

Корнєєв В. М.,
доцент кафедри соціальних комунікацій
Інститут журналістики,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Kornieiev Vitalii,
Associate Professor of
Social Communications Department
Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

УДК 007:001.8

Соціально-політична проблематика соціальнокомунікаційних досліджень

Socio-political issues of social communications research

РЕФЕРАТ. У статті розглядаються наукові підходи до відображення особливостей впливу соціально-політичних реалій на становлення і розвитку інформаційної системи суспільства. Матеріалом дослідження стали захищені докторські дисертації із соціальних комунікацій, які акцентують на проблемах функціонування інформаційного простору в різних соціально-політичних умовах. Зокрема, важливим контекстом дослідження є соціальні контексти, виявлені в аналізованих фундаментальних наукових працях. Матеріал дослідження охоплює увесь період становлення галузі «Соціальні комунікації» та відображає системну картину розвитку інтересу науковців до заявленої теми.

Ключові слова: : соціальнокомунікаційний дискурс, соціально-політичні умови розвитку медіа, соціальні комунікації

ABSTRACT. The article deals with scientific approaches to representing the special aspects of impact of political and legal realities on formation and development of information system of the society. The doctoral thesis defended on social communications and focused on the problems of information environment functioning in different socio-political conditions became the materials for this study.

Of prime importance is the social contexts studied in the analyzed fundamental scientific works. The study covers the entire period of the field “Social communication” and represents a picture of development of interest to the declared subject among the researchers. The relevance of this study is determined by the need to generalize the results of understanding socio-political conditions of media system in the scientific discourse, establishing the impact of these factors on dynamics of development of media industry.

The study aims to systematize the scientific results according to socio-political thematic basis and its task is to represent the overall picture of reflection of political and legal realities in the social communication science. The works related to formation of common approaches to socio-communicational approach to the science, in fact the studies implemented in the system of a new scientific field and devoted to political and legal aspects of the media became the theoretical basis for the study.

For this task it was used the methods of observation and systematization, the resource base includes 18 theses for the degree of Doctor of Science, which represent social and political factors as to development of media industry.

The main result of the work will be a conclusion as to the forms of reflection of socio-political reality and systematization of the researches according to the above mentioned criteria. The outlook of the study is attention to identification of social and political topics in the applied researches and creation of the common system related to investigation level of socio-political realities of media system development in diachronic projection.

Keywords: social communication discourse, social and political conditions of media development, social communications.

Вступ. З появою нової галузі наукового знання – «Соціальних комунікацій» – ми можемо говорити про формування нового наукового підходу – соціальнокомунікаційного, про що вже не раз згадувалося в дослідженнях цієї наукової галузі. У підсумку ми можемо говорити про сім років історії наукових досліджень з

новими пріоритетами, з використанням нового наукового підходу, формуванням наукового дискурсу, наближеного до потреб інформаційної індустрії. За цей час в Україні було захищено 46 докторських дисертацій та близько 300 – на здобуття наукового ступеня кандидата наук. Актуальність цього дослідження детермінована





потребою узагальнення результатів осмислення соціально-політичних колізій в науковому дискурсі, окресленні перспектив розвитку науки та, як наслідок, динаміки розвитку медіаіндустрії. Відзначимо, що новостворена наукова галузь середовищем впровадження результатів досліджень передбачає в основному навчальний процес, іншими словами, наукові результати позначаються на програмах підготовки працівників медіа, знаходять відображення в технологіях формування експертних оцінок і методик, а отже, так чи інакше реалізуються в структурних та контентних параметрах розвитку медіаіндустрії.

Метою дослідження є систематизація наукових результатів за соціально-політичною тематичною ознакою, а завданням дослідження є відображення загальної картини відображення соціально-політичних реалій в науці про соціальні комунікації. Теоретичним підґрунтям дослідження стали праці, присвячені формуванню загальних підходів до соціальнокомунікаційного підходу в науці, власне дослідження, виконані в системі нової наукової галузі і присвячені політико-правовим аспектам діяльності медіа. Для виконання поставленого завдання ми використовували методи спостереження та, частково, узагальнення. Для дослідження ми проаналізували всю генеральну сукупність захищених дисертаційних робіт, в основні вибірки – контентна релевантність досліджень соціально-політичним аспектам. Всього проаналізовано 91 дисертаційне дослідження, з них – 18 дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук, та 73 роботи кандидата наук, щоправда в статті детально аналізуються тільки докторські дослідження, з огляду на жанрові вимоги до обсягу про соціально-політичний дискурс кандидатських дисертацій згадуємо побіжно. Сподіваємося, що це стане предметом окремого дослідження.

