’язки з громадськістю в сучасній комунікаційній парадигмі / Н. Б. Мантуло // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 4. — С. 151—155.

523. Мантуло Н.Б. Паблік рилейшнз: текст і комунікація : монографія / Н. Б. Мантуло. — Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2012. — 320 с.

524. Мантуло Н.Б. Семіотика дискурсу паблік рілейшнз / Н. Б. Мантуло // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя. — 2012. — № 2. — С. 137—140.

525. Мантуло Н.Б. Текст і дискурс в комунікаціях паблік рилейшнз / Мантуло // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя. —2012. — № 4. — С. 84—88.

526. Мантуло Н.Б. Текст у PR-комунікаціях: проблеми типологізації / Н.Б. Мантуло // Освіта регіону. — 2011. — № 1. — С. 188—191.

527. Мантуло Н.Б. Функціональна специфіка PR в процесі конструювання соціальної реальності / Н. Б. Мантуло // Поліграфія тавидавнича справа. — Львів, 2012. — № 4 (60). — С. 44—51.

528. Маркова В. А. Соціально-комунікативна природа книги у перспективі міждисциплінарного дослідження / В. А. Маркова // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2008. — № 3. — С. 54—58.

529. Маркова В. А. Апарат книги як засіб поліпшення її комунікативних можливостей: історико-культурний аспект / В. А. Маркова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2009. — Вип. 27. — С. 166—173.

530. Маркова В. А. Гіпертекст як соціально-комунікативний і культурний феномен / В. А. Маркова // Вісн. Харк. держ. акад. культури: зб. наук. пр. — Х., 2009. — Вип. 24. — С. 107—114.

531. Маркова В. А. До питання еволюції авторської діяльності в контексті книжкової комунікації / В. А. Маркова // Вісн. Кн. палати. — 2009. — № 4. — С. 4—6.

532. Маркова В. А. Книга і виклики нової комунікативної реальності / В. А. Маркова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2010. — Вип. 29. — С. 120—129.

533. Маркова В. А. Книга як «універсальне джерело живого спілкування людей» : до 120-річчя з дня народження Михайла Куфаєва (1888—1948) / В. А. Маркова // Вісн. Кн. палати. — 2008. — № 5. — С. 31—33.

534. Маркова В. А. Книга як соціально-комунікативна модель сприйняття і репрезентації реальності / В. А. Маркова // Вісн. Кн. палати. — 2010. — № 12. — С. 35—38.

535. Маркова В. А. Книжкова комунікація: теорія, історія, перспективи розвитку : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Вікторія Анатоліївна Маркова . — Харків, 2011 . — 36 с.

536. Маркова В. А. Книжкова комунікація: теорія, історія, перспективи розвитку [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Вікторія Анатоліївна Маркова . — Харків, 2011 . — 404 с.

537. Маркова В. А. Мистецтво книги: комунікативний аспект / В. А. Маркова // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2009. — Вип. 28. — С. 99—106.

538. Маркова В. А. Теорія комунікації Маршалла Маклюена / В. А. Маркова // Вісн. Кн. палати. — 2008. — № 11. — С. 31—33.

539. Маркова В. А. Читач як комунікативний діяч / В. А. Маркова // Вісн. Кн. палати. — 2010. — № 5. — С. 43—47.

540. Маркова В. Книга в соціально-комунікативному просторі: минуле, сучасне, майбутнє : монографія / В. Маркова. — Х. : ХДАК, 2010. — 252 с.

541. Мелещенко О. К. Газетні інформаційні моделі: взаємозв'язок та взаємозалежність концепції і структури тематики [Текст] : Дис... канд. філол. наук:10.01.10 / Мелещенко Олександр Костянтинович . — Київ, 1993. — 176 с.

542. Мелещенко О. К. Комп'ютерні і телекомунікаційні технології як гарант інтеграції журналістики України в світовий інформаційний простір [Текст] : Дис... д-ра філол. наук: 10.01.08 / Мелещенко Олександр Костянтинович . — Київ, 1998. — 385 с.

543. Мелещенко О. К. Інформація, інформаційний. Словник термінів і понять для журналістів і політологів / О. К. Мелещенко, А. А. Чічановський, В. І. Шкляр. — К. : Грамота, 2007. — 72 с.

544. Мельник Ю. І. Вибір журналіста в умовах тоталітарної держави (на прикладі матеріалів італійської преси 20-30-их років XX ст. автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Юрій Ігорович Мельник . — Київ, 2015 . — 17 с.

545. Мітчук О. А. Вплив концепцій Томаса Джефферсона на розвиток української ліберальної журналістики / О. А. Мітчук // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2014. — Т. 56. — С. 199—203.

546. Мітчук О. А. Ліберальна журналістика в структурі гуманітарно-політичної парадигми / О. А. Мітчук // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2014. — Вип. 18—19. — С. 401—406.

547. Мітчук О. А. Ліберальна інформаційна культура як складова медіапростору / О. А. Мітчук // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя. —. 2015. — № 1 (21). — С. 9—12.

548. Мітчук О. А. Носії ліберального контенту як чинник формування демократичності українського суспільства / О. А. Мітчук // Образ : науковий журнал. — Суми, 2015. — № 1 (16). — С. 77—83.

549. Мітчук О. А. Українська ліберальна інформаційна культура в системі соціальних комунікацій : монографія / О. А. Мітчук. — Рівне : О. Зень, 2014. — 320 с.

550. Мітчук О. А. Феномен ліберального контенту в соціальних комунікаціях : автореф. дис. … д-ра наук із соц. комунікацій: 27.00.01 “Теорія та історія соц. комунікацій” / Мітчук Ольга Андріївна . — Запоріжжя, 2015. — 36 с.

551. Мітчук О. А. Феномен ліберального контенту в соціальних комунікаціях [Текст] : Дис … д-ра наук із соц. комунікацій: 27.00.01 / Мітчук Ольга Андріївна . — Запоріжжя, 2015. — 437 с.

552. Мітчук О. А. Функціонування ліберального контенту в соціальних комунікаціях / О. А. Мітчук // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2014. — № 1—2. — С. 119—122.

553. Міщук С. М. Бібліотека Історико-філологічного інституту князя Безбородька в Ніжині та її рукописна колекція (друга пол. XIX — 10-ті роки XX ст.) / С. М. Міщук // Бібліотечний вісник. — 2008. — № 1. — С. 14—19.

554. Міщук С. М. Внесок галицьких вчених в дослідження рукописних книг та стародруків: друга половина XIX — початок XX ст. / С. М. Міщук // Науковий вісник Чернівецького університету : зб. наук. ст. — Чернівці : Рута, 2008. — Вип. 378— 379. — С. 182—186. — (Історія. Політичні науки. Міжнародні відносини).

555. Міщук С. М. До історії українських книжкових колекцій та зібрань 20—30-х років XX століття: рукописно-книжкові фонди Житомирщини / С. М. Міщук // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2007. — № 3. — С. 12—17.

556. Міщук С. М. Дослідження рукописних книг та стародруків Чернігова і Ніжина в другій половині XIX — на початку XX ст. / С. М. Міщук // Сіверянський літопис. — Чернігів, 2008. — № 2. — С. 63—68.

557. Міщук С. М. Зародження наукового опису рукописних пам’яток та стародруків як напрям українського книгознавства: друга половина XIX — початок XX ст. / С. М. Міщук // Рукописна та книжкова спадщина України. — 2007. — Вип. 11. — С. 16—34.

558. Міщук С. М. Збирання та дослідження книжкових та архівних колекцій Товариства дослідників Волині та Волинського центрального музею у 1900-1932 рр. / С. М. Міщук // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. — К., 2007. — Вип. 19. — С. 362—371.

559. Міщук С. М. Збирання та наукове описування рукописно-книжкової спадщини України (друга половина XIX — 30-ті роки XX ст.) / С. М. Міщук ; відп. ред. Л.А. Дубровіна. — К., 2009. — 380 с. : іл.

560. Міщук С. М. Історико-кодикографічні та бібліографічні дослідження рукописно-книжної спадщини України (друга половина XIX — 30-ті роки XX ст.) : автореф. дис … д-ра іст. наук: 27.00.03 / Сергій Миколайович Міщук . — Київ, 2009 . — 32 с.

561. Міщук С. М. Історико-кодикографічні та бібліографічні дослідження рукописно-книжної спадщини України (друга половина XIX — 30-ті роки XX ст.) [Текст] : Дис … д-ра іст. наук: 27.00.03 / Сергій Миколайович Міщук . — Київ, 2009 . — 398 с.

562. Міщук С. М. Павло Попов — дослідник та бібліограф унікальних рукописних книг та стародруків (1920 — 1930-ті роки) / С. М. Міщук // Вісн. Акад. праці і соц. відносин Федерації профспілок України : наук.-практ. зб. — К., 2008. — № 1 (43). — С. 119—125.

563. Міщук С. М. Розвиток історико-книгознавчого опису рукописних книг та стародруків в Україні наприкінці XIX — на початку XX століття / С. М. Міщук // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — К., 2008. — № 2. — С. 55—60.

564. Міщук С. М. Рукописні та книжкові зібрання Волині у фондах Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського : історія, склад, наукове дослідження / С. М. Міщук ; відп. ред. О. С. Онищенко. — К., 2007. — 244 с.

565. Міщук С. М. З історії заснування та ліквідації Науково-академічної книгозбірні при Волинському науково-дослідному музеї (1925 — 1928 рр.) / С. М. Міщук // Пам’ятки: археографічний щоріч. / [редкол. : І. Б. Матяш (гол. ред.) та ін.]; Держкомархів України, УНДІАСД. — К., 2008. — Т. 8. — С. 39—55.

566. Москаленко А. З. Теорія журналістики : п
— - ява, 1998. — 333 с.

567. Мудра І. М. Маркетингові стратегії громадсько-політичних газет України війни : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Ірина Миколаївна Мудра . — Київ, 2014 . — 16 с.

568. Мукомела О. Г. На зламі віків: українська журналістика на початку XX ст. : навч. посіб. / О. Г. Мукомела. — К. : Грамота, 2010. — 240 с.

569. Набруско В. І. Формування громадської думки в умовах легітимації політичної влади (масовокомунікаційний вимір) : автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.03 / Віктор Іванович Набруско . — Київ, 2006. — 20 с.

570. Науково-методична комісія з журналістики та інформації Міністерства освіти і науки України: спеціалізовані вчені ради. [Електронний ресурс] //

[Науково-методична комісія з журналістики та інформації Міністерства освіти і науки України] / Інститут журналістики : [сайт] / — Електронні дані. — Київ, 2013. — URL : http://journ.univ.kiev.ua/NMK/?page_id=7 (дата звернення: 03.09.2015). — Назва з екрана.

571. Непийвода Н. Мовні засоби інформаційного комфорту / Наталія Непийвода // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2002. — Т. 7. — С. 93—97.

572. Нетреба М. М. Діяльність прес-служби банківської установи в умовах інформаційної війни : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Маргарита Миколаївна Нетреба . — Київ, 2014 . — 16 с.

573. Огар Е. Дитина і зло у сучасному медійному просторі: конструктивні і деструктивні складові взаємин / Емілія Огар // Вісник Сумського державного університету. Сер. : Філологічні науки. — 2007. —— Т. 1, № 1. — С. 51—60.

574. Огар Е. Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби): монографія / Емілія Огар — Львів: Світ, 2012. — 320 с.

575. Огар Е. Дитяча книга в умовах українського ринку / Емілія Огар // Ex professo : зб. наук. пр. — Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетр. ун-ту, 2001. — Вип. 3. — С. 414—417.

576. Огар Е. Дитяча книга як об’єкт сучасної науки і критики / Емілія Огар // Вісник Дніпропетровського національного університету. Сер. : Літературознавство. Журналістика. — 2006. — Вип. 1. — С. 344—348.

577. Огар Е. Дитяча література як об’єкт вивчення в українській науці кінця XIX —початку XX ст. / Емілія Огар // Поліграфія і видавнича справа. — 2012. — № 1. — С. 30—38.

578. Огар Е. Дитячі медіа — освіта — суспільство: труднощі із самовизначенням / Емілія Огар // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 2007. — Вип. 15. — С. 311—320.

579. Огар Е. І. Новітня українська дитяча книга: соціокультурний, комунікативний та видавничий виміри : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Емілія Ігорівна Огар . — Київ, 2013 . — 32 с.

580. Огар Е. І. Новітня українська дитяча книга: соціокультурний, комунікативний та видавничий виміри [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Емілія Ігорівна Огар . — Київ, 2013 . — 431 с.

581. Огар Е. Класика для дітей як видавничий та соціокультурний феномен / Емілія Огар // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — 2009. — Вип.1(17). — С. 280—296.

582. Огар Е. Книга для детей и современный украинский научный дискурс: Трудности с осмыслением // Ksiazka zawcze obecna: Prace ofiarowane Prof. K. Migoniowi. — Wroclaw : Wydawnictwo Universytetu Wroclawskiego, 2010. − S. 185−193.

583. Огар Е. Книжка замість «мишки»? (Дитина і читання в цифрову добу) / Емілія Огар // Наукові записки / Українська академія друкарства. — 2011. — Зб. 4(37). — С. 137—145.

584. Огар Е. Критика сучасної дитячої книги у спеціалізованій періодиці / Емілія Огар // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 2005. — Вип.13. — С. 396—409.

585. Огар Е. Мова дитячого літературного дискурсу: функціонально-комунікативні аспекти дослідження / Емілія Огар // Вісник Сумського державного університету. Сер. : Філологічні науки. — 2006. — Вип. 3. — С. 10—17.

586. Огар Е. Перекладена література в репертуарі сучасної української дитячої книги / Емілія Огар // Вісник Дніпропетровського національного університету. Сер. Літературознавство. Журналістика. — 2007. — Вип.1. — С. 66—70.

587. Огар Е. Сучасна нон-фікшн для дітей: структурні та функціональні характеристики / Емілія Огар // Наукові записки Української академії друкарства. — 2012. — № 2(39). — С. 41-47.

588. Огар Е. Сучасне дитяче книговидання: «хвороби росту» / Емілія Огар // Ученые записки Таврического национального университета им. В. Вернадского. Сер. : Филология. Социальные коммуникации. — Симферополь : ТНУ им. В. Вернадского, 2008. — Т.21(60), № 1. — С. 404—409.

589. Огар Е. Сучасні підходи до вивчення дитячої книги / Емілія Огар // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. — Львів, 2011. — Вип.1(19). — С.403—413.

590. Огар Е. Сучасні пізнавальні видання для дітей: поле для наукових роздумів / Емілія Огар // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 2003. — Вип.11. — С. 556—563.

591. Огар Е. Типологічний аналіз сучасної книги для дітей / Емілія Огар // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 1999. — Вип. 6. — С. 371—384.

592. Огар Е. Українське книго- та пресовидання для дітей (спроба загального огляду) / Емілія Огар // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 2002. — Вип.10. — С. 260—277.

593. Огар Е. Формування репертуару сучасної дитячої книги: теоретичні засади і вітчизняна практика / Емілія Огар // Вісник Дніпропетровського національного університету. Сер. : Літературознавство. Журналістика. — 2003. — № 6. — С. 283—288.

594. Огар Э. Особенности медийного критического дискурса вокруг детской книги (современный украинский опыт) / Эмилия Огар // Филологические традиции в современном литературном и лингвистическом образовании : сб. науч. ст. : в 2-х т. — М. : МГПИ, 2008. — Вып.7, Т.1. — С. 21—25.

