

## Нериторична дія та медіавплив в аудіовізуальній сфері масової комунікації: уведення до міждисциплінарної проблематики через анотований бібліографічний опис нових видань

У статті аналізується актуальна науково-практична проблема неориторичної дії та медіавпливу на свідомість людей в аудіовізуальній сфері масової комунікації. Уведення до заявленої проблематики (з урахуванням міждисциплінарних підходів) запропоновано через анотований бібліографічний опис нових видань українських і зарубіжних науковців (2003–2005). Статтю подано на пошану співробітників одного з наймолодших підрозділів Інституту журналістики КНУ – кафедри теорії масової комунікації, докторанткою якої є авторка даного дослідження.

**Ключові слова:** неориторична дія, медіавплив, масова комунікація, аудіовізуальна сфера, введення до проблематики, анотований бібліографічний огляд видань.

The article presents analysis of the topical issue of neorhetoric and media influences on consciousness of people in the audiovisual sphere of mass communication. This issue is offered on the base of the annotated bibliographic description of new editions of Ukrainian and foreign reseachers (2003–2005). The article is devoted to colleagues of theory of mass communication.

**Keywords:** neorhetoric and media influences, mass communication, audiovisual sphere, introduction of problematics, annotated bibliographic description of editions.

**П**остановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими й практичними завданнями має такий виклад. Неориторична дія та медіавплив в аудіовізуальній сфері масової комунікації є надзвичайно актуальною науково-практичною проблемою цивілізаційного характеру з огляду на всеохопний суспільний інтерес до масової комунікації як до швидко прогресуючої і владної системи. Вона спирається на інтегративні досягнення багатьох наук, що вивчаються мовленням (неориторика), а також пов'язана з теорією і практикою мовленнєвого діяння (рос. – речевого воздействия), яке має як позитивні характеристики (тенденції до становлення нової сучасної науки про ефективне спілкування), так і негативні (закономірності у безвідповідальному використанні маніпулятивних мас-медійних технологій із метою небезпечного впливу на свідомість комунікативної аудиторії).

Визначена проблема є складною для досліджень науковцями й практиками, зважаючи на її міждисциплінарний характер, й водночас корисною та цікавою для практичного опанування (удосконалення ефективних навичок міжособистісного, міжкультурного та ділового спілкування, а також формування аудіовізуального критичного мислення). Вона лежить у площині провідних тем наукових підрозділів, чий пошуки визначені методологічно-прикладними аспектами масовокомунікативної діяльності (зокрема кафедри теорії масової комунікації Інсти-

туту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка) та має безпосереднє відношення до загальної теми докторського дисертаційного дослідження авторки ("Риторичні константи аудіовізуальної журналістики: моделі і практики").

Уведення до *актуалізованої* проблематики запропоновано через анотований бібліографічний опис нових фахових видань українських і закордонних науковців. Це є спроба наближення до сутнісного розуміння найновіших тенденцій у галузі масових комунікацій (особливо її аудіовізуальної сфери), урахування міжгалузеві зв'язки риторики, журналістики, комунікативної лінгвістики, теорій масових комунікацій і мовленнєвої діяльності, історії, філософії, психології, соціології, семіотики, політології, культурології, кібернетики, медіапедагогіки тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій за окресленою проблематикою свідчить про невирішені аспекти загальної проблеми передусім через відсутність системного підходу до її дослідження та брак виданих інформаційно-рекомендованих бібліографічних покажчиків у мас-медійній галузі знань. Історіографія питання виявляє, що аудіовізуальна сфера масової комунікації є достатньо новою галуззю концептуальних досліджень "нових" медіа. Спочатку, із 70-х рр. минулого століття, нові ЗМК сприймалися як продовження традиційних мас-медіа, але на початку XXI ст. науковці були згодні в нечіткій визначеності їхніх функцій і розгалуженій базі

їхнього застосування, зважаючи, головним чином, на те, що вони спричинили виклик виробництву та розподілу інформації у своїх традиційних формах, і тому вимагають теоретичного осмислення. Основна проблема масової комунікації визначається її ефективністю (за окремими видами, формами, характером вербального й невербального впливу на свідомість людей тощо).