Результати і обговорення. В українській науці актуальним питанням було позиціонування нової наукової галузі, відмежування від суміжних дисциплін і вироблення ключового підходу для формування єдиної дослідницької методології. Відзначимо, що не менш важливим було створення умов для заповнення нового наукового дискурсу теоріями та однозначними класифікаціями – зокрема, проблемним виглядало існування досліджень з таких предметних галузей як видавнича справа, редагування, реклама та зв'язки з громадськістю в межах традиційної журналістської спеціальності на основі філологічного підходу. Зрозуміло, що в таких умовах наперед важливі напрямки розвитку медіа виявити було важко, а почасти – й неможливо, окремо відзначимо, що тільки поява

нової наукової галузі відкрила можливості досліджень соціальної інженерії, проектування інформаційних середовищ і соціальної комунікації і на рівні теоретичної моделі (фундаментальні дослідження) і у вигляді конкретних медійних продуктів чи технологій (прикладний аспект). Принаймні можна з певністю говорити про відсутність інститутціалізованої форми подачі таких досліджень медіадискурсу в середовищі медіаекспертів.

В сучасному науковому дискурсі в Україні під соціальними комунікаціями розуміють «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» [1, с. 1].

Наведене розуміння сформулося на основі різних наукових концепцій, відзначимо найбільш важливі, на нашу думку праці. Так, на думку А.В. Соколова соціальна комунікація виражається у збереженні і поширенні цінностей, і трактується у ширшому руслі культурної діяльності у процесі «практичного використання таких цінностей», що, у підсумку дає підстави науковцю кваліфікувати соціальну комунікацію як «необхідний аспект, невід'ємну частину культури, що зумовлює взаємозалежність: еволюція людської культури стає водночас соціальнокомунікаційною еволюцією» [2, с. 6]

Наукова дефініція поняття «соціальна комунікація» у тлумаченні А. Соколова виглядає так: «соціальна комунікація — рух смислів у соціальному часі і просторі» [2 с. 29]. Дослідник робить акцент на тому, що таких рух можливий тільки між суб'єктами, що включені в соціальну сферу, а отже обов'язкова присутність комунікантів та реципієнтів.

Результатом тривалих дискусій у науковому середовищі сформулося однозначне розуміння соціальних комунікацій, наведене вище, однак тільки після того, як в межах наукового дискурсу було вироблено критерії соціальнокомунікаційного підходу, змінилася структура, методологія, а головне практична та теоретична спрямованість результатів наукових досліджень. Якщо попередньо актуальний для медіадосліджень філологічний підхід передбачав виявлення різних кваліфікаційних параметрів тексту – від жанрової відповідності до аналізу його впливових





потенціалів, то соціальнокомунікаційний підхід уможливив відображення реальних зв'язків між діяльністю медіа і розвитком соціуму. Суть підходу подається у його визначенні – це «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» [1, с. 7].

Таким чином, наукові дослідження виконані в межах спільного для галузі підходу, передбачають акценти на соціальній значимості і нових теорій, і прикладних результатів, зокрема досліджуваних медіасередовищ та концепцій, технологій експертних оцінок та виявлених тенденцій розвитку інформаційної індустрії. Зокрема, ми можемо виокремлювати значимий соціально-політичний контекст та визначати орієнтири наукових концепцій регулювання медійного середовища, соціальних медіа та соціальних мереж.

Відзначимо, що ці дані є достатньо відкритими для подальших досліджень, повну інформацію про отримані результати, а також самі тексти доступні в архівах українського інституту науково-технічної і економічної інформації (для цього треба зробити спеціальний запит для отримання електронних форм документів).