595. Огар Э. Современная детская познавательная книга как канал популяризации знаний / Эмилия Огар // Viakas lietuviu ir pasaulio kulturose. Acta Humanitarica Universitatis Saulensis / prof. dr. B. Maskuliunas. — Siauliai, 2008.— Mokslo darbai. — T.5. — С. 179—188.

596. Олтаржевский Д. О. Методика оценки эффективности корпоративного издания как средства массовой информации / Д. О. Олтаржевский // Вестник Белорусского государственного университета. Сер. 4. Журналистика. — 2013. — № 3. — С. 76—79.

597. Олтаржевский Д. О. Роль корпоративных медиа в социализации бизнеса [Електронний ресурс] / Д. О. Олтаржевский // Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. — 2014.

— Вып. 2. — Текстові дані. — URL : http://www.mediascope.ru/node/1512 (дата звернення: 07.04.2014). — Назва з екрана.

598. Олтаржевский Д. О. Социальная роль корпоративных медиа / Д. О. Олтаржевский // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. — 2013. — № 3(116). — С. 34—41.

599. Олтаржевский Д. О. Экстериоризация корпоративных медиа в эпоху онлайн-технологий: коммуникационный аспект и социальные следствия / Д. О. Олтаржевский // Информационное общество. — 2013. — № 6. — С. 44—48.

600. Олтаржевський Д. О. Соціокомунікативна ефективність внутрішнього корпоративного мас-медіа як один із чинників розвитку бізнесу (на прикладі корпоративного видання компанії IDS Group "Акваторія") / Д. О. Олтаржевський // Інформаційне суспільство. — 2008. — Вип. 8 (лип.—груд.). — С. 22—25.

601. Олтаржевський Д. О. Створення друкованого корпоративного медіа: стратегія і тактика / Д. О. Олтаржевський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2012. — Т. 48. — С. 64—68.

602. Олтаржевський Д. О. Визначення корпоративного медіа в контексті сучасного інформаційного суспільства / Олтаржевський Д. О. // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., — 2009. — Т. 35 — С. 165—169.

603. Олтаржевський Д. О. Внутрішньофірмові медіа та їх значення в корпоративних комунікаціях / Д. О. Олтаржевський // Інформаційне суспільство. — 2012. — Вип. 16 (лип.—груд.). — С. 5—9.

604. Олтаржевський Д. О. Заголовок у корпоративному виданні / Д. О. Олтаржевський // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2010. — № 4. — С. 65—71.

605. Олтаржевський Д. О. Історична ґенеза та соціально-інформаційне функціонування корпоративної преси / Д. О. Олтаржевський // Вісник Книжкової палати. — 2010. — № 6 (167). — С. 6—9.

606. Олтаржевський Д. О. Історичні аспекти розвитку корпоративних медіа / Д. О. Олтаржевський // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2010. — № 3. — С. 87—92.

607. Олтаржевський Д. О. Класичні та нові корпоративні медіа: комунікативний аспект / Д. О.Олтаржевський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 43. — С. 31—35.

608. Олтаржевський Д. О. Корпоративне видання як інструмент public relations / Д. О.Олтаржевський // Інформаційне суспільство. — 2010. — Вип. 12 (лип.—груд.). — С. 5—9.

609. Олтаржевський Д. О. Корпоративні медіа та сучасне інформаційне суспільство / Д. Олтаржевський // Бібліотечний вісник. — 2010. — № 3. — С. 51—57.

610. Олтаржевський Д. О. Корпоративні медіа як інструмент соціальних комунікацій : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Дмитро Олегович Олтаржевський . — Київ, 2014 . — 30 с.

611. Олтаржевський Д. О. Корпоративні медіа як інструмент соціальних комунікацій [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Дмитро Олегович Олтаржевський . — Київ, 2014 . — 438 с.

612. Олтаржевський Д. О. Корпоративні медіа: поняття, типи та функції / Д. О. Олтаржевський // Інформаційне суспільство. — 2009. — Вип. 10 (лип.—груд.). — С. 27—30.

613. Олтаржевський Д. О. Критерії оцінки ефективності корпоративних видань / Д. О. Олтаржевський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., — 2011. — Т. 45. — С. 33—38.

614. Олтаржевський Д. О. Організаційно-редакційні аспекти діяльності корпоративного видання / Д. О. Олтаржевський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн.,— 2013. — Т. 50. — С. 151—156.

615. Олтаржевський Д. О. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа : монографія / Дмитро Олтаржевський. — К. : Центр вільної преси, 2013. — 312 с.

616. Олтаржевський Д. О. Особливості використання жанрової палітри в корпоративній пресі (досвід журналу "ТНК") / Д. О. Олтаржевський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., — 2009. — Т. 36. — С. 159—164.

617. Олтаржевський Д. О. Практичні проблеми дослідження корпоративних медіа / Д. О. Олтаржевський // Інформаційне суспільство. — 2009. — Вип. 9 (січ.—черв.). — С. 20—23.

618. Олтаржевський Д. О. Роль і місце корпоративних медіа в сучасній системі ЗМІ / Д. О. Олтаржевський // Наукові записки Інституту журналістики. — 2009. — Т. 34 (січ.—берез.). — С. 15—19.

619. Олтаржевський Д. О. Система рубрик у корпоративному виданні (на прикладі журналу "Наша Сандора") / Д. О. Олтаржевський // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2010. — Вип. 10. — С. 37—45.

620. Олтаржевський Д. О. Стиль і мова сучасної корпоративної періодики / Д. О. Олтаржевський // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2009. — Вип. 10. — С. 99—108.

621. Олтаржевський Д. О. Сучасна корпоративна преса у фондах Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського / Д. О. Олтаржевський // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. — 2011. — № 2. — С. 25—31.

622. Олтаржевський Д. О. Тематичні вектори корпоративного видання як чинники впливу на цільову аудиторію (досвід газети УДППЗ "Укрпошта" — "Поштовий вісник") / Д. О. Олтаржевський // Інформаційне суспільство. — 2010. — Вип. 11 (січ.—чер.). — С. 63—67.

623. Олтаржевський Д. О. Українська корпоративна періодика: сьогодення і майбутнє / Д. О. Олтаржевський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Т. 40. — С. 177—181.

624. Олтаржевський Д. О. Функціонування корпоративної преси в системі масових комунікацій / Д. О. Олтаржевський // Вісник Книжкової палати. — 2011. — № 3 (176). — С.11—13.

625. Островська Н. В. Особливості соціальнокомунікаційних технологій політичних ток-шоу в ефірі українських телеканалів : автореф. дис… канд. наук із

соціальних комунікацій: 27.00.06 / Наталія Василівна Островська . — Київ, 2015 . — 16 с.

626. Павлюк І. «Радянська Волинь» як тип української обласної компартійної газети (1931-1941, 1944-1991) / Ігор Павлюк // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. — 2004. — № 12. — С. 23—25.

627. Павлюк І. Діагностика і прогностика брехні: Екскурси в теорію комунікації / І. З. Павлюк. — Львів: Сполом, 2003. — 80 с.

628. Павлюк І. З. Українськомовна легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917-2000 років як структурна частина загальнонаціонального інформаційного простору : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікаіцй: 27.00.04 / Ігор Зиновійович Павлюк . — Київ, 2009 . — 41 с.

629. Павлюк І. З. Українськомовна легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917-2000 років як структурна частина загальнонаціонального інформаційного простору [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікаіцй: 27.00.04 / Ігор Зиновійович Павлюк . — Київ, 2009 . — 381 с.

630. Павлюк І. Ліберальна традиція в український пресі Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917-1939 рр. / Ігор Павлюк // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. / НАН України. Львів. наук.б-ка ім. В. Стефаника, Наук. дослід. центр періодики; Відп. ред. М. М. Романюк. — Львів, 2000. — Вип. 7. — С. 90—105.

631. Павлюк І. Легальна українськомовна преса Волині й Полісся «спеціального призначення» в роки фашистської окупації (1941-1944) як історичне джерело / Ігор Павлюк // Проблеми славістики / Волинський державний ун-т, Волинський Академічний Дім; редкол. : В. Зубович (гол. ред.) та ін. — Луцьк, 2000. — Ч. 2. — С. 35—49.

632. Павлюк І. Освітні часописи Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917-1939 рр. / Ігор Павлюк // Проблеми педагогічних технологій / Волинський держ. ун-т.; Редкол. : В. Зубович (гол. ред.) та ін. — Луцьк, 1999. — Вип. 4. — С. 11—19.

633. Павлюк І. Преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1941-1944 рр.: історико-типологічний та ідеологічний аналіз / Ігор Павлюк // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. / НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника, Наук.-дослід. центру періодики; Відп. ред. М. М. Романюк. — Львів, 2001. — Вип. 9. — С. 192—205.

634. Павлюк І. Публікації із префіксом „анти» у легальній пресі Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя (1941-1944) / Ігор Павлюк // Журналістика: наук. зб. — 2004. — Вип.3. — С. 48—56.

635. Павлюк І. Релігійна, спортивна, медична, природознавча періодика Волині останнього десятиліття XX ст. / Ігор Павлюк // Проблеми славістики: Волинський державний ун-т, Волинський Академічний Дім; редкол. : В. Зубович (гол. ред.) та ін. — Луцьк, 2002. — Ч. 1. — С. 35—56.

636. Павлюк І. Селянська преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917-1939 рр. / Ігор Павлюк // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника, Наук. дослід. центр періодики; Відп. ред. М. М. Романюк. — Львів, 2000. — Вип. 8. — С. 90—114.

637. Павлюк І. Українська легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917-1939, 1941-1944 рр. / Ігор Павлюк // НАН України. ЛНБ ім. В. Стефаника, НДЦ періодики. — Львів : Каменяр, 2001. — (Періодичні видання регіонів України). — 286 с.

638. Павлюк І. Українська легальна преса Холмщини та Підляшшя (1941-1944) / Ігор Павлюк // Записки Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаника : [зб. наук. праць]/ НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника; Редкол. : Л. І. Крушельницька (відп. ред.) та ін. — Львів, 2002. — Вип. 9-10. — С. 187—194.

639. Павлюк І. Українська преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя (1917-1939 рр.): Історико-типологічний огляд / Ігор Павлюк // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. / НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника, Наук. дослід. центр періодики; За ред. М. М. Романюка. — Львів, 1998. — Вип. Y. — С. 174—192.

640. Павлюк І. Українська преса Волинської області 1939-1941, 1944-2000 рр.: Моногр. / І. З. Павлюк. — Луцьк: Волинська обласна друкарня, 2004. — 508 с.

641. Павлюк І. Українська преса Володимира-Волинського 1919-2000 рр. як історичне джерело / Ігор Павлюк // Минуле і сучасне Волині та Полісся: Володимир-Волинський в історії України та Волині : зб. наук. праць. — 2004. — С. 121—127.

642. Павлюк І. Українські часописи Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя (1917-1939 рр.): Анотований покажчик / І. З. Павлюк. — Львів; Луцьк : Надстир'я, 1997. — 180 с.

643. Павлюк І. Улас Самчук і преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1937-2000 років / Ігор Павлюк // Слово і час. — 2005. — № 7. — С. 61—65.

644. Павлюк І. Церковне життя на сторінках українських часописів Волині, Полісся, Холмщини та Піляшшя (1917-1939 рр.) / Ігор Павлюк // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. / НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника, Наук. дослід. центр періодики; Відп. ред. М. М. Романюк. — Львів, 1999. — Вип. 6. — С. 185—216.

645. Павлюк І. Патріотична та антибільшовицька українська преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя (1917-1939 рр.) / Ігор Павлюк // Записки Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаника: [зб. наук. праць] / НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника; Редкол. : Л. І. Крушельницька (відп. ред.) та ін. — Львів, 2000. — Вип. 7 / 8. — С. 332—357.

646. Павлюк І., Мартинюк М. Хрестоматія української легальної преси Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917-1939, 1941-1944 рр. — Луцьк: ПВД «Твердиня», 2004. — 428 с. (у співав. з М. Мартинюком).

647. Паливода Ю. В. Автор і редактор як організатори ефективного комунікаційного середовища редакційно-видавничого процесу (на матеріалі видання навчальної літератури для ВНЗ) : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Юлія В'ячеславівна Паливода . — Київ, 2011 . — 20 с.

648. Паримський І. С. Актуалізація концепції національної преси у контексті суспільної демократизації / І. С. Паримський // Українське журналістикознавство. — 2009. — Вип. 10. — С. 23—25.

649. Паримський І. С. Актуалізація концепції національної преси у контексті суспільної демократизації / І. С. Паримський // Наукові записки Інституту журналістики. — 2012. — Т. 48. — Лип.—верес. — С. 32—34.

650. Паримський І. С. Генеза національної преси / І. С. Паримський. — К. : РВЦ КНУВС, 2005. — 56 с.

651. Паримський І. С. Журналістські цінності й технології / І. С. Паримський. — К. : Вид-во Ін-ту журналістики КНУ іменя Тараса Шевченка, 2007. — 72 с.

652. Паримський І. С. Загальні тенденції розвитку сучасної преси в Україні як важливої передумови творення інформаційного суспільства / І. С Паримський // Актуальні питання масової комунікації. — 2011. — Вип. 12. — С. 5—8.

653. Паримський І. С. Концептуалітика сучасної преси / І. С. Паримський. — К. : РВЦ КНУВС, 2006. — 72 с.

654. Паримський І. С. Національна преса — національна влада — національне суспільство : вектори взаємодії та суперечностей / І. С. Паримський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2012. — Т. 46. — С. 152—155.

655. Паримський І. С. Національна преса — суспільна домінанта інформаційного простору демократичної держави : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ігор Святославович Паримський . — Київ, 2013 . — 32 с.

656. Паримський І. С. Національна преса — суспільна домінанта інформаційного простору демократичної держави [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ігор Святославович Паримський . — Київ, 2013 . — 425 с.

657. Паримський І. С. Національна преса. Сучасні проблеми теорії : монографія / І. С. Паримський. — К. : Вид-во Ін-ту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2007. — 288 с.

658. Паримський І. С. Національні ідеали в інформаційному суспільстві: концептуальні засади / І. С. Паримський // Інформаційне суспільство. — 2013. — № 17. — С. 90—94.

659. Паримський І. С. Політико-соціологічні фактори діяльності сучасної національної преси / І. С. Паримський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2012. — Т. 49. — С. 33—36.

660. Паримський І. С. Свобода вибору — свобода ідеалів / І. С. Паримський. — К. : Вид-во Ін-ту журналістики КНУ іменя Тараса Шевченка, 2006. — 80 с.

661. Паримський І. С. Своєрідність предмета національної журналістики: відображення історичної спадкоємності та сучасних суспільних відносин / І. С. Паримський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 43. — С. 70—73.

662. Паримський І. С. Сучасна преса як творець національно-політичної стратегії консолідації суспільства / І. С. Паримський // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011 — Т. 42. — С. 121—124.

663. Паримський І. С. Традиційність і новаторство національної журналістики / І. С. Паримський // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2012. — Вип. 13. — С. 24—26.

664. Партико З. В. Нормативна концепція теорії редагування [Текст] : Дис. … д-ра філол. наук. : 10.01.08 / Зіновій Васильович Партико. — Київ, 2004. — 622 с.

665. Парфенюк І. М. Сучасні інформаційні війни в Україні: комунікаційні, соціокультурні та історичні аспекти : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Ігор Миколайович Парфенюк . — Київ, 2013 . — 19 с.