У працях науковців (І. Абелєв, С. Абрамович, Дж. Адаїр, К. Ажеж, С. Агапова, Т. Аникєєва, О. Анисимова, І. Анненкова, Ф. Бацевич, Ю. Богомолов, В. Боров, К. Бредемайєр, В. Булацький, П. Бурдье, Дж. Вайсманн, А. Вартанов, Є. Вартанова, К. Василев, М. Василик, Т. Васильєва, Л. Введенська, Т. Винокур, П. Вириліо, Д. Гавра, Б. Гаймакова, О. Гойхман, В. Гоян, О. Гоян, Н. Грейдіна, Д. Гудков, Ж. Гоне, З. Дмитровський, В. Єгоров, Н. Єфімова, О. Зарецька, Я. Засурський, В. Здоровега, Т. Іванова, О. Іссерс, Н. Казаринова, В. Карасик, Ю. Караулов, Х. Кафтанжієв, Г. Качкаєва, І. Кемарська, А. Кізер, Н. Кирилова, І. Кірія, В. Кіхтан, М. Кім, Д. Корню, В. Коньков, В. Красних, Г. Кузнецов, О. Кузнецова, Дж. Лалл, О. Лаптева, Х. Леммерманн, В. Лизанчук, Н. Луман, М. Львов, І. Мальковська, С. Макарова, Л. Матвєєва, Г. Мельник, О. Мельникова, В. Миронченко, Ю. Мочалова, С. Муратов, А. Мюллер, Т. Надеїна, Н. Непійвода, В. Новикова, Г. Новикова, В. Олешко, В. Олійник, Л. Павлова, М. Панов, О. Паршина, Г. Петров, О. Поберезникова, В. Погольша, В. Познин, Г. Почепцов, О. Проніна, О. Прохвятилова, Є. Прохоров, А. Пую, Ю. Рожественський, І. Романовський, А. Саар, Л. Свитич, К. Седов, О. Селіванова, М. Сенкевич, Р. Сентет, О. Сербєнська, С. Сметаніна, В. Смирнов, Г. Солганик, І. Стернін, А. Супрун, П. Таранов, В. Тулупов, Л. Туміна, О. Федоров, Л. Федотова, Н. Формановська, Н. Фрольцова, М. Хілько, В. Цвик, Б. Черняков, М. Чикарькова, Ю. Шаповал, О. Шариков, Ф. Шарков, А. Шерель, А. Ширяєв, М. Шишкіна, Е. Шостром, Ф. Штриккер, М. Яцимірська та ін.) визначаються різні аспекти їхніх досліджень (історико-методологічні, лінгвістично-комунікативні, психолінгвістичні, філософсько-критичні, соціологічні, масово-комунікативні, лінгвокультурологічні, медіаосвітні тощо), актуально пов'язаних із духовно-моральними основами життя суспільства.

Поставимо за мету спробу входження до актуалізованої проблематики через розробку системного бібліографічного покажчика нових фахових видань, які найповніше відображають її специфіку. Така спроба здійснюється вперше — у цьому й полягає її новизна. Задля виконання цієї мети визначимо такі завдання: 1) звести до бібліографічного опису (моделі можливого покажчика) попередньо опрацьовані систематизовані дані (за алфавітним порядком назв видань) із фіксацією необхідних бібліографічних елементів: назва праці, відомості про автора, короткий зміст видання, місце, час та його призначення; 2) зробити висновки і рекомендації,

зважаючи на пошукові, комунікативні й оцінні функції анотованих описів фахових видань та на їхній довідково-рекомендаційний характер у подальших дослідженнях. За об'єкт даного дослідження визнаємо міждисциплінарну проблематику неориторичної дії та медіавпливу в аудіовізуальній сфері масової комунікації, а за його предмет — виявлення міждисциплінарних зв'язків крізь призму відібраних та для опису фахових видань за визначений період.