Передусім розглянемо відображення політико-правової інформації в дослідженнях, що вирішують глобальні наукові проблеми і презентують нові наукові результати, значимі для всієї галузі в цілому, а для окремих напрямків медіадіяльності – формують базову теоретичну основу сьогодишнього етапу розвитку інформаційної індустрії.

Результатом проведеного дослідження став перелік з 18 дисертацій, висновкова частина яких найбільш релевантна заявленій проблематиці: соціально-політичному дискурсу. Загальна структура відображення політико-правових реалій в цих дослідженнях містить три складники: дослідження, що відображають розвиток медіасфери, дослідження політичних та історичних аспектів становлення громадянського суспільства, дослідження правових аспектів функціонування і розвитку медіаіндустрії.

Відзначимо, що така диференціація зумовлена насамперед досліджуваним авторами об'єктом та характером підсумків дослідження, позиціонуванням результатів рекомендаційного характеру та констатацій. Ми розуміємо, що такий поділ є досить умовним, водночас, стверджуємо. Що він відображає роль вказаних досліджень у розвиткові галузі, та саме у вказаних напрямках є визначальним для наукової і фахової спільноти. Тут варто акцентувати ще й на тому,

що узагальнень такого рівня в українській науці про соціальні комунікації поки не проводилося, а отже запропоновані результати з часом будуть доповнюватися, ми ж вбачаємо важливим завданням – кваліфікувати ці дослідження з позиції обраної нами площини дослідження.

До групи досліджень розвитку медіасфери нами віднесено праці таких вчених: Бутиріної М.В., Житарюка М.Г., Хавкіної Л.М., Гоян В.В., Зрапжевської Н.І., Теремка В.І., Олтаржевського Д.О., Крайнікової Т.С. (тут і далі ми посилаємося на автореферати досліджень, як найбільш доступні широкому колу дослідників типи видань, водночас в роботі проаналізовано статті, монографії та самі тексти дисертацій).

Марія Бутиріна у своїй роботі сформувала розуміння мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості, при цьому відзначимо, заслуговує на увагу концепція функціонування стереотипів у соціумі, запропонована дослідницею [3]. Мар'ян Житарюк, у роботі присвяченій дослідженню місця української журналістики у світовому контексті зробив спробу переосмислити теоретичні моделі медіадіяльності з огляду на розвиток світового інформаційного простору [4]. Робота Любові Хавкіної присвячена функціонуванню рекламних міфів, зокрема й політичних в національному інформаційному середовищі, дослідниця акцентує на тих функціях міфу, які дозволяють заміщати йому реальність і впливати на формування оцінок, суджень, поведінки, очікувань [5]. Досліджуючи компоненти екранної комунікації Віта Гоян робить акцент і на правових засадах діяльності тележурналіста, стандартах та принципах, що визначають критерії його успішності у демократичному суспільстві [6]. Ніна Зрапжевська розглядає феноменологічну основу медіакультури, причини і чинники її формування [7]. Відзначимо, що ця праця, як і праця Тетяни крайнікової мають непересічне значення для сучасного етапу розвитку медійної свідомості, наприклад, варто згадати хоча б процеси, що ілюструють розвиток медіаграмотності та медіасвіти в Україні (детальніше, наприклад, тут [8]). Василь Теремко накреслив перспективи розвитку видавничої галузі на основі включення нових технологій, зумовлені суспільними трансформаціями, які переживає наш соціум [9]. Дмитро Олтаржевський розробив структуру і стратегію розвитку корпоративних медіа, виявив тенденції впливу таких медіа на соціальні перетворення [10]. Тетяна Крайнікова виявила напрямки формування культури медіаспоживання в Україні, окреслила моделі реагування соціуму на інформацію в умовах чинного етапу розвитку соціуму з акцентом на умовах становлення демократичного суспільства. [11]





Відзначимо, що для досліджень першої групи характерними ознаками є глибоке дослідження медіадійсності, узагальнення сучасних практик медіадіяльності в контексті соціальних та політичних перетворень, окремим показником є акцент на правовому полі, в якому можуть реалізуватися або ж реалізуються помічені закономірності та тенденції.