666. Паспорти спеціальностей галузі 27.00.00 «Соціальні комунікації». [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка] / Інститут журналістики : [сайт] / — Електронні дані. — Київ, 2008. — URL: http://

www.journ.univ.kiev.ua/nauka/naukova_stor/Pasport_CK_VAK.pdf (дата звернення: 01. 09. 2015). — Назва з екрана.

667. Пашкова В. С. Еволюція національних бібліотечних асоціацій (1876-2009) : автореф. дис … д-ра іст. наук : 27.00.03 / Валентина Степанівна Пашкова . — Київ, 2010 . — 40 с.

668. Пашкова В. С. Еволюція національних бібліотечних асоціацій (1876-2009) [Текст] : Дис … д-ра іст. наук : 27.00.03 / Валентина Степанівна Пашкова . — Київ, 2010 . — 383 с.

669. Пашкова В. С. Національні бібліотечні асоціації, 1876—2008 : монографія / В. С. Пашкова. — Х. : Акта, 2009. — 336 с.

670. Пашкова В. С. Бібліотечні асоціації та створення нового іміджу бібліотеки й бібліотечної професії / В. С. Пашкова // Вісн. Кн. палати. — 1997. — № 4. — С. 18—21.

671. Пашкова В. С. Видавнича діяльність національних бібліотечних асоціацій / В. С. Пашкова // Вісн. Кн. палати. — 2004. — № 2. — С. 3—5.

672. Пашкова В. С. Внесок професійних бібліотечних об’єднань у безперервну освіту / В. С. Пашкова // Бібл. планета. — 2007. — № 3 — С. 10—14.

673. Пашкова В. С. Год становления и развития [Украинской библиотечной ассоциации] / В. С. Пашкова // Библиотека (Россия), 1997. — № 2. - С. 71—73.

674. Пашкова В. С. Захист прав та інтересів бібліотечних працівників національними бібліотечними асоціаціями: теорія і практика / В. С. Пашкова // Бібл. планета. — 2007. — № 4. - С. 8—11.

675. Пашкова В. С. Періодичні видання національних бібліотечних асоціацій / В. С. Пашкова // Бібл. планета. — 2001. — № 2. — С. 29—31.

676. Пашкова В. С. Причини вступу до бібліотечних асоціацій: аналіз зарубіжних публікацій і досвід Української бібліотечної асоціації / В. С. Пашкова // Вісн. Кн. палати. — 2009. — № 8. — С. 15—17.

677. Пашкова В. С. Роль національних бібліотечних асоціацій в розробці та удосконаленні бібліотечно-інформаційного законодавства: зарубіж. досвід / В. С. Пашкова // Вісн. Кн. палати. — 1997. — № 7. — С. 7-9 ; № 8. — С. 9—11.

678. Пашкова В. С. Становлення та розвиток видавничої діяльності Української бібліотечної асоціації / В. С. Пашкова // Вісн. Кн. палати. — 2004. — № 4. — С. 15—17.

679. Пашкова В. С. Теоретико-методологічний аналіз діяльності професійних бібліотечних об’єднань / В. С. Пашкова // Бібл. вісн. — 1998. — № 4. — С. 12—17.

680. Пашкова В. С. Українська бібліотечна асоціація: досягнення та перспективи розвитку / В. С. Пашкова // Вісн. Кн. палати. — 1997. — № 9. — С. 3—7.

681. Пенчук І. Л. Телебачення для дітей в Україні : інформаційно-емоційний і змістовно-тематичний потенціал : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Інна Леонідівна Пенчук . — Харків, 2012 . — 40 с.

682. Пенчук І. Л. Телебачення для дітей в Україні : інформаційно-емоційний і змістовно-тематичний потенціал [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Інна Леонідівна Пенчук . — Харків, 2012 . — 472 с.

683. Пенчук І.Л. Взаємодія зображення і звука в мульт-анімаційних елементах у структурі дитячої телепередачі / І.Л. Пенчук // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 2009. — Вип. 1 (17). — С. 422—431.

684. Пенчук І.Л. Дитячі ЗМІ в системі інтегрованої медіаосвіти / І. Л. Пенчук // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 2. — С. 82—87.

685. Пенчук І.Л. Телебачення для дітей в Україні : монографія / І.Л. Пенчук. — Запоріжжя : КПУ, 2011. — 384 с.

686. Пенчук І. Л. Дитяче телебачення в УРСР 1972—1991 рр. / І. Л. Пенчук // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 4. — С. 82—87.

687. Пенчук І. Л. Дитяче телевізійне об'єднання у контексті соціальної адаптації юних журналістів / І.Л. Пенчук // Теле- та радіожурналістика. — Львів, 2011. — Вип. 10. — С. 130—136.

688. Пенчук І. Л. Становлення і розвиток дитячого кіно і телебачення в Україні / І. Л. Пенчук // Держава і регіони. Серія : Гуманітарні науки. — 2011. — № 2. — С. 141—149.

689. Пенчук І.Л. Аудіальне сприйняття телевізійної інформації дитячою аудиторією / І.Л. Пенчук // Теле- та радіожурналістика. — Львів, 2011. — Вип. 11. — С. 238—245.

690. Пенчук І.Л. Аудіовізуальний канал інформації в контексті ефективності переконання дитячої аудиторії / І.Л. Пенчук // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2010. — Вип. 10. — С. 46—53.

691. Пенчук І.Л. Вікові особливості сприйняття дитячих програм на телебаченні (міжнародний досвід) / І.Л. Пенчук // Теле- та радіожурналістика. — Львів, 2009. — Вип. 8. — С. 58—67.

692. Пенчук І.Л. Вплив освітнього телевізійного контенту на розвиток дитячої уваги і зосередженості / І.Л. Пенчук // Держава і регіони. Серія : Гуманітарні науки. — 2011. — № 3. — С. 127—132.

693. Пенчук І.Л. Жанр телевізійної вечірньої казки: історія та перспективи розвитку / І.Л. Пенчук // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2009. — Т. 37. — С. 33—34.

694. Пенчук І.Л. Інформаційно-емоційний вплив спеціалізованих дитячих телепередач / І.Л. Пенчук // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 3. — С. 87—94.

695. Пенчук І.Л. Освітньо-пізнавальні телевізійні програми у контексті розвитку дитячої уваги / І.Л. Пенчук // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред.

кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2008. — Вип. 7. — С. 204—213.

696. Пенчук І.Л. Особливості сприйняття дитячих програм старшою дошкільною і молодшою шкільною віковими групами / І.Л. Пенчук // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя. — 2007. — № 4. — С. 79—87.

697. Пенчук І.Л. Роль медіа в системі дитячої медіакомпетентності / І.Л. Пенчук // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 1. — С. 78—83.

698. Пенчук І.Л. Телебачення для немовлят: американський досвід / І.Л. Пенчук // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2009. — Вип. 8. — С. 107—119.

699. Пенчук І.Л. Форми впливу аудіовізуальних засобів масової комунікації на процес читання дитини / І.Л. Пенчук // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2010. — № 2. — С. 61—66.

700. Пенчук І.Л. Функціонально-жанрові особливості телевізійних освітніх програм / І.Л. Пенчук // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2010. — № 4. — С. 71—79.

701. Подпружнікова О. П. Рекламний персонаж як явище в соціальній комунікації: креативний та функціональний аспекти : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Ольга Петрівна Подпружнікова . — Київ, 2013 . — 16 с.

702. Пономаренко Л. Г. Морально-етичний дискурс мас-медіа початку XXI ст. : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Людмила Григорівна Пономаренко . — Запоріжжя, 2012 . — 36 с.

703. Пономаренко Л. Г. Морально-етичний дискурс мас-медіа початку XXI ст. [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Людмила Григорівна Пономаренко . — Запоріжжя, 2012 . — 428 с.

704. Пономаренко Л.Г. Мораль та етика в професійній діяльності журналіста: антиномії сутності / Л.Г. Пономаренко // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2011. — Вип. 12. — С. 61—69.

705. Пономаренко Л.Г. Моральні цінності в журналістській діяльності / Л.Г. Пономаренко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., — К., 2010. — Т. 41. — С. 153—156.

706. Пономаренко Л.Г. Морально-етичний дискурс ЗМІ та християнські принципи комунікації: бути чи не бути? / Л.Г. Пономаренко // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя. —2010. — № 3. — С. 119—124.

707. Пономаренко Л.Г. Морально-етичний дискурс сучасних електронних та друкованих ЗМІ : монографія / Л.Г. Пономаренко. — Запоріжжя : КПУ, 2011. — 328 с.

708. Пономаренко Л.Г. Негативна моральна оцінка в журналістських матеріалах / Л.Г. Пономаренко // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя. — 2011. — № 3. — С. 133—139.

709. Пономаренко Л.Г. Особливості слів-амеб та моральних симулякрів у сучасному мас-медійному дискурсі / Л.Г. Пономаренко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 1. — С. 84—88.

710. Пономаренко Л.Г. Патріотизм як моральний принцип журналістики в сучасному мас-медійному дискурсі / Л.Г. Пономаренко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 2. — С. 98—102.

711. Пономаренко Л.Г. Позитивна моральна оцінка в журналістських матеріалах / Л.Г. Пономаренко // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. — Запоріжжя. — 2011. — № 2. — С. 155—161.

712. Пономаренко Л.Г. Рецепція біблійних антропонімів сучасним мас-медійним дискурсом / Л.Г. Пономаренко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Філологія. — Ужгород, 2007. — Вип. 17. — С. 104—107.

713. Пономаренко Л.Г. Свобода слова: біблійно-медійний аспект / Л.Г. Пономаренко // Теле- та радіожурналістика. — Львів, 2010. — Вип. 9. — Ч. 2. — С. 123—127.

714. Пономаренко Л.Г. Характеристика сучасного морально-етичного дискурсу ЗМІ / Л.Г. Пономаренко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 4. — С. 99—103.

715. Попик В. І. Концептуальні засади формування вітчизняних електронних ресурсів історико-біографічної інформації / В. І. Попик // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. — К., 2010. — Вип. 28. — С. 453—466.

716. Попик В. І. Місце і роль бібліотек у формуванні та інтеграції ресурсів біографічної інформації / В. І. Попик // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. — К., 2012. — Вип. 34. — С. 477—491.

717. Попик В. І. Ресурси біографічної та біобібліографічної інформації в системі національної спадщини : історія, методологія, розвиток : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Володимир Іванович Попик . — Київ, 2014 . — 36 с.

718. Попик В. І. Ресурси біографічної та біобібліографічної інформації в системі національної спадщини : історія, методологія, розвиток [Текст] : Дис… д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.03 / Володимир Іванович Попик . — Київ, 2014 . — 514 с.

719. Попик В. І. Ресурси довідкової біографічної інформації : історичний досвід формування, сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку / В. І. Попик − К. : Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, 2013. — 520 с.

720. Попик В. І. Формування вітчизняних ресурсів біографічної інформації: від витоків Національного відродження до здобуття Україною незалежності / В. І. Попик // Бібліотечний вісник. — 2012. — № 3 — С. 21—31.

721. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2006 р. №1718 «Про доповнення переліку галузей науки, з яких може бути присуджений нуковий ступінь. [Електронний ресурс] // [Верховна Рада України] / Відділ баз данних нормативно-правової інформації : [сайт] / — Електронні дані. — Київ, 2006. — URL : http:// http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1718-2006-%D0%BF (дата звернення: 12. 08. 2015). — Назва з екрана.

722. Постанова Кабінету Міністрів України від 24 липня грудня 2013 р. №567 «Про Затвердження порядку присудження наукових ступенів.

[Електронний ресурс] // [Верховна Рада України] / Відділ баз даних нормативно-правової інформації : [сайт] / — Електронні дані. — Київ, 2006. — URL : http:// http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/567-2013-%D0%BF (дата зверенення 7. 10. 2016). — Назва з екрана.

723. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. № 266«Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти». [Електронний ресурс] // [Урядовий портал : єдиний веб-портал органів виконавчої влади України] / — Електронні дані. — Київ, 2015. — URL : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248149695 (дата звернення: 15.01.2016). — Назва з екрана.

724. Потятиник Б. В. Патогенний текст у масовій комунікації: ідентифікація, типологія, нейтралізація [Текст] : Дис... д-ра філол. наук: 10.01.08 / Потятиник Борис Володимирович . — Львів, 1996. — 349 с.

725. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. — К. : Знання, 2008. — 663 с.

726. Почепцов Г. Г. Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей / Г. Г. Почепцов. — К. : Альтерпрес, 2010. — 253 с.

727. Почепцов Г. Теорія комунікацій / Г. Почепцов. — 2-е вид. доп. — К. : ВЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.

728. Почепцов Г. Г. Инжиниринг будущего : лекции по стратегическим и форсайтным исследованиям / Г. Г. Почепцов. — К. : Альтерпрес, 2010. — 304 с.

729. Почепцов Г. Г. Паблик рилейнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. — К. : «Ваклер», 2005. — 624 с.

730. Різун В. В. До питання про соціальнокомунікаційні наукові проблеми і наукові проблеми взагалі [Електронний ресурс] // Актуальні дослідження Українських наукових шкіл у галузі соціальних комунікацій : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції. — Київ, 2013. — URL : http://journlib.univ.kiev.ua/Articles/Zbirnyk_tez_2013.pdf (дата звернення: 04.03.2015). — Назва з екрана.

731. Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. — 2-ге вид. перероб. і доп. — Київ : Преса України, 2008. — 144 с.

732. Різун В. В. Моделювання і технологія редакторських систем [Текст] : Дис ... д-ра філол. наук: 10.01.08 / Різун Володимир Володимирович. — Київ, 1996. — 370 с.

733. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна] / Інститут журналістики : [сайт] / — Електронні дані. — Київ, 2011.— URL : http://journlib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (дата звернення: 11.04 2014). — Назва з екрана.— 9 с.

734. Різун В. В. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства : монографія / В. В. Різун, Т. А. Трачук. — Київ. нац. у-нт ім. Тараса Шевченка. — К., 2005. — 232 с.

735. Різун В. В. Маси : текст лекцій / В. В. Різун. — К. : ВПЦ «Київський університет», 2003. — 118 с.

736. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підруч. Для студ. Галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. — К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. — 260 с.

737. Різун В.В. Технології у гуманітарній сфері / В. В. Різун //Гуманітарні технології : конспект лекцій / За ред. В.В. Різуна. — К., 1994, — С. 6 — 19.

738. Розпорядження про бакалаврський мінімум [Електронний ресурс] // [Інститут журналістики] : [сайт] / Електронні дані. —Київ, 2014. — URL : http://journ.univ.kiev.ua/files/rozp85_14.pdf (дата звернення: 11.12.2015). — Назва з екрана.

739. Ромат Е. В. Реклама : учеб. пособие для вузов / Е. В. Ромат. — 5-е изд. — СПб. : Питер, 2002. — 544 с.

740. Рудницька Г. В. Зовнішній вектор соціальної комунікації на матеріалах італійської преси : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ганна Валеріївна Рудницька . — Київ, 2013 . — 17 с.

741. Рябічев В.Л. Сучасний стан розвитку мережевих ЗМІ: європейський досвід та українська практика / В. Л. Рябічев, Ю. М. Нестеряк, Н. О. Іллюк // Інформаційне суспільство. —2013. — Вип.17. — С. 5—9.

742. Садовник О. О. Засоби масової комунікації та формування іміджу українського спорту (за матеріалами преси та сайтів інформаційної мережі Інтернет) : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Олена Олександрівна Садовник . — Київ, 2009 . — 20 с.

743. Сащук Г. М. Політико-культурологічні детермінанти формування інформаційного суспільства в Україні : автореф. дис. ... д-ра політ. наук : 23.00.03 / Ганна Миколаївна Сащук . — Київ, 2012. — 36 с.