Беручи до уваги вищевикладене, зазначимо, що до відібраних (з урахуванням міждисциплінарного підходу й дотриманням певного співвідношення між українськими й закордонними авторами) для аналізу ввійшло оптимальне, на нашу думку, число видань (дванадцять) вибіркового праць із теорії й практики медіакомунікативного впливу, що адресовані читачам, які цікавляться проблемами ефективного спілкування. Серед провідних фахівців — Г. Бакулева [1], А. Бергера [2], В. Березіна [3], Дж. Брайанта і С. Томпсон [4], Л. Землянової [5], С. Кара-Мурзи [6], І. Мащенко [7], І. Медведєвої і Т. Шишової [8], М. Назарова [9], Г. Іванова, П. Огурчикова і В. Сидоренка [10], Б. Потятиника [11], В. Різуна, Н. Непійводи та В. Корнєєва [12]. Часові межі (2003–2005) вибрані з огляду на найновіше відображення пошуків і знахідок на теоретичному ґрунті масовокомунікативних досліджень. Зведений бібліографічний опис (покажчик) набуває такого вигляду:

1. **"Бачити — означає вірити. Уведення до зорової комунікації"** (М., 2005) [2] — назва книги Артура Бергера, точніше друге видання (перше — 1998–1999), присвячене візуальній комунікації, яка визнана найважливішим фактором сучасної культури й суттєвим елементом суспільної свідомості. У дослідженні розглядаються механізми створення візуальних образів та специфіка їхнього сприймання аудиторією. Автор детально аналізує структуру візуального комунікативного процесу, характерні форми візуальної комунікації (фотографію, кіномистецтво, телебачення та ін.). На прикладі коміксів, карикатури й мультиплікації він розглядає розвиток художніх форм візуальної комунікації, окрему увагу приділяє проблемам типографічного й графічного дизайну, а також комп'ютерній графіці. У роботі А. Бергера використано семіотичні та психологічні концепції, що дають змогу зрозуміти, яким чином людина обробляє візуальні явища й надає їм тих чи тих значень. Ізпоміж іншого пропонуються вправи та практичні завдання, спрямовані на розвиток аналітичних здібностей, що сприяють візуальній грамотності. Книга розрахована на широке коло читачів, але особливо цікавою буде художникам-рекламістам, мистецтвознавцям і студентам, які вивчають психологію.

2. **"Іван Царевич Він же Сірій Вовк. Вплив ЗМІ на дітей і молодь"** (М., 2003) [8] — так називається одна з книг Ірини Медведєвої та Тетяни Шишової, відомих православних психологів і публіцистів. У виданні, що містить статті різних років, аналізується

вплив на дітей, підлітків і молодь засобів масової інформації, інформаційної політики Росії. Автори сподіваються, що їхня праця буде цікавою і корисною батькам, педагогам, психологам, психотерапевтам, а також усім, кому не байдужа доля держави.

3. **"Комунікативістика та засоби інформації"** (М., 2004) [5] — це назва англо-російського тлумачного словника концепцій і термінів Лідії Землянової, яка віддавна досліджує комунікативістику як науку, що вивчає гуманітарні аспекти діяльності ЗМІ, зокрема, сучасну американську (М., 1995), й має попереднє словникове видання "Зарубіжна комунікативістика на порозі Інформаційного суспільства" (М, 1999). Словник ознайомлює з багатоманітним теоретичних концепцій і термінів, характерних для сучасної зарубіжної комунікативістики, що вивчає гуманітарні функції ЗМІ та їхнє діяння (дію) на різні сфери соціально-культурного життя світу. Він розрахований як на спеціалістів у галузі журналістики і філології, так і на широке коло читачів, які цікавляться інформаційними чинниками суспільного поступу й беруть участь у міжнародних конференціях та інших формах комунікативної діяльності, де основною мовою є англійська. Основними джерелами праці Л. Землянової стали фундаментальні дослідження вчених США, Канади й країн Східної Європи, опубліковані в другій половині ХХ ст.

