

УДК 316.77

Н.І. Моїсєєва

ЦІЛЬОВА КОМПОНЕНТА СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Стаття присвячена актуалізації питань вивчення цільової компоненти соціально-комунікаційної діяльності. На основі діяльнісного підходу формулюється положення про важливість виокремлення цільової компоненти соціально-комунікаційної діяльності як на підсистемному, так і на системному рівнях. Аналізується стан досліджуваності цілей комунікаційної діяльності та її прaxeологічних ознак. Встановлюються чинники виникнення протиріч у ході визначення цілей соціально-комунікаційної діяльності. Визначено превалювання функціонального підходу до розкриття цільової компоненти комунікаційної діяльності в суспільстві, а також відсутність їхнього системного узгодження.

Ключові слова: соціальна комунікація, соціально-комунікаційна діяльність, прaxeологія, діяльнісний підхід, мета соціально-комунікаційної діяльності, соціальна функція.

N.І. Moiseeva

HAVING A SPECIAL PURPOSE COMPONENT OF SOCIAL COMMUNICATION ACTIVITY

The Article is devoted to the mainstreaming study of the target components of social communication activity. On the basis of the activity approach is formulated position on the importance of the separation of target components of social communication activity on the subsystem and system levels. In the article is analyzed the state of the research of the aims of communication activities and its praxeological signs. The paper determines factors of contradictions in the definition of goals of social communication. The prevalence of functional approach to the disclosure of target components of communication activities in society, and their lack of systematic coordination are determined.

Keywords: social communication, social communication activity, praxeology, the activity approach, the aim of social communication, social function.



Система соціально-комунікаційної діяльності в результаті розвитку та диверсифікації досягла інституціонального стану. Становлення всіх підсистем і структур комунікаційної діяльності зумовлено реалізацією суспільних потреб у соціальній

інформації, її доведенням до суб'єктів соціальної діяльності, налагодженням суспільних взаємин і досягненням взаєморозуміння у розв'язанні проблем життєдіяльності людства.

Багатовекторність соціально-комунікаційної взаємодії зумовлюється тим, що вона пронизує майже всі суспільні відносини: від ко-

мунікації на особистому рівні, національному, локальному – до міжнародного та світового розмаїття соціально-комунікаційних відносин, які, як правило, відтворюються в різних класифікаціях, формах і моделях, що в результаті інтеграції комунікаційної діяльності в суспільстві ставлять питання пошуку її генетичної єдності як окремого в виду суспільної діяльності. В умовах становлення єдиного комунікаційного простору комунікаційні функції різних комунікаційних агентів перетинаються, змінюють своє функціональне наповнення, мають тенденцію до координації зусиль усіх соціально-комунікаційних структур, суспільної діяльності, суспільної стабільності, щодо досягнення задоволення суспільних очікувань.

Соціально-комунікаційна діяльність має розглядатися через призму комунікативних

стратегій, цілей тих, хто знаходиться в процесах комунікації. Вона є цілеспрямованою діяльністю, що доповнюється різними тактиками комунікаційної поведінки через залучення різних засобів взаємодії. На це звертають увагу більшість дослідників соціальної комунікації у філософському, соціологічному, психологічному, лінгвістичному контексті, з позицій теорії соціальних комунікацій: Л.С. Виготський, С.О. Заветний, В.О. Ільганаєва, М.С. Каган, В.П. Конецька, С. Крапивенський, Ф.І. Шарков, Д.О. Леонтьєв, О.О. Леонтьєв, С.М. Пазиніч, О.С. Пономарьов, А.В. Соколов, М.М. Філоненко, О.М. Холод.

Під комунікативною сферою в загальному вигляді розуміється сфера комунікативної діяльності людей, в якій відбувається передача повідомлення або отримання певної інформації [1; 2]. В комунікаційній сфері здійснюється суспільна діяльність людей у духовній, політичній, економічній, виробничій формах. Комунікативна сфера містить: змістовну інформацію, соціальний статус комунікантів, їхньої ролі, ступінь умотивованості в обміні інформацією. Всі ці елементи можуть проявлятися як домінанти в комунікаційній системі суспільства та в її цільовій складовій. Структурно-функціональний аналіз соціально-комунікаційної сфери та визначення її цільової спрямованості здійснено І.О. Ільганаєвою та А.В. Соколовим [3; 4]. Діяльнісний аналіз спілкування як результат онтологічних, гносеологічних, аксіологічних узагальнень наводить О.С. Пономарьов [5]. На основі виявлення праксеологічних ознак спілкування він доводить, що спілкування треба розглядати як окремий вид суспільної діяльності, що має свої функції та мету. Необхідне підґрунтя для подальших досліджень спілкування та комунікації на основі діяльнісних постулатів становлять колективні праці [6; 7].

Але вважати, що питання мети або цілей соціально-комунікаційної діяльності на системному і підсистемних рівнях є досить вивченим значним припущенням.