744. Семенюк Г. С. Медіавіруси як складник контенту українських мережевих видань : автореф. дис… канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Гліб Сергійович Семенюк . — Київ, 2014. — 15 с.

745. Сидоренко Н. М. Історія української журналістики. Особистості XIX — XX століть : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. / Н. М. Сидоренко. — К. : Київ. ун-т, 2012. — 159 с.

746. Ситник О. В. Комунікативна спрямованість композиційно-графічного моделювання як складник стратегії розвитку новинних порталів : автореф. дис… канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Олексій Валерійович Ситник . — Київ, 2015. — 16 с.

747. Сищук О. А. Комунікаційна діяльність центральних органів виконавчої влади України : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Олексій Андрійович Сищук . — Київ, 2014 . — 17 с.

748. Скуленко М. И. Убеждающее воздействие публицистики / М. И. Скуленко. — К. : Вища школа, 1986. — 180 с.

749. Сніцарчук Л. «За усуспільнення звання журналіста»: особливості організації фахової діяльності (за публікаціями української преси Галичини 20—30-х рр. XX ст.) // Журналістика : наук. зб. / Київський університет ім. Тараса Шевченка , Інститут журналістики ; за ред. Н. М. Сидоренко. — К. : Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2009. — Вип. 8(33). — С. 13—21.

750. Сніцарчук Л. «Крок вперід!» або Темпоральна референтність часопису «Час» (1931—1932 рр.) / Лідія Сніцарчук // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаника, НДЦ періодики ; ред. кол.: М. М. Романюк (відп. ред.) та ін. — Львів, 2002. — Вип. 10. — С. 174—180.

751. Сніцарчук Л. В. Преса радянської України 20—30-х рр. XX ст.: інформаційні приводи для галицьких журналістів / Л. В. Сніцарчук // Вісник Дніпропетровського університету. — Д. : Вид-во Дніпропетровського національного університету, 2008. — Т. 16, № 12. — С. 129—135. — (Сер.: Літературознавство. Журналістика ; Вип. 10: Соціальні комунікації).

752. Сніцарчук Л. В. Українська преса Галичини (1919—1939 рр.) і журналістикознавчий дискурс : монографія / Лідія Сніцарчук ; НАН України, ЛННБУ ім. В. Стефаника, Відділення «Науково-дослідний центр періодики». — Львів, 2009. — 416 с.

753. Сніцарчук Л. В. Українська преса Галичини (1919-1939 рр.): політико-правові умови функціонування, тенденції розвитку, організаційно-журналістська практика : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Лідія Віталіївна Сніцарчук . — Київ, 2010 . — 32 с.

754. Сніцарчук Л. В. Українська преса Галичини (1919-1939 рр.): політико-правові умови функціонування, тенденції розвитку, організаційно-журналістська практика [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Лідія Віталіївна Сніцарчук . — Київ, 2010 . — 506 с.

755. Сніцарчук Л. Діяльність фахових організацій українських журналістів у 20—30-ті рр. XX ст. / Лідія Сніцарчук // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / НАН України, ЛННБУ ім. В. Стефаника, Відділення «Науково-дослідний центр періодики» ; ред. кол.: М. М. Романюк (відп. ред.) та ін. — Львів, 2008. — Вип. 1(16). — С. 3—18.

756. Сніцарчук Л. Особливості українського пресовидання в Галичині: 1920— 1923 рр. (за матеріалами тогочасної преси) / Лідія Сніцарчук // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2007. — Вип. 6. — С. 21—32.

757. Сніцарчук Л. Правові норми функціонування української преси Галичини 20—30-х рр. XX ст. / Лідія Сніцарчук // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору : зб. наук. пр. / Національний університет «Києво-Могилянська академія», Галицький інститут ім. В'ячеслава Чорновола. — Тернопіль ; Львів : ЛА «Піраміда», 2008. — Т. 2. — С. 280—284.

758. Сніцарчук Л. Українська преса міжвоєнної Галичини і цензура: особливості відносин / Лідія Сніцарчук // Журналістика, філологія та медіаосвіта : зб. наук. доп. : у 2 т. / Факультет філології та журналістики Полтавського державного педагогічного університету ім. В. Г. Короленка. — Полтава : Освіта, 2009. — Т. 2. — С. 330—333.

759. Сніцарчук Л. Український «Громадський Голос» (1922—1939 рр.) і аудиторія: комунікаційні особливості / Лідія Сніцарчук // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаника, Відділення «Науково-дослідний центр періодики» ; ред. кол.: М. М. Романюк (відп. ред.) та ін. — Львів, 2007. — Вип. 15. — С. 428—435.

760. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А.В.Соколов. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. — 461 с.

761. Соловйов С. Г. Реклама в галузі науки і техніки (за матеріалами періодичної преси) : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Сергій Григорович Соловйов . — Київ, 2008 . — 19 с.

762. Стрішенець Н. В. Поняття «комплектування» в американській бібліотечній термінології / Надія Стрішенець // Вісн. Книжкової палати. — 2009. — № 2. — С. 23—26.

763. Стрішенець Н. В. Поняття предметних рубрик в американському бібліотекознавстві / Н. Стрішенець // Бібл. планета. — 2010. — № 2. — С. 12—16.

764. Стрішенець Н. В. Розвиток бібліотечно-інформаційної терміносистеми США (кінець XX — початок XXI ст.) : автореф. дис … д-ра іст. наук: 27.00.03 / Надія Володимирівна Стрішенець . — Київ, 2012 . — 39 с.

765. Стрішенець Н. В. Розвиток бібліотечно-інформаційної терміносистеми США (кінець XX — початок XXI ст.) [Текст] : Дис … д-ра іст. наук: 27.00.03 / Надія Володимирівна Стрішенець . — Київ, 2012 . — 450 с.

766. Стрішенець Н. В. Сучасна американська бібліотечно-інформаційна терміносистема : бібліотекознавчий аспект / Н. В. Стрішенець ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. Вернадського. — К.: НБУВ, 2011. — 501 с.

767. Супрун Л. В. Деривати лексеми «нація» у системі ментальних цінностей Франка-вісниківця / Л. В. Супрун // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2009. — Т. 37. — С. 150—154.

768. Супрун Л. В. Комунікаційна система «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника») : мовноментальні детермінанти : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Людмила Вікторівна Супрун . — Київ, 2013 . — 32 с.

769. Супрун Л. В. Комунікаційна система «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника») : мовноментальні детермінанти [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Людмила Вікторівна Супрун . — Київ, 2013 . — 462 с.

770. Супрун Л. В. Концепт «держава» як ключовий у мовній ментальності Д. Донцова-вісниківця / Людмила Супрун // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2011. — Вип. 12. — С. 30—42.

771. Супрун Л. В. Мовноментальні особливості комунікаційної системи «Літературно-Наукового Вістника» : монографія / Л. В. Супрун. — Вінниця : Вінницька обл. друкарня, 2012. — 507 с.

772. Супрун Л. В. Націєценрична ментальність Івана Франка — головного редактора «Літературно-Наукового Вістника» / Л. В. Супрун // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. — Філологічні науки. — 2009. — № 25. — С. 37—43.

773. Супрун Л. В. Тотемічні назви в континуумі «Літературно-наукового вісника» (1898-1906) як атрактанти читацьної уваги / Л. В. Супрун // Вісник

Харківської державної академії культури: збірник наук. праць / за заг. ред. В. М. Шейка. — Харків : ХДАК, 2010. — Вип. 29. — С. 152—159.

774. Супрун Л. В. Український гумор як медіативна тактика вісниківської комунікації М. Грушевського / Людмила Супрун // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2010. — Вип. 11. — С. 52—60.

775. Супрун Л. В. Український народ на сторінках «Літературно-Наукового Вістника» за редакцією Михайла Грушевського / Л. В. Супрун // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Том 39. — С. 102—105.

776. Супрун Л. Проблеми української мови у вісниківській публіцистиці Михайла Грушевського / Людмила Супрун // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2010. — Вип. 10. — С. 189—201.

777. Супрун Л. Російські менталеми у вісниківській публіцистиці Івана Франка / Людмила Супрун // Діалог: медіа-студії : зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2009. — Вип. 9. — С. 257—276.

778. Супрун Л. Українська мовна ментальність: динаміка становлення у публіцистиці / Людмила Супрун // Соціальні комунікації сучасного світу: науково-теоретичний збірник за матеріалами першої міжнародної конференції (19-20 лютого 2009 р., м. Запоріжжя) / гол. ред. О. М. Холод. — Кривий Ріг : Вид-во Криворізького навч. Центру Одеської національ. юрид. академії, 2009. — С. 201—205.

779. Супрун Л. Функціонально-семантичне поле ад'єктива «національний» у ЛНВісниківському дискурсі Івана Франка / Людмила Супрун // Стиль і текст : наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2009. — Вип. 10. — С. 144—159.

780. Теремко В. Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія / Василь Теремко. — К. : Академвидав, 2012. — 328 с. — (Серія «Монограф»).

781. Теремко В. І. Автор у стратегічній системі видавництва / В. І. Теремко // Поліграфія і видавнича справа. — 2012. — № 1 (57). — С. 16—29.

782. Теремко В. І. Видавничі стратегії в умовах суспільних трансформацій : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.05 / Василь Іванович Теремко . — Київ, 2013 . — 38 с.

783. Теремко В. І. Видавничі стратегії в умовах суспільних трансформацій [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.05 / Василь Іванович Теремко . — Київ, 2013 . — 445 с.

784. Теремко В. І. Деякі особливості утвердження ринкових засад у книговидавничій галузі України / В. І. Теремко // Поліграфія і видавнича справа. — 2006. — № 2. — С. 35—38.

785. Теремко В. І. Контекстуальний вплив соціальних трансформацій в Україні на розвиток вітчизняної видавничої сфери / В. І. Теремко // Наукові записки (Укр. акад. друкарства). — 2012. — № 2 (39). — С. 3—21.

786. Теремко В. І. Наративні та читацькі стратегії у стратегічному контексті видавничої діяльності / Василь Теремко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., — 2012. — Т. 46. — С. 129—137.

787. Теремко В. І. Стратегічний потенціал видавництва як джерело його ефективності і перспектив / В. І. Теремко // Поліграфія і видавнича справа : наук.-техн. зб. — 2011. — № 1 (53). — С. 10—18.

788. Теремко В. І. Сучасна видавнича справа: між стратегічними загрозами і можливостями / В. І. Теремко // Поліграфія і видавнича справа. — 2011. — № 4. — С. 3—12.

789. Теремко В. І. Феноменологічні виміри стратегії та її роль у життєдіяльності видавництва / Василь Теремко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2012. — Т. 47. — С. 24—33.

790. Теремко В. Стратегічний вимір видавничої діяльності як теоретико-прикладна проблема / Василь Теремко // Вісник книжкової палати. — 2011. — № 1. — С. 10—13.

791. Теремко В. Стратегічний контекст діяльності видавництва в теоретико-прикладному вимірі / Василь Теремко // Вісник книжкової палати. — 2011. — № 10. — С. 7—9.

792. Теремко В. Стратегічні виклики друкованій культурі в електронну еру / Василь Теремко // Вісник книжкової палати. — 2011. — № 5. — С. 14—18.

793. Теремко В. Стратегічні виклики сучасному вітчизняному книговиданню / Василь Теремко // Зб. праць науково-дослідного центру періодики. — 2010. — Вип. 2 (18). — С. 483—495.

794. Теремко В. Стратегічні випробування електронною книжністю / Василь Теремко // Вісник книжкової палати. — 2011. — № 4. — С. 10—14.

795. Теремко В. Читання як стратегічний контекстотвірний чинник у видавничій справі / Василь Теремко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 45. — С. 10—16.

796. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця / М. С. Тимошик. — К. : Наша культура і наука, 2006. — 560 с.

797. Тишевська-Шапошник О. В. Комунікативні стратегії розвитку туристичної діяльності в регіоні : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ольга Володимирівна Тишевська-Шапошник . — Харків, 2013 . — 19 с.

798. Тріщук О. В. Аналіз способів підвищення інформативності реферативного тексту: його застосування в університетській освіті журналістів / О. В. Тріщук // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. — Серія Філологія. — 2007. — № 766. — Вип. 51. — С. 29—33.

799. Тріщук О. В. Вираження авторства в реферативному тексті / О. В. Тріщук // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. — Серия филологическая. — Том 20 (59). — 2007. — № 2. — С. 138— 145.

800. Тріщук О. В. Заголовок реферативного тексту / О. В. Тріщук // Мова і культура. — К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2007. — Вип. 9. —Т. VII (95). Мова і засоби масової комунікації. — С. 225—232.

801. Тріщук О. В. Засоби вираження зв’язності в реферативному тексті / О. В. Тріщук // Поліграфія і видавнича справа. — 2007. — Вип.1 (45). — С. 32—38.

802. Тріщук О. В. Інформативність реферативного тексту / О. В. Тріщук // Вісник Прикарпатського національного університету імені В. Стефаника. — Філологія. — 2007. — Вип. XV—XVIII. — С. 599—602.

803. Тріщук О. В. Модальність реферативного тексту / О. В. Тріщук // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2007. — Том 27. — С. 116—122.

804. Тріщук О. В. Науково-інформаційний дискурс як соціокомунікативне явище / Тріщук О. В. — К. : НТУУ „КПІ”, 2009. — 392 с.

805. Тріщук О. В. Образність у реферативному тексті / О. В. Тріщук // Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика : зб. наук. пр. — Вип. 17. — К. : Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2008. — С. 101—111.

806. Тріщук О. В. Описовий тип викладу в первинному і вторинному текстах / О. В. Тріщук // Науковий вісник Ужгородського університету. — Серія Філологія. — 2007. — Вип. 17. — С. 119—123.

807. Тріщук О. В. Оповідь у первинному та вторинному текстах / О. В. Тріщук // Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика : зб. наук. пр. — Вип. 16. — К. : Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2008. — С. 113—122.

808. Тріщук О. В. Основні категорії реферативного тексту / О. В. Тріщук // Мовознавчий вісник : зб. наук. пр. / Черкаський нац. ун-т імені Б. Хмельницького. — Черкаси : Брама-Україна, 2007. — Вип. 4. — С. 260—267.

809. Тріщук О. В. Психологія референта : акцентуація особистості в аспекті професійної реферативної діяльності / О. В. Тріщук // Культура народов Причерноморья. — 2007. — № 101. — С. 212—216.

810. Тріщук О. В. Реферат : його суть та співвідношення з первинним текстом / О. В. Тріщук // Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і

практика : зб. наук. пр. — Вип. 15. — К. : Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2007. — С. 150—158.

811. Тріщук О. В. Реферат як вторинний документ / О. В. Тріщук // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2007. — № 3. — С. 67—71.

812. Тріщук О. В. Роздум у первинному та вторинному текстах / О. В. Тріщук // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору : зб. наукових праць / Національний університет „Києво-Могилянська академія”, Галицький інститут імені В’ячеслава Чорновола. — Тернопіль—Львів : ЛА „Піраміда”, 2008. — Том 2. — С. 74—78.

813. Тріщук О. В. Стандартизованість і творчість у реферативному тексті / О. В. Тріщук // Мовознавчий вісник : зб. наук. пр. / Черкаський нац. ун-т імені Б. Хмельницького. — Черкаси, 2007. — Вип. 5. — С. 189—194.

814. Тріщук О. В. Стереотипність структури реферативного тексту / О. В. Тріщук // Компаративні дослідження слов’янських мов і літератур : зб. наукових праць / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут філології. — 2006.— Вип. 6. — С. 158—167.