4. **"Лінгвістика впливу"** (К., 2005) [12] — таку назву має колективна монографія викладачів Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка Володимира Різуна, Наталі Непийводи і Віталія Корнеєва. У науковому виданні викладено теоретичні засади й технології мовного впливу, подано загальні закономірності оптимального використання мови в комунікації, урахування яких дає змогу так побудувати текст, аби автор досяг своєї комунікативної мети, а читач отримав не лише інформацію, а й задоволення від прочитаного. Автори сподіваються, що їхня книга, адресована Авторіві (у широкому розумінні), знадобиться журналістам, редакторам, копірайтерам, фахівцям із PR, рекламістам — усім, хто у професійній діяльності основним інструментом має слово.

5. **"Маніпуляція свідомістю"** (К., 2003) [6] Сергія Кара-Мурзи — навчальне видання (раніше — 2000), що не є посібником із практики маніпулювання масовою свідомістю чи наставленням стосовно захисту від маніпуляції ("самообороні без зброї"). Головна мета дослідження "перехідного періоду" нашого буття визначена як подання матеріалу так, аби кожен міг замислитися над тим вибором, перед яким ми сьогодні стоїмо. Книга-застереження визначена автором із позицій неприйняття маніпуляції й суспільною, й особистісною свідомістю (вона позбавлена технологічного характеру) та пропонується читачеві як матриця для рефлексії й діалогу. У ній подано також цінні правила-поради щодо зниження нашої уразливості до діяння (рос. — воздействия) маніпуляторів. Серед важливих складників маніпулювання свідомістю С. Кара-Мурза визначає знакові системи, духовні

процеси (зокрема мислення й почуття), діяння на пам'ять, увагу та ін. як головні мішені маніпуляторів свідомістю. Виділяє масову культуру, суспільні інститути, засоби масової інформації (зокрема телебачення як технологію руйнації свідомості й маніпуляцію свідомістю у політиці), а також складні маніпулятивні побудови (маніпуляція поняттями й категоріями, створенням і каналізуванням стереотипів, утвердженням чорних міфів і чуток) тощо.

6. **"Масова комунікація. Західні теорії і концепції"** (М., 2005) [1] — посібник Генадія Бакулаєва, доктора філологічних наук, професора, який читає курси лекцій із теорії комунікації, зв'язків із громадськістю та засобів масової комунікації, що склалися за кордоном — від ранніх теорій пропаганди та масового суспільства, через ідеї обмежених ефектів до проблем загостреного інтересу щодо взаємозв'язків культури та мас-медіа, періоду критичного й культурологічного аналізу масової комунікації. Сучасний період (кін. ХХ—поч. ХХІ ст.) ознаменований вступом людства до інформаційної доби та особливою увагою дослідників до комп'ютерної комунікації; учені активно займаються концептуалізацією нових медіа (зокрема інтернету), які змушують переглядати всю систему понять і дефініцій, що склалися при вивченні традиційних ЗМК, а також шукати нові підходи до вивчення старих медіа. Праця Г. Бакулаєва дає змогу студентам вищих навчальних закладів освіти розширити й поглибити знання, здобуті на заняттях із таких дисциплін, як "Основи теорії комунікації", "Соціологія комунікації". Він орієнтований на студентів та аспірантів, які вивчають журналістику, зв'язки із громадськістю, політологію, соціологію тощо.