Друга група досліджень - дослідження політичних та історичних аспектів становлення громадянського суспільства - представлена сімома роботами. Для цієї групи політичні реалії функціонування медіа у синхронічній чи діахронічній площині часто є об'єктом дослідження. При цьому тут аналізуються реальні політичні умови, архівні документи, автори акцентують на тих причинах які детермінували актуальні й сьогодні процеси чи причини політичного або правового виміру сьогодення. Це роботи О.В. Богуславського, І.З. Павлюка, С.В. Кравченко, Л.В. Сніцарчук, С.В. Демченка, Ю.В. Колісника, І.С. Паримського.

Олег Богуславський дослідив національно-патріотичну дискусію, що велася в пресі міжвоєнної української еміграції в Європі 1919-1939 рр., у роботі простежуються не тільки важливі для української історії особливості формування наукової ідеї, але й елементи ідеологічного позиціонування українців в системі європейського світовідчуття [12]. Ігор Павлюк розкрив всю повноту контенту преси західної частини України, простежив ідеологічні та політичні змістові детермінанти, акцентував на тенденціях інтегрування національного інформаційного простору в європейський медіадискурс [13]. Світлана Кравченко присвятила роботу вивченню україно-польського діалогу в контексті національних ідей, рухів та перетворень 20-30 років ХХ століття [14]. Лідія Сніцарчук виявила соціально-політичні умови функціонування, тенденції розвитку української преси Галичини 19-39 років [15]. Сергій Демченко кваліфікував роль масової комунікації в умовах розбудови громадянського суспільства, встановив політичні та правові чинники, що за посередництва відображення у медіа, впливали на розвиток українського соціуму [16]. Юрій Колісник простежив особливості становлення журнальної періодики радянської України в 50-80 роки ХХ століття, акцентуючи на тих тенденціях демократичності, прагненні до свободи висловлювання, які й сьогодні актуальні для української журналістики [17]. Продовження цієї тематики, але на іншому матеріалі. З урахуванням сучасних реалій та причин їх формування знаходимо у дослідженні Ігоря Паримського [18].

Загалом, для робіт цієї групи характерне проникнення в історичні умови тих чи інших

досліджуваних реалій, акцент на тенденціях, причинах, що визначають сьгоднішні реалії політичного, культурного життя, розвитку медіасфери.

Найменш чисельною за кількістю робіт є третя група - дослідження правових аспектів функціонування і розвитку медіаіндустрії - причина цього напевне в тому, що суто правові аспекти діяльності медіа - предмет дослідження зовсім іншої наукової галузі. Водночас варто акцентувати на тому, що деякі особливості фахової діяльності - зокрема дотримання законів, етичних норм, а головне - професійних стандартів, - є беззастережною умовою ефективної системи медіа в країні. До цієї групи ми віднесли дисертації О.В. Чекмишева, Л.Г. Пономаренко, Н.М. Грицюти.

Олександр Чекмишев знайий в Україні як один із ініціаторів проникнення в наукову площину, в програми підготовки медіафахівців західних стандартів інформаційної діяльності. У своїй роботі він обґрунтовує процедури та методологію проведення досліджень фахового середовища, концептуалізує моделі фахової діяльності, які корелюють зі стандартами, прийнятими в Європі та США [19]. Людмила Пономаренко дослідила особливості відображення моральних концепцій в медіадискурсі, визначила динаміку та тенденції формування моральних категорій у медіа дискурсі [20]. Предметом дослідження Наталі Грицюти стала етика рекламної діяльності, дослідниця акцентувала на моделях фахової діяльності, які не регульовані законами, з акцентом на тому, що порушення таких норм може мати складні соціальні наслідки [21].

Загалом, варто відзначити, що в межах цієї групи досліджень домінують стандарти діяльності та медіаетика, причина цього криється в несумісності регулятивного поля закону і моралі чи фахового стандарту, що загалом характерно для медіагалузі. Адже медіадіяльність практично завжди орієнтована на формування суспільної думки, реалізацію впливогенних потенціалів, підтримки, чи, навпаки, спростовування державної політики та ідеології, яка диктується політичними силами, часом. Ступенем розвитку соціуму. Все це призводить до піднесення питань етичності, питань фахових стандартів та визначення соціально виправданих орієнтирів. Важливим в цьому ключі видається акцент на діяльності громадських організацій, які можуть виступати регуляторами, наприклад, Комісії з журналістської етики, в структурі Національної спілки журналістів України.