815. Тріщук О. В. Тексти для реферування та їх класифікація / О. В. Тріщук // Мова і культура. — К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. — Вип. 10. —Т. VIII (108). — С. 210—215.

816. Тріщук О. В. Типологія комунікаційних потреб учасників науково-інформаційного дискурсу / О. В. Тріщук // Філологічні студії : зб. наук. пр. / Волинський нац. ун-т імені Лесі Українки. —Луцьк, 2008. — № 1—2 (39—40). — С. 519—527.

817. Тріщук О. В. Точність як одна з основних властивостей реферативного тексту / О. В. Тріщук // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2006. — Том 25. — С. 184—190.

818. Тріщук О. В. Феномен науково-інформаційного дискурсу у сфері соціальних комунікацій : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ольга Володимирівна Тріщук . — Київ, 2009 . — 32 с.

819. Тріщук О. В. Феномен науково-інформаційного дискурсу у сфері соціальних комунікацій [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ольга Володимирівна Тріщук . — Київ, 2009 . — 470 с.

820. Тріщук О. В. Цілісність реферативного тексту / О. В. Тріщук // Лінгвістичні студії : зб. наук. пр. — Вип. 15. — Донецьк : ДонНУ, 2007. — С. 484—489.

821. Тріщук О. В. Читацька адреса реферативного тексту / О. В. Тріщук // Друкарство. — 2006. — № 1 (66). — С. 19—21.

822. Ульяновский А. В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А. В. Уляновский. — СПб. : Питер, 2005. — 321 с.

823. Філософський словник /за ред. В.І. Шинкарука. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К. : Головна ред. УРЕ, 1986. — 800 с.

824. Філософський словник / за ред. В. І. Шинкарука. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К. : Головна ред. УРЕ, 1986.

825. Фінклер Ю. Е. Мас-медіа та влада: технологія взаємин : монографія / Юрій Едуардович Фінклер. — Львів : АЗ-АРТ, 2003. — 212 с.

826. Фісенко Т. В. Соціальні інтернет-мережі як феномен сучасного медіа-середовища : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.07 / Тетяна Вікторівна Фісенко . — Київ, 2012 . — 16 с.

827. Хавкіна Л. М. Український рекламний міф: шляхи творення, основні компоненти та особливості функціонування : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Любов Марківна Хавкіна . — Київ, 2010 . — 32 с.

828. Хавкіна Л. М. Український рекламний міф: шляхи творення, основні компоненти та особливості функціонування : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Любов Марківна Хавкіна . — Київ, 2010 . — 32 с.

829. Хавкіна Л. М. Український рекламний міф: шляхи творення, основні компоненти та особливості функціонування [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Любов Марківна Хавкіна . — Київ, 2010 . — 408 с.

830. Хавкіна Л. М. Вербальні засоби впливу на споживача як чинник креалізації рекламного тексту та формування українського рекламного міфу / Л. М. Хавкіна // Науковий вісник Херсонського державного університету : зб. наук. праць. — Серія "Лінгвістика". — 2007. — Вип. 5. — С. 311—315.

831. Хавкіна Л. М. Політична реклама як міф про суспільне буття та дві площини етики в ній : споживач і опонент / Л. М. Хавкіна // Формирование политической культуры молодежи средствами телевидения и радио : сб. науч. раб. — Луганск, 2005. — Вып. 2. — С. 143—150.

832. Хавкіна Л. М. Реклама як продукт сучасного міфотворення : методологічний аспект / Л. М. Хавкіна // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.— № 632. — Серія : Філологія. — 2004. — Вип. 42. — С. 143—146.

833. Хавкіна Л. М. Сучасний український рекламний міф : монографія / Л. М. Хавкіна. — Х. : Харківське історико-філологічне товариство, 2010. — 352 с.

834. Хавкіна Л. М. Феномен бінарної опозиції як підґрунтя побудови рекламного міфу / Л. М. Хавкіна // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 2010. — Вип. 2 (18). — С. 353—369.

835. Хавкіна Л. М. Альтернативна реальність в українському рекламному міфі: руйнування стереотипів шляхом рекламних експериментів і девіацій / Л. М. Хавкіна // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2005. — Вип. 2. — С. 72—81.

836. Хавкіна Л. М. Зміни у вітчизняному медіа-просторі кінця XX — початку XXI ст. і новітній період розвитку української реклами та формування рекламного міфу / Л. М. Хавкіна // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2007. — Т. 28. — С. 87—90.

837. Хавкіна Л. М. Креативна і функціональна специфіка соціальної реклами як чинника соціалізації особи й вагомого компоненту сучасного українського рекламного міфу / Л. М. Хавкіна // Інформаційне суспільство : наук. журн. — К., 2007. — Вип. 5. — С. 56—59.

838. Хавкіна Л. М. Креативна та функціональна специфіка використання елементів сленгу в сучасній комерційній рекламі (в аспекті рекламної

міфотворчості) / Л. М. Хавкіна // Інформаційне суспільство : наук. журн. — К., 2007. — Вип. 6. — С. 45—49.

839. Хавкіна Л. М. Креативно-функціональні особливості багатозначності в рекламі у контексті тенденцій сучасного рекламного міфотворення / Л. М. Хавкіна // Інформаційне суспільство : наук. журн. — К., 2008. — Вип. 7. — С. 56—60.

840. Хавкіна Л. М. Новітній період розвитку української реклами та формування рекламного міфу в контексті змін у вітчизняному журналістському просторі кінця ХХ — початку ХХІ ст. / Л. М. Хавкіна // Українська періодика : історія і сучасність : доп. та повідомл. дев'ятої Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів. — Львів, 2005. — С. 479—484.

841. Хавкіна Л. М. Політична реклама як міф про суспільно-політичну сферу буття соціуму в аспекті етики / Л. М. Хавкіна // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. — Львів, 2008. — Вип. 1 (16). — С. 212—221.

842. Хавкіна Л. М. Реклама і міф : генетичні зв'язки та аспекти взаємодії / Л. М. Хавкіна // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2008. — Т. 30. — С. 104—109.

843. Хавкіна Л. М. Символізація як засіб кодування рекламної ідеї в сучасному українському рекламному міфі / Л. М. Хавкіна // Культура народов Причерноморья : науч. журн. — 2007. — № 101. — С. 56—58.

844. Хавкіна Л. М. Сленг як мовний засіб формування рекламного міфу / Л. М. Хавкіна // Актуальні проблеми слов'янської філології : міжвуз. зб. наук. ст. — Лінгвістика і літературознавство. — К.—Ніжин, 2006. — Вип. Х1. — С. 81—88.

845. Хавкіна Л. М. Соціальна реклама як чинник соціалізації особи й вагомий компонент сучасного українського рекламного міфу / Л. М. Хавкіна // Пресознавчі студії : історія, теорія, методологія : зб. праць каф. української преси і Дослідницького центру історії західноукраїнської преси. — Львів, 2007. — Вип. 2 (8). — С. 213—215.

846. Хавкіна Л. М. Сучасний український рекламний міф як сфера відображення й формування гендерних стереотипів / Л. М. Хавкіна // Теле- та

радіо- журналістика : зб. наук. пр. — Вип. 9. — Ч. І. — Львів, 2010. — С. 346—350.

847. Хавкіна Л. М. Традиційні сюжети і вічні образи як чинники міфотворення в сучасному українському рекламному дискурсі / Л. М. Хавкіна // Актуальні проблеми слов'янської філології : міжвуз. зб. наук. ст. — Лінгвістика і літературознавство. — К., 2008. — Вип. XV. — С. 165—170.

848. Хавкіна Л. М. Функціонування традиційних образів і сюжетів у сучасному українському рекламному міфі / Л. М. Хавкіна // Verba magistri : Мовознавство. Літературознавство. Журналістикознавство. Педагогіка. Методика : зб. наук. праць. — Х., 2008. — С. 574—588.

849. Холод А. М. Речевые картины мира мужчин и женщин : монография / А. М. Холод. — Днепропетровск : Пороги, 1997. — 229 с.

850. Холод О. М. ЗМІ та імідж політиків : монографія / О. М. Холод. — К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2004. — 343 с.

851. Холод О. М. Інмутація у масмедіа : монографія / О. М. Холод. — К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2006. — 167 с.

852. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. — К. : «Центр учбової літератури», 2013. — 2013 с.

853. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. — Львів : ПАІС, 2011. — 288 с.

854. Хоменко І. А. «Fata Morgana» в ефірі: 1933 рік. Соціальний контекст першої радіоінсценізації повісті М. Коцюбинського. / І. А. Хоменко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2008. — Т. 32. — С. 82—85.

855. Хоменко І. А. Наукові аргументи чи оцінні судження? (Проблеми використання системних методів і лінгвістичного аналізу для вивчення історії української радіодрами) / І. А. Хоменко // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2011. — Вип. 12. — С. 19—25.

856. Хоменко І. А. Паралінгвістичні виразні засоби і соціальна функціональність акустичного мистецтва (від експериментальних і навчальних

радіопрограм до третього всеукраїнського конкурсу радіоп’єс «Відродимо забутий жанр») / І. А. Хоменко, В. І. Фоменко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Т.39. — С. 38—41.

857. Хоменко І. А. Політичний «бестіарій» в українському ефірі (До проблеми подібності «social messages» у казці М. Костомарова «Скотской бунт», радіоп'єсі О. Димінського «Я перекладаю» та повісті Дж. Оруелла «The animal farm»). / І. А. Хоменко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2008. — Т. 33. — С. 49—54.

858. Хоменко І. А. Соціальна функціональність художнього радіомовлення : Монографія / І. А. Хоменко. — Київ : Київський нац. ун-т, 2012. — 314 с.

859. Хоменко І. А. Художнє радіомовлення з позицій міжнародної соціальної комунікації: психолінгвістичний аспект проблеми. / І. А. Хоменко // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2009. — Вип. 10. — С. 18—23.

860. Хоменко І. А. Художнє радіомовлення у системі соціальних комунікацій : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ілля Андрійович Хоменко . — Київ, 2013 . — 40 с.

861. Хоменко І. А. Художнє радіомовлення у системі соціальних комунікацій [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ілля Андрійович Хоменко . — Київ, 2013 . — 473 с.

862. Хоменко І. Від класичної повісті до сучасної радіоп’єси. (Спроба дослідження ідейно-тематичного паралелізму творів Ш. де Костера, М. Коцюбинського та М. Л. Кашніц). / Ілля Хоменко // Сіверянський літопис. — 2004. — № 5—6. — С. 40—43.

863. Хоменко І. Зв'язок часів (радіодрама як засіб поєднати сучасні високі технології і класичні гуманітарні пріоритети у медіаосвіті) / Ілля Хоменко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2006 . — Т. 24 . — С. 176—180.

864. Хоменко І. Контрпродуктивний вплив ефірної драматургії на особистість: від радіопанік до «reality show». / Ілля Хоменко //. Наукові записки

Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2002. — Т. 7. — С. 122—126.

865. Хоменко І. Новий погляд на соціальну функціональність радіопрограм «гібридного» напряму / І. А. Хоменко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2009. — Т. 35. — С. 138—147.

866. Хоменко І. Ренесанс радіомистецтва і сучасна журналістська освіта. / Ілля Хоменко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2004. — Т. 16. — С. 176—180.

867. Хоменко І. У пошуках втраченого змісту. (Лінгвістична модель художньо-документальної програми для сучасного радіомовлення) / І. А. Хоменко, В. І. Фоменко // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2005. — Вип. 6. — С. 226—131.

868. Циховська Е.Д. «Суспільство спектаклю»: перспективи та загрози сучасних ЗМІ / Е. Д. Циховська // Стиль і текст: наук. збірник / за ред. В. В. Різуна; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2014. — №15. — С. 231—240.

869. Циховська Е.Д. «The littles» у контексті американської журнальної періодики XX ст. / Е. Д. Циховська // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2014. — Т. 54. — С. 257—260.

870. Циховська Е.Д. Попередники реаліті-ТБ: від мондо- до снафф-фільмів / Е. Д. Циховська // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2013. — Т. 53. — С. 293—297.

871. Чекмишев О. В. Апробація конвергованого методу дослідження медіа-середовища Донеччини / О. В. Чекмишев // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. — Запоріжжя. — 2011. — № 2. — С. 108—113.

872. Чекмишев О. В. Вплив конвергованих соціальнокомунікаційних методів дослідження системи соціальних комунікацій на медіаконтент / О. В. Чекмишев // Українське журналістикознавство : науковий журнал. — К., 2011. — № 12. — С. 21—27.

873. Чекмишев О. В. Діяльність ЗМІ під час парламентських виборів на прикладі матеріалів моніторингу загальнонаціональних телеканалів (листопад

2005 — березень 2006) / О. В. Чекмишев, Л. А. Ярошенко // Наукові записки Інституту журналістики. — К., 2006. — С. 129—142.

874. Чекмишев О. В. Законодавчі гарантії доступу виборців та доступу суб`єктів виборчого процесу до засобів масової інформації / О. В. Чекмишев // Вибори і референдуми в Україні: законодавче забезпечення, проблеми реалізації та шляхи вдосконалення ; [збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції]. — К. : Нора-Друк, 2003. — С. 313—324.

875. Чекмишев О. В. Контент-аналіз, анкетування та фокус-групові дослідження як апробація новітньої методології соціальних комунікацій в Сумському регіоні (2009-2010 рр.) / О. В. Чекмишев // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 43. — С. 138—142.

876. Чекмишев О. В. Методи конвергованих досліджень соціальних комунікацій: монографія / О. В. Чекмишев. — К. : ВПЦ «Київський університет», 2011. — 352 с.

877. Чекмишев О. В. Методи моніторингу ЗМІ в системі дослідних проектів The Pew Research Center / О. В. Чекмишев // Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації / [засн. університет «Україна», всеукраїнська асоціація політичних наук]. — 2011. — № 2. — С. 115—121.

878. Чекмишев О. В. Моніторинг ЗМІ в системі соціальних комунікацій: історико-теоретичний та прагматичний аспект : автореф. дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Олександр Вікторович Чекмишев . — Київ, 2012 . — 35 с.

879. Чекмишев О. В. Моніторинг ЗМІ в системі соціальних комунікацій: історико-теоретичний та прагматичний аспект [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Олександр Вікторович Чекмишев . — Київ, 2012 . — 585 с.

880. Чекмишев О. В. Моніторинг ЗМІ та медіакритика в контексті термінології та методології системи сучасних соціальних комунікацій / О. В. Чекмишев // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2011. — Т. 42. — С. 93—98.

881. Чекмишев О. В. Новітні дослідження соціальних комунікацій в американській науці / О. В. Чекмишев // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2011. — Вип. 12. — С. 9—14.

882. Чекмишев О. В. Новітні дослідження українського медіасередовища : результати в Чернівецькій області / О. В. Чекмишев // Збірник наукових праць науково-дослідного інституту пресознавства. — Львів, 2011. — Вип. 1 (19). — С. 324—341.

883. Чекмишев О. В. Перегони з тінню. Маніпулювання свідомістю та моніторинг засобів масової комунікації / Олександр Чекмишев // Незалежний культурологічний часопис «Ї». — Львів, 2003. — С. 26—33.

884. Чекмишев О. В. Принципи формування вибірки для моніторингу висвітлення виборчих кампаній в американських ЗМІ (на прикладі Проекту видатних досягнень у журналістиці) / О. В. Чекмишев // Інформаційне суспільство : науковий журнал. — К., 2011. — Вип. 13. — С. 39—43.