7. **"Масова комунікація: сутність, канали, дії"** (М., 2004) [3] — назва монографії Валерія Березина (доктора філологічних наук, професора кафедр журналістики і масових комунікацій Російського університету дружби народів та Інституту підвищення кваліфікації працівників телебачення і радіомовлення), прийнята автором із низкою припущень у введенні до неї, орієнтує читачів на найширше дослідження субстанційних засад масової комунікації.

Головну увагу тут приділено дослідженню сутнісних характеристик масової комунікації, що впливають із праць вітчизняних і закордонних мислителів. В. Березин звертається до тих чи тих їхніх поглядів для вирішення головного завдання — визначення "комунікації як процесу співспілкування (рос. — сообщения) людей з метою досягнення співдумання (рос. — сомыслия) та пошуків смислів у різних сферах життєдіяльності, об'єднання знань у співзнання (рос. — сознание), у спільне знання, совість, яка у глибині своїй ґрунтується на почутті любові, добра, обов'язку, на переживанні дійсності" [3, 166—167]. Основна проблема, яку автор вважає магістральною для усієї історії масової комунікації, починаючи з Біблії, — це боротьба Нового зі Старим, виникнення Нового як новини людського співбуття

(рос. – события). Автор сподівається, що його праця буде корисною для дослідників усього спектра проблем, пов'язаних із масовою комунікацією (приділено увагу особливостям аудіовізуального комунікативного простору). Для випускників цієї спеціальності та початкуючих журналістів вона може слугувати історіознавчою базою й науково-методичним керівництвом як при вивченні фундаментальних засад масової комунікації, так і при вирішенні питань поточного журналістського процесу (не випадково видається у серії "Практична журналістика").

8. **"Масова комунікація у сучасному світі: методологія аналізу та практика досліджень"** (М., 2003) [9] – так називається праця Михайла Назарова, доктора політичних наук, провідного співробітника Інституту соціально-політичних досліджень РАН, професора кафедри маркетингу Державного університету вищої школи економіки, заступника керівника Аналітичного центру "Відеоінтернешнл". Автором розглядаються особливості теорії і методології соціологічного дослідження масової комунікації з урахуванням відображення базових ідей провідних парадигм вивчення сучасних процесів масової комунікації (структурно-функціональної, марксистської, семіологічної, постмодерністської). Аналізуються нормативні моделі діяльності інститутів масової комунікації у суспільстві, структура відносин власності, тенденції у галузі світових інформаційних процесів, зокрема у сфері аудіовізуальної комунікації тощо. Спеціальний розділ книги присвячено аналізу ефектів масової комунікації. Виокремлюються особливості маркетингових досліджень аудиторії та специфіка використання методу контент-аналізу матеріалів масової комунікації. Особливістю книги М. Назарова є те, що значну частину видання становить хрестоматія, що містить фрагменти праць різних років (1943–1995) провідних іноземних учених (переважно переклад з англійської), які висвітлювали теоретичний та практичний бік основних напрямів дослідження масової комунікації [15, 131–233].

9. **"Медіа: ключі до порозуміння"** (Л., 2004) [11] Бориса Потятиника, доктора філологічних наук, професора кафедри радіомовлення і телебачення факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка; голови редколегії журналу "Медіа Критика". Ключову роль у книзі автор відводить медіакритиці як одному з найважливіших інструментів саморегуляції масової комунікації та добрій школі для тих, хто готує себе до сфери мас-медіа, і не тільки для них. У деяких розділах Б. Потятиник пропонує настільки своєрідні погляди на масову комунікацію, що це може спонукати читачів переглянути свої стосунки з медіаосвітою, а отже, зацікавити журналістів й усіх, хто схильний до філософсько-критичного осмислення медіа, зокрема студентів, які вивчають журналістику та масову комунікацію.