Окремо варто сказати про дослідження соціально-політичних реалій в кандидатських дисертаціях із соціальних комунікацій. Тут збільшується кількість груп, адже поряд з дослідженнями національної медіапродукції,





захищено дисертації, присвячені пресі Англії, Італії, Сполучених Штатів Америки, Іспанії тощо, проаналізовано не тільки національний контент, але й відображення української проблематики в закордонних медіа. Окрему групу становлять роботи, в яких пропрацьовано механізми здійснення зв'язків з громадськістю в реаліях українського політичного дискурсу, визначено проблеми інституціалізації комунікаційних форм діяльності влади тощо. Ці результати з часом стануть предметом окремого дослідження.

Подяки. Автор висловлює подяку науковцям, чії роботи стали предметом розгляду, їх науковим консультантам та спеціалізованим вченим радам, у яких ці роботи захищалися. Особлива подяка – головам цих спецрад, якими на різних етапах були (і є!) професори – Олег Богуславський, Олесь Гоян, Валерій Іванов, Наталія Сидоренко.

Окрема подяка каедрі соціальних комунікацій інституту журналістики і особисто – її керівнику професору Володимирі Різуну за створення сприятливої наукової атмосфери, яка стимулює наукові пошуки.

Висновки. Проведене дослідження показало, що в системі соціальних комунікацій соціально-політичні контексти набувають яскравого звучання, оскільки вони є визначальними для характеристик соціальної парадигми інформаційних процесів та явищ. Підсумком дослідження є висновок про те, що більше третини досліджень докторської кваліфікації в новоствореній науковій галузі охоплюють проблеми політико-правового поля, що й не дивно з огляду на сучасну роль медіа. Перспективним видається аналіз часткових проявів означеного напрямки в прикладних дослідженнях та фундаментальних розробках вужчої тематики. Адже отримані результати, виявлені тенденції та перспективні напрямки розвитку інформаційної індустрії потребують глибшого осмислення в контексті входження України в європейський медійний, політичний та правовий простір.

Список джерел

1. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різуну] / Інститут журналістики : [сайт] / – Електронні дані. – Київ, 2011. – URL: http://journlib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodo_logiyi.pdf (3. 04. 2012). – Назва з екрана.
2. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – С. Пб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. – 461 с.
3. Бутирїна 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 Бутирїна . – Київ : Б.в., 2009 . – 30 с.

4. Житарюк М. Г. Українська журналістика як соціокультурна модель: генезис, доміанти у світовому інформаційному контексті : автореф. дис ... д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Мар'ян Георгійович Житарюк . – Київ : Б.в., 2009 . – 36 с.

5. 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 : Б.в., 2010 . – 32 с.

6. 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 : Б.в., 2012 . – 36 с.

7. 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.

8. Академія української преси // [Електронний ресурс] / Академія української преси [сайт] / – Електронні дані. – Київ, 2008. – URL: <http://www.aup.com.ua/?cat=education&subcat=history>. – Назва з екрана.

9. Теремко В. І. Видавничі стратегії в умовах суспільних трансформацій : автореф. дис ... д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.05 / Василь Іванович Теремко . – Київ : Б.в., 2013 . – 38 с.

10. 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.

11. 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.

12. 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 : Б.в., 2008 . – 38 с.

13. 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 комунікацій: 27.00.04 / Ігор Зиновійович Павлюк . – Київ : Б.в., 2009 . – 41 с.

14. Кравченко С. І. Періодичні видання Польщі 20-30-х років ХХ 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 : Б.в., 2010 . – 32 с.

15. 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 : Б.в., 2010 . – 32 с.

16. Демченко, Сергій Володимирович. 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 : Б.в., 2011 . – 34 с.

17. Колісник Ю. В. Журнальна періодика УРСР





(1950-1980 pp.) у формуванні суспільної свідомості : автореф. дис ... д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.04 / Юрій Вікторович Колісник . – Київ, 2013 . – 36 с.

18. 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.

19. Чекишев 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 Чекишев . – Київ : Б.в., 2012 . – 35 с.