885. Чекмишев О. В. Резонансні теми у дзеркалі моніторингу ЗМІ / О. В. Чекмишев // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2001. — Т. 2. — С. 38—45.

886. Чекмишев О. В. Риси неототалітаризму в сучасних ЗМК / О. В. Чекмишев // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2001. — Вип. 1. — С. 19—22.

887. Чекмишев О. В. Розвиток теорії моніторингових досліджень в Україні та світі / О. В. Чекмишев, Л. А. Ярошенко // Актуальні питання масової комунікації. — К., 2008. — Вип. 9. — С. 9—15.

888. Чекмишев О. В. Соціальнокомунікаційні дослідження ЗМІ Таврійського регіону (на прикладі Херсонських медіа) / О. В. Чекмишев // Діалог: медіа-студії: зб. наук. праць / ред. кол. : відп. ред. Александров О. В. та ін. — Одеса : Астропринт, 2011. — С. 80—90.

889. Чекмишев О. В. Сучасні методи політології як приклад для журналістикознавчих досліджень / О. В. Чекмишев // Українське журналістикознавство. — К., 2005. — Випуск 6. — С. 12—17.

890. Чекмишев О. В. Україна на виборах (діяльність ЗМІ в контексті становлення демократії) / О. В. Чекмишев. — К. : Агентство «Україна», 1998. — 416 с.

891. Чекмишев О. В. Характеристики нових медіа в контексті впливу на методологію їх дослідження / О. В. Чекмишев // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2010. — Т. 41. — С. 46—49.

892. Чекмишев О. Громадські інформаційні кампанії з альтернативного інформування громадян та медіаграмотності : [звіт за результатами проектів з моніторингових досліджень та громадських кампаній, проведених в Україні в період 2002-2010 рр.] / Олександр Чекмишев — К., 2010. — 120 с.

893. Чекмишев О. Моніторинг ЗМІ та формування методології й прикладних методів дослідження соціальних комунікацій / Олександр Чекмишев // Світові стандарти сучасної журналістики : збірник наукових праць / МОН України. Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького; Інститут Медіа Права ; Могилянська школа журналістики НАУКМА ; відп. ред. Т. Г. Бондаренко, С. М. Квіт — Черкаси : Видав. Чабаненко Ю., 2010. — С. 539—545.

894. Черняков Б. І. Методи дослідження генезису зображальної журналістики / Б. І. Черняков // Наукові записки / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. — К. : КПВД «Педагогіка», 2004. — Т. 5: Фак. соціології та психології; Ін-т журналістики. — С. 165—175.

895. Чічановський А. А., Старіш О. Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: Підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. — К. : Грамота, 2010. — 568с.

896. Шафаренко Ю. М. Аналітична діяльність у паблік рилейшнз: проблеми, тенденції, перспективи : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Юлія Михайлівна Шафаренко . — Київ, 2014 . — 16 с.

897. Швецова-Водка Г.М. Документ і книга в системі соціальних комунікацій : [монографія] / Г. М. Швецова-Водка. — Рівне : РДГУ, 2001. — 437 с.

898. Шевченко А. С. Телерепортаж як інструмент інмутації сприйняття реальності засудженими : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Анна Сергіївна Шевченко . — Київ, 2013 . — 18 с.

899. Шевченко В. Е. Концепція візуалізації журнального контенту в системі наукових поглядів у галузі соціальних комунікацій : автореф. дис… д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Вікторія Едуардівна Шевченко . — Київ, 2014. — 32 с.

900. Шевченко В. Е. Концепція візуалізації журнального контенту в системі наукових поглядів у галузі соціальних комунікацій [Текст] : Дис … д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Вікторія Едуардівна Шевченко . — Київ, 2014. — 354 с.

901. Шевченко В. Е. Критерії встановлення типу журнального видання / В. Е. Шевченко // Культура народов Причерноморья: Научный журнал. — 2007. — № 101. — С. 66—68.

902. Шевченко В. Е. Місце журналів з мистецтва на ринку України / В. Е. Шевченко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. — Симферополь, 2006. — Т. 19 (58). Филология. — № 5.— С. 104—106.

903. Шевченко В. Е. Роль інтерпретації інформації графічними засобами в періодичних виданнях / В. Е. Шевченко // Культура народов Причерноморья. — 2004. — № 49. — Том 2. — С. 98—100.

904. Шевченко В. Е. Роль художника, художнього та технічного редакторів у друкованому виданні / В. Е. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2004. — Т. 14. — С. 38—55.

905. Шевченко В. Е. Системність у застосуванні декоративних елементів у сучасних періодичних виданнях / В. Е. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. — 2002. — Т. 9. — С. 93—102.

906. Шевченко В. Е. Текст та зображення: види, функції, оформлення: монографія / В. Е. Шевченко. — К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. — 223 с.

907. Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія / Вікторія Шевченко. — К.: Видавець Паливода А. В., 2013. — 340 с.

908. Шевченко В. Е. Художньо-технічне оформлення видань різних видів / В. Е. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. — К. : Ін-т журн., 2007. — Т. 27. — С. 97—112.

909. Шевченко В. Э. Визуальная идентификация современного журнала / В. Э. Шевченко // Знак. Проблемное поле медиаобразования: Научный журнал [Челябинский государственный университет]. — 2013. — № 1 (11). — С. 56—63.

910. Шевченко В. Э. Визуальная история как новый вид журналистского сообщения (на примере украинских журналов) / В. Э. Шевченко // Журналистский ежегодник : Научный журнал [Томский государственный университет]. — 2013. — № 2. — Ч.2. — С. 48—51.

911. Шевченко В. Э. Влияние цвета на восприятие журнального контента / В. Э. Шевченко // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела [Московский государственный университет печати им. И. Федорова]. — 2013. — № 5, июль-август. — С. 116—124.

912. Шевченко В. Э. Эффективность восприятия медиаинформации: визуализация контента / В. Э. Шевченко // Информационная безопасность регионов : Научно-практический журнал [Саратовский государственный социально-экономический университет]. — 2013. — № 2 (13). — С. 45—52.

913. Шемаєва Г. В. Бібліотека в системі наукової комунікації: коеволюційні процеси розвитку : автореф. дис … д-ра наук з соціальних комунікацій: 27.00.03 / Ганна Василівна Шемаєва . — Харків, 2009 . — 42 с.

914. Шемаєва Г. В. Бібліотека в системі наукової комунікації: коеволюційні процеси розвитку [Текст] : Дис … д-ра наук з соціальних комунікацій: 27.00.03 / Ганна Василівна Шемаєва . — Харків, 2009 . — 446 с.

915. Шемаєва Г. В. Електронні ресурси бібліотек України в системі наукових комунікацій : монографія / Г. В. Шемаєва ; Харк. держ. акад. культури. — Х. : ХДАК, 2008. — 289 с.

916. Шемаєва Г. Електронні періодичні видання наукових установ України в системі наукових комунікацій / Г. Шемаєва // Бібл. вісник. — 2006. — № 5. — С. 8—13.

917. Шемаєва Г. В. Бібліотечна діяльність в інформаційному забезпеченні науки: стратегії розвитку / Г. В. Шемаєва // Вісн. Кн. палати. — 2006. — № 9. — С. 17—20.

918. Шемаєва Г. В. Бібліотечні традиції та новації в інформаційній структурі науки / Г. В. Шемаєва // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2007. — Вип. 21. — С. 92—101.

919. Шемаєва Г. В. Інтегративні функції мультимедіа в науково-комунікативному середовищі / Г. В. Шемаєва // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук пр. — Х., 2006. — Вип. 18. — С. 104—112.

920. Шемаєва Г. В. Сучасний стан інформаційного забезпечення науки: теоретико-методологічні підходи / Г. В. Шемаєва // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2008. — Вип. 23. — С. 125—132.

921. Шкляр В. І. Мас-медіа: Світ України і Україна у світі / В. І. Шкляр. — К. : ВПЦ «Київський університет», 1998.

922. Шкляр В. І. Основи теорії журналістики / В. І. Шкляр. — К. : МІЛП - ВШОЛ, 1996. — 199 с.

923. Шкляр В. І. Поетика журналістського твору / В. І. Шкляр. — К. : ВПЦ «Київський університет», 1995.

924. Шкляр В. І. Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра / В. І. Шкляр, О. К. Мелещенко, О. Г. Мукомела, І. С. Паримський. — К.,1996. — 168 с.

925. Ярошенко Л. А. Методика і практика моніторингових медіа-досліджень в Україні : автореф. дис … канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Леся Анатоліївна Ярошенко . — Київ, 2011 . — 17 с.

926. Ятчук О.М. Соціально-комунікаційні моделі та технології інтерактивного телебачення : автореф. дис… канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.01 / Ольга Михайлівна Ятчук . — Київ, 2014. — 15 с.

927. Kornieiev Vitalii. Designing Of Communication Media As Political And Legal / Vitalii Kornieiev // Evropsky politisky a pravni diskurz. —— Praha, 2016, Issue 1,Volume 3. —— P. 148—153.

928. Kornieiev Vitalii. Features of presentation of political and legal reality in social communicational scientific discourse / Vitalii Kornieiev // Evropsky politisky a pravni diskurz. —— Praha, 2016, Issue 6,Volume 2. —— P. 131—137.

929. Mitchuk O. Liberal Informational Culture in Structure of Humanitarian and Political Paradigm / O. Mitchuk //The USA Journal of Applied Sciences. — USA, 2015. — № 3. — P. 8—10.

930. Ogar E. The Children's Book In Modern Ukraine: Forming under the conditions of Ambiguous National Identity / E. Ogar // Filoteknos : zbior prac naukowych. — Wroclaw : Uniwersytet Wroclawski ; Oficyna Wydawnicza ATUT, 2011. — S. 79—90.

931. Ogar E. Various Images of Evil in Modern Ukrainian Media for Children / E.Ogar // Zlo v Kontexte Sucasnych Socio-Kulturnych Premien: Vedeck. Zbornik materialov z medzinarodnej vedeckej konferencie / ed. Presovska Univerzita. — Presov, 2007. — S. 182—189.

932. Pashkova V. Ukrainian Library Association / V. Pashkova // Encyclopedia of Library and Information Science (U.S.A.) - 2nd ed. : in 4 vol. — 2003. — P. 2837-2843.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Основні об’єкти та предмети соціальнокомунікаційних досліджень (перша група)

Таблиця А 1

рупи	Дослідники	Об'єкт дослідження		Предмет дослідження	
		Опис	атегорія	Опис	Категорія
Історія становлення української журналістики	Богуславський О.В.	Сукупність періодичної преси міжвоєнної української політичної еміграції у нових місцях розселення в країнах Європи, що була спричинена несприятливими для української державності внутрішніми та зовнішніми політичними, військовими та економічними чинниками, історичними обставинами	Преса періоду	Національно-патріотична дискусія про шляхи і засоби здобуття та подальшого державного облаштування Української держави, яка відбувалася на сторінках періодичних видань української еміграції	Зміст і смисли
	Павлюк І.З.	Всі українськомовні легальні періодичні видання (424 газети й журнали) Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917-2000 років у сенсі їх формально-видавничих (обсяг, формат, тираж, поліграфічні особливості) та функціональних і змістових (тематика, кількість, якість, оперативність інформації) характеристик	Преса періоду	Комунікативні аспекти соціального буття українськомовної періодики, що видавалася на північно-західних історично українських територіях (Волинь, Полісся, Холмщина та Підляшшя), форми вияву у пресі зв’язків із окупаційними (польською, німецькою, радянською) владними системами, зміст регіональної преси як складової частини українського інформаційного простору в умовах творення незалежної держави	Зміст і стан

	Сніцарчук Л.В.	Українська преса Галичини міжвоєнного періоду (майже 800 назв газет і журналів, гетерогенних за суспільно-політичними ідеологіями і соціокультурною спрямованістю, синкретичних за цільовим призначенням, інформаційно-комунікаційною політикою, засобами впливу на читача)	Преса періоду	Політико-правові умови функціонування української преси, визначальні тенденції її розвитку, організаційно-журналістське забезпечення пресотворчого процесу, а також журналістикознавчий дискурс (хронікальний, морфологічний, організаційний, освітній, творчий тощо), що був сформований на сторінках преси з метою вироблення знань у суспільстві про буття журналістики загалом і української зокрема	Зміст і стан
	Кравченко С.І.	Сукупність періодичних видань Польщі міжвоєнних років (більше 100 назв) для яких література була головною сферою інформаційної діяльності, які слугували суб'єктом і каналом у процесі літературної комунікації та презентували і розвивали польсько-український культурний діалог. У центрі уваги преса, що була посередником між читацькою аудиторією і літературним процесом.	Преса періоду та території	Суспільно-культурні умови функціонування періодичних видань як засобів передачі літературної інформації, визначальні тенденції їх розвитку, специфіка сформованих ними механізмів літературної та міжкультурної комунікації, ідейний вектор і зістова наповненість літературного та польсько-українського культурного дискурсу, а також зумовленість характеру й спрямованості коунікаивної діяльності періодики духовними процесами міжвоєнної доби.	Зміст і смисли
	Колісник Ю.В.	Журнальна преса УРСР 1950-1980 років як чинник тоталітарного правління	Преса періоду	Визначення ролі журнальної періодики УРСР у формуванні суспільної свідомості, з'ясування її причетності до інтенсивної ідеологічної обробки громадян та здійснення контролю за різними сферами людської діяльності	Зміст і смисли

Теорії розвитку мас-медійного середовища	Бутиріна М.В.	Мас-медіа, представлені як сукупність умов для створення та функціонування стереотипів масової свідомості	Мас-медіа	Явище стереотипізації, спричинене цими умовами	Явище
	Кузнєцова Т.В.	Мас-медійна інформація як аксіологічний феномен сучасного інформаційно-комунікаційного простору	Мас-медійна інформація	Аксіологічні моделі мас-медійної інформації в текстовій комунікативно-концептуальній реалізації	Аксіологічні моделі
	Пономаренко Л.Г.	Морально-етичний дискурс українських мас-медіа початку XXI ст.	Морально-етичний дискурс	Моральні принципи журналістики, професійний портрет журналіста, моральні характеристики журналістського тексту як складові морально-етичного дискурсу українських мас-медіа початку XXI ст.	Зміст і стан

	Чекмишев О.В.	Моніторинг ЗМІ як категоріально поняттєва система з точки зору історії його розвитку й трансформації в контексті діяльності різних наукових шкіл, інтерпретації й функціонування у різних науках, а також у контексті накопичення наукових проблем - як у зв'язку з появою глухого кута (паралельного розвитку методології моніторингу й медіаефектів), так і з огляду на відсутність можливостей розвязати цю проблему в рамках традиційних методів наукового пізнання.	Моніторинг ЗМІ	Історична, теоретична й методологічна база моніторингу; конкретні техноолгії, за допомогою яких цю теорію й методологію втлювали у вітчизняну практику ат виявляли компанії з маніпуляції громадською думкою, методології та техніки системних масовокомунікаційних досліджнь та інформаційних кампанй із медіагармотності	Зміст і стан
Теорії галузевої журналістики	Гоян В.В.	Телебачення як вид особливої творчої діяльності тележурналіста – професіонала телеефіру; візуально-вербальна специфіка телевізійної (екранної) комунікації; журналістська творчість у межах існуючих на практиці форматів телевізійного мовлення, типів телепрограм, жанрів сучасної аудіовізуальної журналістики, внаслідок чого формується концепція виняткового функціонування тележурналістики як виду творчості в контексті журналістської професійної діяльності	Телебачення	Тележурналіст як професійний комунікатор, мовець, творчий працівник телебачення, діяльність якого розглядається в контексті творчо-виробничих аспектів масової комунікації; традицій, тенденцій, перспектив функціонування журналістських професій у межах жанрово-типологічної структури телевізійної (екранної) комунікації	Суб'єкт діяльності