10. **"Основи впливу ЗМІ"** (М., 2004) [4] – назва книги Дженнінга Брайанта та Сузан Томпсон. Вона присвячена впливові, який СПРАВЛЯЮТЬ засоби

масової інформації на глядачів і слухачів. Автори (Дж. Брайант, доктор філософії, президент Міжнародної асоціації комунікацій, який обіймає посади професора масових комунікацій, завідувача кафедри радіомовлення, очолює Інститут досліджень комунікацій при Університеті штату Алабама та С. Томпсон, магістр гуманітарних наук, який спеціалізується з історії мас-медіа [4, 15]) подають короткий історичний огляд теми, аналізують феномен впливу ЗМІ на масову аудиторію та аналітичні дослідження цього явища. Читачеві пропонуються різнобічні концепції, зокрема соціально-когнітивна теорія, ефект праймінгу, гіпотеза культиватії, дифузія інновацій, теорія використання і задоволення, встановлення пріоритетних новин, переконання тощо, які пояснюють феномен медіавпливу із застосуванням численних прикладів: медіавплив сцен насилля, страху й тривоги, викликаних медіапродукцією, сексуально відвертих медіазмісту, вплив новин, реклами, політичної пропаганди, розважальних медіатворів та ін. Кожний розділ дослідження резюмується й представляється чималою кількістю бібліографічних джерел закордонних авторів. Свою головну мету автори вбачають у підвищенні медіаграмотності споживача ЗМІ, що дають змогу йому контролювати та звести до мінімуму негативний вплив мас-медіа.

11. **"Основи продюсерства. Аудіовізуальна сфера"** (М., 2003) [10] – таку назву має перший у Росії підручник із продюсерства для вищих навчальних закладів за редакцією Геннадія Іванова, Павла Огурчикова і Віталія Сидоренка. Його підготовлено авторським колективом, який складається з викладачів Всеросійського державного інституту кінематографії ім. С. О. Герасимова, відомих продюсерів у галузі кінематографа; телебачення й відеосфери, організаторів виробництва аудіовізуальної продукції. У праці подано загальну характеристику продюсерства як підприємницької діяльності, його ролі у розвитку екранних мистецтв за ринкових умов, аналіз ринку аудіовізуальної продукції та послуг, організаційно-економічні й правові аспекти його розвитку. Розглядаються питання формування творчого колективу, організації виробництва та контролю виконаних робіт, кооперування і безпеки виробництва аудіовізуальної продукції. У підручнику, призначеному для професійної підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації продюсерів, а також для самоосвіти практиків й організаторів культурних проєктів, узагальнюється російський і закордонний досвід продюсування кіно- та відеопродукції, наводиться застосовувана в їхній практиці нормативно-правова й економічна документація.

12. **"Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального пренесу"** (К., 2005) [7] – назва першої частини двотомної "Енциклопедії електронних мас-медіа" чи не найавторитетнішого українського дослідника-літописця аудіовізуального ефіру України і світу Івана Машценка, який понад сорок років присвятив роботі на телебаченні,

обіймав ключові посади в державних телерадіоорганізаціях, має майже півстолітній досвід у журналістиці, нагороджений низкою нагород. У новому довідково-інформаційному виданні автор подає історію становлення, розвитку вітчизняних і закордонних електронних медіазасобів. Свою книгу І. Мащенко адресує працівникам телерадіоорганізацій, викладачам і студентам спеціалізованих відділень та факультетів вищих навчальних закладів, усім, хто цікавиться історико-теоретичними питаннями радіомовлення й телебачення.