20. Пономаренко Л. Г. Морально-етичний дискурс мас-медіа початку ХХІ ст. : автореф. дис ... д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 / Людмила Григорівна Пономаренко . – Запоріжжя : Б.в., 2012 . – 36 с.

21. 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.

Sources and literature

1. Rizun V. Nacherky do metodologii' doslidzhen' social'nyh komunikacij [Elektronnyj resurs] // [Naukova storinka profesora Volodymyra Rizuna] / Instytut zhurnalistyky : [sajt] / – Elektronni dani. – Kyi'v, 2011. – URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf (3. 04. 2012). – Nazva z ekrana.

2. Sokolov A. V. Obshhaja teoriya social'noj kommunikacii: Uchebnoe posobie / A. V. Cokolov. – S. Pb. : Izd-vo Mihajlova V. A., 2002 g. – 461 s.

3. Butyrina M. V. Mas-media jak seredovyshhe stvorennya ta funkcionuvannja stereotypiv masovoi' svidomosti : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.01 / Marija Valerii'vna Butyrina . – Kyi'v : B.v., 2009 . – 30 s.

4. Zhytarjuk M. G. Ukrai'ns'ka zhurnalistyka jak sociokul'turna model': genezys, dominanty u svitovomu informacijnomu konteksti : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.04 / Mar'jan Georgijovyh Zhytarjuk . – Kyi'v : B.v., 2009 . – 36 s.

5. Havkina L. M. Ukrai'ns'kyj reklamnyj mif: shljahy tvorennya, osnovni komponenty ta osoblyvosti funkcionuvannja : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.06 / Ljubov Markivna Havkina . – Kyi'v : B.v., 2010 . – 32 s.

6. Gojan V.V. Telebachennja jak vyd zhurnalist's'koi' tvorchosti: vizual'no-verbal'ni komponenty ekrannoї komunikacii' : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.01 / Vita Volodymyrivna Gojan . – Kyi'v : B.v., 2012 . – 36 s.

7. Zrazhevs'ka N. I. Fenomen mediakul'tury u sferi social'nyh komunikacij : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij : 27.00.01 / Nina Ivanivna Zrazhevs'ka . – Kyi'v, 2012 . – 32 s.

8. Akademija ukrai'ns'koi' presy // [Elektronnyj resurs] / Akademija ukrai'ns'koi' presy [sajt] / – Elektronni dani. – Kyi'v, 2008. – URL: <http://www.aup.com.ua/?cat=education&subcat=history>. – Nazva z ekrana.

9. Teremko V. I. Vydavnychi strategii' v umovah suspil'nyh transformacij : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.05 / Vasyl' Ivanovyh Teremko . – Kyi'v : B.v., 2013 . – 38 s.

10. Oltarzhevs'kyj D. O. Korporatyvni media jak instrument social'nyh komunikacij : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.06 / Dmytro Olegovyh Oltarzhevs'kyj. – Kyi'v, 2014 . – 30 s.

11. Krajnikova T. S. Kul'tura mediaspozhyvannja v Ukrai'ni: aktual'nyj stan i mehanizm formuvannja : avtoref. dys... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.01 / Tetjana Stepanivna Krajnikova . Kyi'v, 2015. – 28 s.

12. Boguslavs'kyj O. V. Presa mizhvojennoi' ukrai'ns'koi' emigracii' v Jevropi 1919-1939 rr.: nacional'no-patriotychna dyskusija : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.04 / Oleg Viktorovyh Boguslavs'kyj . – Kyi'v : B.v., 2008 . – 38 s.

13. Pavljuk I. Z. Ukrai'ns'komovna legal'na presa Volyni, Polissja, Holmshhyny ta Pidljashshja 1917-2000 rokiv jak strukturna chastyna zagal'nonacional'nogo informacijnogo prostoru : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.04 / Igor Zynovijovyh Pavljuk . – Kyi'v : B.v., 2009 . – 41 s.

14. Kravchenko S. I. Periodychni vydannja Pol'shhi 20-30-h rokiv XX stolittja u svitli suspil'no-kul'turnyh procesiv mizhvojennoi' doby: literaturna komunikacija, pol's'ko-ukrai'ns'kyj dialog : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.04 / Svitlana Ivanivna Kravchenko . – Kyi'v : B.v., 2010 . – 32 s.