	Пенчук І.Л.	Поточні та архівні телепрограми українських національних і спеціалізованих телеканалів, орієнтованих на дитячу аудиторію (за 1939–2011 рр.)	Телебачення для дітей	Інформаційно-емоційне і змістовно-тематичне наповнення телевізійної продукції для дітей	Зміст і смисли
	Хоменко І.А.	Художнє радіомовлення в системі соціальних комунікацій. Художнє радіомовлення у дисертації тлумачиться як підсистема гіперкомплексного утворення вищого рівня, тобто, системи комунікаційних механізмів організації і саморегуляції суспільства.	Художнє радіомовлення	Продуктивні можливості художнього радіомовлення як елемента системи соціальних комунікацій у контексті функціональної модифікації цієї системи.	Можливості
	Шевченко В.Е.	Візуалізація контенту як проблема науки про соціальні комунікації	Візуалізація контенту	Структурна організація та функціонування візуалізованого контенту журналів.	Зміст і стан

Оновлення теорії PR	Мантуло Н.Б.	PR-текст у сучасному соціально-комунікаційному просторі	PR-текст	Особливості трансформації PR-тексту як інструменту соціальних комунікацій у процесі суспільної транзитивності	Зміст і смисли
	Березенко В.В.	Науково-теоретичні розробки представників української наукової школи PR, що були опубліковані протягом 1991 – 2012 рр.	Теорії	Теоретичні й методологічні положення, наукові концепції, конструкції й моделі, які склали основу формування наукового знання про феномен PR і за допомогою яких українське наукове співтовариство описує, пояснює і прогнозує розвиток зв'язків з громадськістю як виду соціальнокомунікаційної діяльності	Суб'єкт діяльності
Феноменологічні дослідження системних явищ мас-медійної та інформаційної діяльності	Житарюк М.Г.	Українська журналістика як соціокультурна модель, тобто комплекс історичних явищ, теоретичних проблем і концепцій, продуктивно-генеруючих ідей національної журналістики в соціокультурному вимірі	Українська журналістика	Ґенезис, домінанти, функціональні параметри української національної журналістики як соціокультурної моделі у світовому інформаційному контексті	Зміст і стан
	Тріщук О.В.	Науково-інформаційний дискурс як соціокомунікативна практика, що формується науковим співтовариством і регулює стан свідомості й стратегію поведінки його комунікаторів	Науково-інформаційний дискурс	Структура, статус і сутнісні параметри науково-інформаційного дискурсу, специфіка текстів, що формують його простір.	Зміст і стан

	Хавкіна Л.М.	Реклама в сучасному українському медіапросторі (одиниці аналізу – рекламні тексти, події, кампанії). Враховано комерційну, політичну й соціальну рекламу.	Реклама	Міфологічна сутність наявної в українському медіапросторі реклами як тексту й дискурсу і, відповідно, спродукований нею новітній соціальний міф – з огляду на його креативні особливості, шляхи й чинники формування, концептуальні компоненти та специфіку функціонування	Міфологічна сутність
	Демченко С.В.	Масова комунікація як чинник створення, передачі й обміну суспільно значущої інформації, що структурує громадські, соціальні та політичні відносини у суспільстві та надає їм нового значення	Масова комунікація	Своєрідність адаптації національних форм складових масової комунікації до українських суспільних реалій та особливості їх впливу на формування громадянського суспільства в Україні	Адаптація складників
	Грицюта Н.М.	Рекламна комунікація як сфера і суб'єкт професійної діяльності у контексті естимаційної парадигми сучасного суспільства, дослідження її регулювання та вдосконалення, тенденцій функціонування у різних геополітичних ареалах, насамперед в Україні	Рекламна комунікація	Етика рекламної комунікації, шляхи її становлення і розвитку, принципи, компоненти, особливості функціонування у соціумі	Етика
	Паримський І.С.	Періодична преса України (103 ключові видання кінця XIX ст., першої третини XX ст. і кінця XX – початку XXI ст.).	Преса періоду	Самобутність національної преси в інформаційному просторі в умовах колоніальності, під час визвольних змагань та після здобуття незалежності України	Самобутність

	Балакліцький М.А.	Журналістська діяльність і медіа-продукція протестантських церков України	Медіадіяльність і продукція	Структура, проблематика, стильові особливості, соціокультурні й духовні впливи журналістики протестантських церков України	Зміст і впливи
	Мітчук О.А.	Ліберальний контент як чинник системи соціальних комунікацій	Ліберальний контент	Носії ліберального контенту в соціальних комунікаціях	Носії
Художньо-публіцистичні феномени в соціальнокомунікаційних дослідженнях	Іванова О.А.	Соціальнокомунікаційні процеси щодо літератури в соціокультурному просторі України початку XXI ст.	Соціальнокомунікаційні процеси	Сучасний ціннісно-функціональний і комунікаційний статус літератури, з одного боку, і літературно-мистецьке журнальне видання як концептуальна модель та як сегмент української журнальної періодики, що експлікує соціальні комунікації щодо літератури, презентує та формує цей статус — з іншого	Статус (літератури і л-м видання)
	Біличенко О.Л.	Множина опублікованих творів художньої літератури, що складають цілісну підсистему соціальних комунікацій	Твори художньої літератури	Комунікаційні характеристики художньої літератури, включаючи її внутрішню та зовнішню структури (видавничо-виробничу структуру, авторів, читачів, літературні об'єднання)	Вимір
	Супрун Л. В.	Комунікаційна система "Літературно-Наукового вісника ("Вістника") з погляду комунікаційних кореляцій образів автора й адресата в дискурсі часопису	Комунікаційна система видання	Мовноментальні детермінанти комунікаційної системи "Літературно-Наукового вісника ("Вістника")	Зміст
	Дзюба Т.В.	Публіцистика другої половини XIX - першої третини XX ст.	Публіцистика періоду	Національно марковані публіцистичні тексти чільних українських журналістів, концепції, дискусії, в яких висвітлюється проблема національного усвідомлення, розкриваються чинники національної ідентичності	Зміст і смисли

Культурно-мистецькі феномени в соціальнокомунікаційних дослідженнях	Василик Л.Є.	Світоглядна публіцистика	Світоглядна публіцистика	Світоглядні концепти, кі відображають націєтворчу настановчість публіцистичного дискурсу	Зміст і смисли
	Зражевська Н.В.	Медіакультура у сфері соціальних комунікацій, що в умовах розвитку інформаційно-комунікаційних технологій посилює процеси медіатизації соціокультурної дійсності і поступово перетворюється в метакультуру інформаційного суспільства	Медіакультура	Теоретичні напрямки дослідження медіакультури, що ставлять її в контекст соціальних комунікацій, репрезентують як комунікаційне явище, яке впливає на соціальні трансформації, процеси соціалізації, є інструментарієм творення ідентичностей і нової комунікаційної реальності	Напрямки дослідження
	Крайнікова Т.С.	Культура медіаспоживання в Україні, виявлена на індивідуальному та колективному рівнях	Культура медіаспоживання	Основні ідеї, концепти, положення теоретичних розробок явища культури медіаспоживання; поширені в сучасній національній культурі медіаспоживання типи індивідуальної та колективної медіаповедінки; адекватні й перспективні підходи до формування медіакомпетентності українського населення	Зміст і стан
Формування нових комунікаційних середовищ	Артамонова І.М.	Мережева журналістика в Україні як новий вид засобів масової інформації	Мережева журналістика	Сучасний стан, проблеми і перспективи розвитку мережевої журналістики як нового виду ЗМІ в Україні у контексті трансформації загальної системи засобів масової інформації	Стан і розвиток
	Городенко Л.М.	Мережева комунікація	Мережева комунікація	Моделі, теорії, техніки та технології мережевої комунікації	Складники

	Олтаржевський Д.О.	Корпоративні медіа як інструмент соціальних комунікацій	Корпоративні медіа	Теорія, історичний досвід, сучасний стан, контент, методи діяльності та моделі ефективності корпоративних медіа	Зміст і стан

ДОДАТОК А

Основні об’єкти та предмети соціальнокомунікаційних досліджень (друга група)

Таблиця А 2

Групи	Дослідники	Об'єкт дослідження		Предмет дослідження	
		Опис	Категорія	Опис	Категорія
Наукове бачення розвитку соціальних функцій бібліотек	Мішук С.М.	Становлення і розвиток польової та камеральної археографії і кодикографії (науково-інформаційного описування) рукописних книг, бібліографування стародруків і джерелознавчого дослідження рукописних книг та стародруків на синкретичній стадії їх становлення	Розвиток науки	Процес збирання та наукового описування рукописних та книжних джерел, формування наукових центрів, шкіл та внесок окремих дослідників у віднайдення та залучення до наукового обігу історико-культурної спадщини України у другій половині XIX – 30-х роках XX ст.	Процес розвитку
	Пашкова В.С.	Національні бібліотечні асоціації як професійні об’єднання, що виникли в останній чверті XIX ст. і плідно працюють понад сто тридцять років у багатьох країнах різних частин світу в різних історичних, соціально-політичних, економічних і культурних умовах	Професійні об’єднання	Виникнення, становлення та сучасні напрями діяльності національних бібліотечних асоціацій як демократичного інституту розвитку професії та управління галуззю	Розвиток і стан
	Стрішенець Н.В.	Сучасна американська бібліотечно-інформаційна терміносистема	Терміносистема	Тенденції розвитку системи понять і термінів американської БІТ в умовах впровадження інформаційних технологій, формування глобального бібліотечного електронного середовища	Тенденції

	Лобузіна К.В.	Електронні бібліотечні знаннєві ресурси в документально-інформаційних комунікаціях суспільства	Знаннєві ресурси	бібліотечно-інформаційні технології формування комплексних електронних бібліотечних ресурсів з інтелектуальним доступом (знаннєвих ресурсів), що забезпечують вдосконалену систему управління ресурсами, сприяють інформаційно-знаннєвим перетворенням у документально-інформаційних комунікаціях суспільства	Технології ресурсів
Історія документознавства та архівознавства	Бездрабко В.В.	Документознавство, зокрема організаційні форми його існування як науки, наукової й навчальної спеціальності (галузеві, академічні установи, освітні заклади, дослідні центри, періодичні видання) і зміст (напрями, школи, теорії, концепції)	Наукова галузь	Процеси становлення, особливості розвитку українського документознавства в другій половині XX – першому десятилітті XXI ст.	Розвиток і стан
	Левченко Л.Л.	Правові, наукові та організаційні засади архівної справи у США і діяльність архівів США, які постійно зберігають документи офіційного походження	Модель фахової діяльності	Еволюція системи архівних установ, особливості та основні тенденції становлення і розвитку архівної справи в США	Розвиток діяльності

Бібліотечна діяльність як соціальнокомунікаційний феномен	Шемаєва Г.В.	Бібліотеки України в системі наукової комунікації	Бібліотеки	коеволюційні процеси розвитку бібліотеки і системи наукової комунікації	Розвиток
	Маркова В.А.	Книжкова комунікація	Книжкова комунікація	Теорія, історія та перспективи розвитку книжкової комунікації в електронному просторі	Розвиток і стан
	Кобєлєв О.М.	Інформаційно-аналітична діяльність бібліотек	Діяльність бібліотек	Теоретико-методологічні засади розвитку інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек України	Теорія діяльності

Соціальні контексти інформаційної діяльності бібліотек	Артамонова Н.О.	Система інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення медичної науки	Галузева система	Теоретико-методологічні й організаційні засади вдосконалення системи інформаційно-бібліотечного та патентного забезпечення медичної науки України в сучасному соціокомунікаційному просторі	Вдосконалення системи
	Попик В.І.	Ресурси біографічної та біобібліографічної інформації у вигляді рукописних, друкованих і електронних документів й систем, що склалися історично та на сучасному етапі розвитку суспільства	Інформаційні ресурси	історичний і новітній теоретичний, методичний й організаційно-практичний досвід формування ресурсів біографічної та біобібліографічної інформації в системі національної документальної спадщини у його різноманітних культурно й історично обумовлених формах, в еволюції соціальних комунікативних практик; методологія, завдання та перспективи їх розвитку, місце і роль у цьому процесі бібліотечних установ	Досвід формування ресурсів
	Давидова І.О.	Інноваційна політика бібліотек України	Інновації	зміст інноваційної політики бібліотек та стратегічні напрями її реалізації за умов інформаційного суспільства	Зміст і напрямки в галузі
	Гранчак Т.Ю.	Бібліотека як соціальний інститут у системі політичної комунікації	Бібліотека	Діяльність бібліотек в системі політичної комунікації з управління інформаційно-комунікаційними потоками політико-правового характеру, налагодження ефективної політико-комунікативної взаємодії на державному та громадському рівнях між державою та громадянським суспільством	Діяльність

	Добко Т.В.	Довідково-бібліографічна діяльність бібліотек НАН України, передусім національних академічних бібліотек, що визначали наукові засади розвитку ДБД та були методичними центрами для бібліотечної мережі НАН України	Діяльність бібліотек	Трансформація змісту, форм і методів ДБД бібліотек НАН України під впливом зміни інформаційно-комунікаційного середовища	Трансформація діяльності
	Куманець Н.Е.	Інформаційно-бібліотечне обслуговування користувачів з особливими потребами	Діяльність	Історія, методологічні засади, стан та перспективи задоволення у бібліотеках інформаційних потреб користувачів з особливими потребами	Стан і розвиток
	Воскобойнікова-Гузєва О.В.	Бібліотечно-інформаційна сфера, яка є однією із сфер діяльності людини чи суспільства, цілісною гармонізованою системою, що містить впорядковану сукупність об'єктів (бібліотек, інформаційних центрів, спеціальних освітніх установ та закладів, професійних об'єднань тощо) і зв'язків між ними (юридичних, фінансових, інформаційних, комунікаційних тощо) та знаходиться від впливом комплексу зовнішніх і внутрішніх факторів розвитку	Галузева система	стратегії ефективного функціонування БІС України у взаємозв'язку з іншими сферами діяльності (науковою, освітньою, виробничою тощо) та з урахуванням пріоритетів державного управління, загальносвітових тенденцій, національних і регіональних особливостей	Стратегії функціонування

ДОДАТОК Б

Частотність згадок про використання методів, підходів, принципів та інших дослідницьких процедур у дослідженнях соціальних комунікацій (27.00.01, 27.00.04, 27.00.05, 27.00.06)

РЕЙТИНГ

Таблиця Б 1

№ рейтингу	Дослідницькі процедури	Частотність
	МЕТОДИ	0
1	Аналіз	20
2	Порівняльний (компаративний)	16
3	Синтез	16
4	Узагальнення	16
5	Класифікації	14
6	Контент-аналіз	13
7	Описовий	12
8	Типології (типологічний аналіз)	10
9	Індуктивний (індукції)	9
10	Дискурс-аналізу (дискурсивний)	8
11	Порівняльно-історичний	8
12	Системного аналізу (системний метод)	8
13	Спостереження (всі типи)	8
14	Проблемно-тематичний	7
15	Бібліографічно-описовий	6
16	Гіпотетико-дедуктивний	6
17	Дедукції (дедуктивний)	6
18	Моделювання	6
19	Структурно-функціональний метод	6
20	Абстрагування	5
21	Герменевтичний (герменевтичний аналіз)	5
22	Історичний	5
23	Анкетування	4
24	Семіотичний (аналіз)	4
25	Систематизація	4
26	Термінологічний аналіз	4
27	Біографічний	3
28	Інтерпретація	3
29	Когнітивний аналіз	3
30	Концептуальний аналіз	3