Висновки дослідження та перспективи подальших пошуків у цьому напрямку можна зробити такі:

1. Здійснений анотований бібліографічний опис (модель можливого покажчика) перших 12 фахових видань, які найповніше відображають міждисциплінарну специфіку досліджуваної проблематики щодо неориторичної дії та медіавпливу в аудіовізуальній сфері масової комунікації за визначений період, — це лише одна з перших спроб наближення до сутнісного розуміння найновіших тенденцій у цій галузі наукових знань й початкових узагальнень, що є неодмінною передумовою для подальших пошуків і наукової обробки документів. Надалі залишається перспектива бібліографічного огляду та опису чималої кількості видань. Заслужують на увагу й інші праці, зокрема власне риторичної проблематики. Вочевидь сучасний період у міждисциплінарних дослідженнях аудіовізуальної сфери масової комунікації характеризується переглядом старих концепцій і методів досліджень та розробкою нових. Передусім вони пов'язані з методологічними й теоретичними проблемами опису мисленнєво-мовленнєвого впливу, а також із позамовними аспектами масовокомунікативного діяння тощо.

2. Такий опис дає більш чіткі уявлення про міждисциплінарні підходи українських і закордонних науковців до дослідження неориторичної дії та медіавпливу в аудіовізуальній сфері масової комунікації, зацікавлює до більш активного і ширшого залучення бібліографічних джерел, сприяє глибшому розумінню теми дисертаційного дослідження, знайомить з авторами, допомагає визначити коло їхніх науково-прикладних інтересів, зв'язок із теорією і практикою медіакомунікативного діяння, яке виявляє і позитивні (зокрема тенденції до становлення нової сучасної науки про ефективне спілкування) й негативні характеристики (зокрема закономірності в безвідповідальному використанні маніпулятивних мас-медійних технологій із метою небезпечного впливу на свідомість комунікативної аудиторії).

3. Матеріали, викладені в статті, можуть бути подані окремою сторінкою на сайті кафедри й стати

в пригоді всім студентам і викладачам для ознайомлення з новими фаховими виданнями в масовокомунікативній сфері діяльності. Вони можуть бути виданими окремою науковою збіркою як потрібний покажчик інформаційно-рукомендаційного характеру (звичайно, доповнений і проаналізований за 1996–2006 рр.) — на кшталт "На допомогу студентів-журналістів". Вони також можуть стати змістовою базою для створення одного з додатків до дисертації авторки.

1. *Бакулев Г. П.* Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: Учеб. пособ. для студ. вузов. — М.: Аспект Пресе, 2005. — 176 с.

2. *Бергер А.* Видеть — значит верить. Введение в зрительную коммуникацию: Пер. с англ. Д. Н. Ищенко / Под ред. З. В. Крайникова. — 2-е изд. — М.: Издат. дом "Вильямс", 2005. — 276 с.

3. *Березин В. М.* Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. Сер.: Практическая журналистика— М.: РИП-холдинг, 2004. — 174 с.

4. *Брайант Дж., Томпсон С.* Основы воздействия СМИ / Пер. с англ. В. В. Кулебы и Я. А. Лебедево / Под ред. О. В. Крайникова. — М.: Издат. дом "Вильямс", 2004. — 425 с.

5. *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Под ред. Д. Засурского. — М.: Изд-во МГУ им. М. В. Ломоносова. — 2004. — 416 с. — (21 век: информация и общество).

6. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием: Учеб. пособ. — К.: Оріани, 2003. — 497 с.

7. *Мащенко І. Г.* Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу. — К.: Україна, 2005. — 384 с.

8. *Медведева И. Я., Шишова Т. Л.* Иван Царевич Он же Серый Волк. Влияние СМИ на детей и молодежь: Статьи разных лет. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: "Модерн-А", 2003. — 128 с.

9. *Назаров М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. — 3-е изд., стереотип. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — 240 с. — (Б-ка серии "Специализированные курсы в социолог. образовании").

10. *Основы продюсерства.* Аудиовизуальная сфера: Учебник для вузов / Под ред.: Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 719 с.

11. *Потятиник Б. В.* Медіа: ключі до порозуміння. Сер.: Медіакритика. — Л.: ПАІС, 2004. — 310 с.

12. *Різун В. В., Непійвода Н. Ф., Корнєєв В. М.* Лінгвістика впливу: Моногр. — К.: ВПЦ "Київський університет", 2005. — 148 с.