15. Snicarchuk L.V. Ukrai'ns'ka presa Galychyny (1919-1939 rr.): polityko-pravovi umovy funkcionuvannja, tendencii' rozvytku, organizacijno-zhurnalist's'ka praktyka : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.04 / Lidija Vitalii'vna Snicarchuk . – Kyi'v : B.v., 2010 . – 32 s.

16. Demchenko, Sergij Volodymyrovych. Masova komunikacija u procesi rozbudovy gromadjans'kogo suspil'stva: istorija, teoriya, ukrai'ns'ki realii' : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.01 / Sergij Volodymyrovych Demchenko . – Kyi'v : B.v., 2011 . – 34 s.

17. Kolisnyk Ju. V. Zhurnal'na periodyka URSS (1950-1980 rr.) u formuvanni suspil'noi' svidomosti : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij : 27.00.04 / Jurij Viktorovyh Kolisnyk . – Kyi'v, 2013 . – 36 s.

18. Paryms'kyj I. S. Nacional'na presa – suspil'na dominanta informacijnogo prostoru demokratychnoi' derzhavy : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.01 / Igor Svjatoslavovyh Paryms'kyj . – Kyi'v, 2013 . – 32 s.

19. Chekmyshev O. V. Monitoryng ZMI v systemi social'nyh komunikacij: istoryko-teoretychnyj ta pragmatychnyj aspekt : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.01 / Oлександр Viktorovyh Chekmyshev . – Kyi'v : B.v., 2012 . – 35 s.

20. Ponomarenko L. G. Moral'no-etychnyj dyskurs mas-media pochatku ХХІ ст. : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij: 27.00.04 / Ljudmyla Grygorivna Ponomarenko . – Zaporizhzhja : B.v., 2012 . – 36 s.

21. Grycjuta N. M. Reklamna etyka: pryncypy, chynnyky, realii', tendencii' : avtoref. dys ... d-ra nauk iz social'nyh komunikacij : 27.00.01 / Natalija Mykolai'vna Grycjuta . – Kyi'v, 2013 . – 36 s.





Корнеев В. М.

Социально-политическая проблематика социально коммуникационных исследований

РЕФЕРАТ. В статье рассматриваются научные подходы к отражению особенностей влияния политико-правовых реалий на становление и развитие информационной системы общества. Материалом исследования стали защищены докторские диссертации по социальным коммуникациям, которые акцентируют внимание на проблемах функционирования информационного пространства в различных социально-политических условиях. В частности, важным аспектом исследования являются социальные контексты, выявленные в рассматриваемых фундаментальных научных трудах. Материал исследования охватывает весь период становления отрасли «Социальные коммуникации» и отражает системную картину развития интереса ученых к заявленной теме. Актуальность данного исследования детерминирована потребностью обобщения результатов осмысления социально-политических условий развития медиа системы в научном дискурсе, установления влияния этих факторов на динамику развития медиаиндустрии. Целью исследования является систематизация научных результатов по социально-политическому и тематическому признакам, а его задачей – отражение общей картины политико-правовых реалий в науке о социальных коммуникациях. Теоретическим основанием исследования стали работы, посвященные формированию социальнокоммуникационного подхода в науке, а также исследования, выполненные в системе новой научной отрасли и посвященные политико-правовым аспектам деятельности СМИ. Для выполнения поставленной задачи использованы методы наблюдения и систематизации. Фактическая база исследования включает 18 диссертаций на соискание ученой степени доктора наук, в которых отражены социальнокоммуникационные параметры влияния социально-политических факторов на развитие медиаиндустрии. Среди основных результатов работы – выводы о формах отражения социально-политических реалий и систематизация исследований по указанным выше критериям. Перспективными направлениями можно считать выявление социально-политической тематики в прикладных исследованиях и формирование общей системы изучения социально-политических реалий развития медиасистемы в диахронической проекции.

Ключевые слова: социальнокоммуникационный дискурс, социально-политические условия развития медиа, социальные коммуникации.