31	Моніторинг	3
32	Порівняльно-типологічний	3
33	Статистичний аналіз (статистичний)	3
34	Формалізації	3
35	Аксіоматичний	2
36	Аналогії	2
37	Антропологічний	2
38	Джерелознавчний (пошук)	2
39	Діахронічний (діахронія)	2
40	Експертних оцінювань (оцінок)	2
41	Експертного опитування	2
42	Екстраполяції	2
43	Жанрово-видовий	2
44	Жанрово-стилістичний	2
45	Інтент-аналіз	2
46	Інтерв'ю	2
47	Кваліативний аналіз	2
48	Конкретно-історичний аналіз	2
49	Контекстуальний аналіз	2
50	Проблемно-хронологічний	2
51	Системно-структурний	2
52	Системно-хронологічний	2
53	Структурно-типологічний	2
54	Теоретичний	2
55	Фокус-групові дослідження	2
56	Аксіологічний	1
57	Амбівалентності	1
58	Аналіз встановлення пріоритетів	1
59	Аналітико-синтетичний	1
60	Аналітико-типологічний	1
61	Аналітичний	1
62	Археографічний	1
63	Архівний	1
64	Аудіографічний	1
65	Веб-опитування	1
66	Вторинний аналіз соціологічних даних	1
67	Декомпозиції	1
68	Деталізація	1

69	Діалектичний	1
70	Елементарно-теоретичний аналіз	1
71	Експеримент	1
72	Експеримент формувальний	1
73	Емпірико-аналітичний	1
74	Закономірності	1
75	Ідеалізації	1
76	Ізоморфності	1
77	Інтертекстуальний аналіз	1
78	Історико-генетичний	1
79	Історико-порівняльний	1
80	Історіософський	1
81	Кількісний аналіз матеріалів	1
82	Кліометричний	1
83	Комплексно-аналітичний	1
84	Конструювання	1
85	Лінгвістичний	1
86	Логічний	1
87	Міфологічний	1
88	Натурний експеримент	1
89	Натурного та імітаційного моделювання	1
90	Наукового прогнозування	1
91	Нормативний	1
92	Побудови моделі видання	1
93	Політичний історико-порівняльний	1
94	Проектування	1
95	Психолінгвістичний експеримент	1
96	Синхронічний	1
97	Соціально-психологічний	1
98	Соціально-структурний	1
99	Соціологічний аналіз	1
100	Стилістичний	1
101	Структурний аналіз	1
102	Структурно-семіотичний	1
103	Сходження від абстрактного до конкретного	1
104	Тематично-хронологічний	1
105	Тестування	1

106	Типологічної та видової сегрегації	1
107	Фактологічний аналіз	1
108	Факторний аналіз	1
109	Фонологічний	1
110	Формалізоване інтерв'ю	1
111	Функціональний	1
112	Частотний аналіз	1
	Всього	**349**
	ПІДХОДИ	
1	Історичний	4
2	Системний	4
3	Культурологічний (соціокультурний)	2
4	Перспективний	2
5	Ретроспективний	2
6	Синергетичний	2
7	Ситуативний	2
8	Структурно-функціональний	2
9	Діалектичний	1
10	Ідеографічний (описовий)	1
11	Інституціональний	1
12	Інтегративний	1
13	Інтердисциплінарний	1
14	Інформаційний	1
15	Когнітивно-лінгвістичний	1
16	Компаративний	1
17	Комунікативний	1
18	Конкретно-аналітичний	1
19	Міждисциплінарний	1
20	Монографічне вивчення	1
21	Наукове прогнозування	1
22	Образно-символічний	1
23	Системно-типологічний	1
24	Соціальнокомунікаційний	1
25	Структурний	1
26	Хронологічний	1
27	Цивілізаційний	1
	Всього	39
	ПРИНЦИПИ	
1	Об'єктивності	9
2	Детермінізму	5
3	Історизму	5
4	Науковості	4
5	Єдності історичного та системного підходів	3
6	Конкретності	3

7	Достовірності	2
8	Емерджентності	2
9	Єдності історичного та логічного підходів	2
10	Комплексності	2
11	Розвитку полярних визначень	2
12	Безсторонності	1
13	Відповідності	1
14	Додатковості	1
15	Еквіфінальності	1
16	Конструктивізму (соціального конструктивізму)	1
17	Системності	1
18	Співвідношення емпіричного і теоретичного	1
19	Сучасної комунікативістики, суспільних наук і релігієзнавства	1
20	Сходження від абстрактного до конкретного	1
21	Панідеологічний, антиринковий підхід до аналізу журналістських явищ І. Михайлина	1
22	Партійно-вікової диференціації	1
23	Примордіалізму	1
24	Територіалної диференціації	1
25	Тиражної диференціації	1
	Всього	53
МЕТОДИКИ		
1	Аналізу концепту	1
2	Група лінгвістичних методів	1
3	Емпіричні	1
4	Когнітивної лінгвістики	1
5	Комплекс методів історико-культурологічного та культуро-порівняльного характеру	1
6	Семіотичного аналізу	1
	Всього	6
ТЕОРІЇ		
1	Глобалізації мас-медіа О. Зернецької	1
2	Дискурс-аналізу К.Серажим	1
3	Медіатизації	1
4	Неминучої масифікації В.Різуна	1
5	Теорії інмутації О. Холода	1
6	Теорія медіадосліджень В.Іванова	1

7	Концепція світоглядної (екуменічної, морально-етичної) публіцистики Й. Лося	1
8	Релігійної журналістики А. Бойко	1
	Всього	8
	Всього в масиві	455

Частотність згадок про використання методів, підходів, принципів та інших дослідницьких процедур у дослідженнях соціальних комунікацій (27.00.02, 27.00.03)

РЕЙТИНГ

Таблиця Б 2

№ рейтингу	Дослідницькі процедури	Частотність
	МЕТОДИ	
1	Термінологічний аналіз (термінологічний)	9
2	Синтез	8
3	Моделювання	7
4	Аналіз	6
5	Джерелознавчний (пошук)	6
6	Класифікації	6
7	Історико-генетичний	5
8	Порівняльний (компаративний)	5
9	Структурно-функціональний метод	5
10	Історико-порівняльний	4
11	Контент-аналіз	4
12	Описовий	4
13	Пояснення	4
14	Спостереження (всі типи)	4
15	Хронологічний	4
16	Історичний	3
17	Компаративний аналіз	3
18	Логічний	3
19	Систематизація	3
20	Системного аналізу (системний метод)	3
21	Соціально-комунікаційний (соціокомунікаційний)	3
22	Статистичний аналіз (статистичний)	3
23	Узагальнення	3
24	Абстрагування	2
25	Гіпотетико-дедуктивний	2

26	Дедукції (дедуктивний)	2
27	Документознавчий аналіз	2
28	Індуктивний (індукції)	2
29	Інформаційний аналіз	2
30	Історіографічний	2
31	Наукового прогнозування	2
32	Проблемно-хронологічний	2
33	Системно-структурний	2
34	Соціологічний аналіз	2
35	Аналіз онтологій	1
36	Аналітико-системний	1
37	Аналітичний	1
38	Архівної та бібліографічної евристики	1
39	Бібліографічно-описовий (бібліографічний)	1
40	Біографічний	1
41	Визначення ймовірностей	1
42	Генетичний аналіз	1
43	Герменевтичний (герменевтичний аналіз)	1
44	Діалектичний	1
45	Діяльнісний (аналіз)	1
46	Інституціональний (інституційний)	1
47	Інформаційного пошуку	1
48	Історико-бібліотекознавча реконструкція	1
49	Історико-конституційний	1
50	Історико-ретроспективний	1
51	Історико-типологічний	1
52	Кластерний аналіз	1
53	Когнітивний аналіз	1
54	Комп'ютерної лінгвістики	1
55	Комунікативний	1
56	Конкретно-історичний аналіз	1
57	Консолідації інформації	1
58	Лексикографічний	1
59	Лінгвістичний	1
60	Моніторинг	1
61	Наукової бібліографії і книгознавства	1
62	Операціоналізації понять	1
63	Порівняльно-історичний	1

64	Проблемно-тематичний	1
65	Прогнозний	1
66	Програмно-цільовий	1
67	Ретроспективний	1
68	Семіотичний (аналіз)	1
69	Синхроністичний	1
70	Системно-генетичний	1
71	Соціокогнітивний	1
72	Соіокультурного аналізу	1
73	Соціосинергетики	1
74	Стадіально-регіональний	1
75	Структурно-системний	1
76	Текстологічний	1
77	Філософського холізму	1
78	Хронологізації проблеми	1
79	Хронологічно-ретроспективний	1
	Всього	172
		0
ПІДХОДИ		
1	Системний	11
2	Соціальнокомунікаційний (соціокомунікативний, соціокомунікаційний)	6
3	Інформаційний	5
4	Синергетичний	4
5	Комплексний	3
6	Соціокультурний	3
7	Структурно-функціональний	3
8	Інституціональний (інституційний)	2
9	Історико-генетичний	2
10	Когнітивний	2
11	Адаптивний	1
12	Діяльнісний	1
13	Модернізаційний	1
14	Порівняльний	1
15	Системно-діяльнісний	1
16	Системно-типологічний	1
17	Соціопроектний	1
18	Структурний	1
	Всього	38
ПРИНЦИПИ		
1	Об'єктивності	8
2	Історизму	7

3	Всебічності	2
4	Системності	2
5	Зв'язку теорії з практикою	1
6	Комплексності	1
7	Логічності	1
8	Науковості	1
9	Розвитку	1
	Всього	24
МЕТОДИКИ		
1	Порівняльного бібліотекознавства	1
	Всього	1
ТЕОРІЇ		
1	Інформаційного менеджменту	1
2	Моделі теорії масової комунікації	1
	Всього	2
	Всього в масиві	237

Додаток Б

Частотність згадок про використання методів дослідженнях соціальних комунікацій (всі спеціальності, 51 дисертація)

РЕЙТИНГ

Таблиця Б 3

№ рейтингу	Дослідницькі процедури	Частотність
	МЕТОДИ	
1	Аналіз	26
2	Синтез	24
3	Порівняльний (компаративний)	21
4	Класифікації	20
5	Узагальнення	19
6	Контент-аналіз	17
7	Описовий	16
8	Моделювання	13
9	Термінологічний аналіз (термінологічний)	13
10	Спостереження (всі типи)	12
11	Індуктивний (індукції)	11
12	Системного аналізу (системний метод)	11
13	Структурно-функціональний метод	11
14	Типології (типологічний аналіз)	10
15	Порівняльно-історичний	9
16	Гіпотетико-дедуктивний	8
17	Дедукції (дедуктивний)	8
18	Джерелознавчний (пошук)	8
19	Дискурс-аналізу (дискурсивний)	8
20	Історичний	8
21	Проблемно-тематичний	8
22	Абстрагування	7
23	Бібліографічно-описовий (бібліографічний)	7
24	Систематизація	7
25	Герменевтичний (герменевтичний аналіз)	6
26	Історико-генетичний	6
27	Статистичний аналіз (статистичний)	6
28	Історико-порівняльний	5
29	Семіотичний (аналіз)	5
30	Анкетування	4
31	Біографічний	4
32	Когнітивний аналіз	4
33	Логічний	4

34	Моніторинг	4
35	Пояснення	4
36	Проблемно-хронологічний	4
37	Системно-структурний	4
38	Хронологічний	4
39	Інтерпретація	3
40	Компаративний аналіз	3
41	Конкретно-історичний аналіз	3
42	Концептуальний аналіз	3
43	Наукового прогнозування	3
44	Порівняльно-типологічний	3
45	Соціально-комунікаційний (соціокомунікаційний)	3
46	Соціологічний аналіз	3
47	Формалізації	3
48	Аксіоматичний	2
49	Аналітичний	2
50	Аналогії	2
51	Антропологічний	2
52	Діалектичний	2
53	Діахронічний (діахронія)	2
54	Документознавчий аналіз	2
55	Експертних оцінювань (оцінок)	2
56	Експертного опитування	2
57	Екстраполяції	2
58	Жанрово-видовий	2
59	Жанрово-стилістичний	2
60	Інтент-аналіз	2
61	Інтерв'ю	2
62	Інформаційний аналіз	2
63	Історіографічний	2
64	Кваліативний аналіз	2
65	Контекстуальний аналіз	2
66	Лінгвістичний	2
67	Системно-хронологічний	2
68	Структурно-типологічний	2
69	Теоретичний	2
70	Фокус-групові дослідження	2
71	Аксіологічний	1
72	Амбівалентності	1
73	Аналіз встановлення пріоритетів	1
74	Аналіз онтологій	1

75	Аналітико-синтетичний	1
76	Аналітико-системний	1
77	Аналітико-типологічний	1
78	Археографічний	1
79	Архівний	1
80	Архівної та бібліографічної евристики	1
81	Аудіографічний	1
82	Веб-опитування	1
83	Визначення ймовірностей	1
84	Вторинний аналіз соціологічних даних	1
85	Генетичний аналіз	1
86	Декомпозиції	1
87	Деталізація	1
88	Діяльнісний (аналіз)	1
89	Експеримент	1
90	Експеримент	1
91	Елементарно-теоретичний аналіз	1
92	Емпірико-аналітичний	1
93	Закономірності	1
94	Ідеалізації	1
95	Ізоморфності	1
96	Інституціональний (інституційний)	1
97	Інтертекстуальний аналіз	1
98	Інформаційного пошуку	1
99	Історико-бібліотекознавча реконструкція	1
100	Історико-конституційний	1
101	Історико-ретроспективний	1
102	Історико-типологічний	1
103	Історіософський	1
104	Кількісний аналіз матеріалів	1
105	Кластерний аналіз	1
106	Кліометричний	1
107	Комп'ютерної лінгвістики	1
108	Комплексно-аналітичний	1
109	Комунікативний	1
110	Консолідації інформації	1
111	Конструювання	1
112	Лексикографічний	1
113	Міфологічний	1
114	Натурний експеримент	1
115	Натурного та імітаційного моделювання	1
116	Наукової бібліографії і книгознавства	1

117	Нормативний	1
118	Операціоналізації понять	1
119	Побудови моделі видання	1
120	Політичний історико-порівняльний	1
121	Прогнозний	1
122	Програмно-цільовий	1
123	Проектування	1
124	Психолінгвістичний експеримент	1
125	Ретроспективний	1
126	Синхроністичний	1
127	Синхронічний	1
128	Системно-генетичний	1
129	Соціально-психологічний	1
130	Соціально-структурний	1
131	Соціокогнітивний	1
132	Соіокультурного аналізу	1
133	Соціосинергетики	1
134	Стадіально-регіональний	1
135	Стилістичний	1
136	Структурний аналіз	1
137	Структурно-семіотичний	1
138	Структурно-системний	1
139	Сходження від абстрактного до конкретного	1
140	Текстологічний	1
141	Тематично-хронологічний	1
142	Тестування	1
143	Типологічної та видової сегрегації	1
144	Фактологічний аналіз	1
145	Факторний аналіз	1
146	Філософського холізму	1
147	Фонологічний	1
148	Формалізоване інтерв'ю	1
149	Функціональний	1
150	Хронологізації проблеми	1
151	Хронологічно-ретроспективний	1
152	Частотний аналіз	1