Метою статті є встановлення загального стану досліджуваності цільової компоненти соціально-комунікаційної діяльності. До завдань належать:

– визначення загального праксеологічного значення цільової компоненти соціально-комунікаційної діяльності;

– виявлення протиріч у процесі побудови системи цілей у структурі соціально-комунікаційної діяльності.

Методологічним орієнтиром у вирішенні поставлених завдань є діяльнісний підхід. Функціональні характеристики суспільної діяльності дозволяють наблизитися до внутрішньої природи комунікаційної діяльності та конкретизувати зв'язок соціально-комунікаційних структур у системі соціально-комунікаційної діяльності, зокрема, на основі цільової компоненти. Використання діяльнісного підходу дає змогу виявити основні характеристики та праксеологічні ознаки соціально-комунікаційної діяльності: структуру, цілі, зовнішні та внутрішні умови.

Соціальна діяльність є сукупністю соціально значущих дій, що здійснює суб'єкт (товариство, клас, група, особистість) у різних сферах і на різних рівнях соціальної організації суспільства, що переслідують певні соціальні цілі та інтереси і використовують в ім'я досягнення цих цілей і задоволення інтересів різні засоби – економічні, соціальні, політичні й ідеологічні [8].

Будь-яка суспільна діяльність замовлена забезпеченням потреб життєдіяльності суспільства, груп, особистості та оволодінням необхідними життєвими благами. Діяльність включає чотири взаємопов'язані підсистеми: об'єктивно-передпосилчу (потреби та інтереси); суб'єктивно-регулятивну (диспозиції); виконавчу (сукупність вчинків, що здійснюються задля реалізації мети); об'єктивно-результативну (результати діяльності) [9].

У структурному плані діяльність складається з різних форм, засобів, знарядь, етапів, дій та операцій, що спрямовані на досягнення певних результатів. Відокремлення мети в структурі діяльності було здійснено в психології у процесі вивчення вищих психічних функцій людини (Д.О. Леонтьєв, Л.С. Виготський, М.С. Каган). Психологічний аналіз діяльності передбачає виділення в ній основних структурних компонентів та встановлення характеру зв'язку між ними. До них належать мотив, мета, умови реалізації мети, окремі дії та операції.

Таким чином, мета – причина розвитку як ідеальний або реальний предмет свідомого або несвідомого прагнення суб'єкта; фінальний результат, на який спрямований процес. У загальному вигляді під метою розуміється уявне або образне уявлення кінцевого або проміжного результату діяльності. Завдяки меті діяльність стає впорядкованою та передбачуваною, вона мовби концентрує в одному напрямку всі зусилля і ресурси людини. Цілісна діяльність складається з системи окремих, відносно самостійних дій, збудованих у певній часовій послідовності, що призводять до досягнення мети всієї діяльності. Як свідчать спеціальні дослідження, в структурі діяльності визначена наявність певних дій та операцій, що є відображенням поетапного виконання руху щодо досягнення певної мети, а також використання можливостей здійснення діяльності в цілому [8]. Дія є елементом, через розвиток якої діяльність розвивається внаслідок опанування різними техніками її виконання, засобів і знарядь, що з'являються шляхом розвитку суспільної діяльності в цілому. Відносно комунікаційної сфери це було розглянуто в роботах [3; 4; 5]. На рівні дій також формується мета. Мета дії може замінювати мету діяльності на певних етапах її розвитку як суспільної практики. На нашу думку, в структурній діяльності, зокрема, соціально-комунікаційній, є чинником протиріччя визначення цілей діяльності на рівні системно-комунікаційної системи суспільства та його підсистеми.

Підтвердженням цієї думки є наявність багатообразності соціальних дій, що зводяться науковцями до таких характеристик:

- 1) цілеспрямована дія, пов'язана зі зміною даної соціальної системи або умов діяльності;
- 2) дія, спрямована на їхню стабілізацію;
- 3) дія з метою адаптації до даної соціальної системи й умов діяльності;
- 4) інтегративна дія, що припускає включення особистості, групи або будь-якої іншої спільності в більш велику соціальну спільність або систему [8, 9].

Реалізація будь-якої дії або діяльності в цілому здійснюється в контексті деяких об'єктивних і суб'єктивних факторів (обставин) відносно досягнення поставленої мети. Вони називаються умовами реалізації мети. Їх

можна охарактеризувати як зовнішні та внутрішні умови діяльності, аналіз яких передбачає вибір засобів здійснення діяльності, визначення алгоритму дій, ресурсів, об'єктів, а також побудови стратегій і тактики діяльності. Це знаходить відображення в працях, що стосуються питань соціально-комунікаційної діяльності, її соціокультурної зумовленості та функціонально-цільового наповнення, зокрема тих, що розглядають підсистемний рівень (ЗМК, бібліотеки).

Відповідно до суспільних вимог та в процесі історичного розвитку, діяльність набуває властивостей щодо свого розвитку та саморозвитку. Діяльність стає більш досконалою, зменшується час її виконання, знижуються енергетичні витрати, трансформується структура, змінюються їхні послідовність і оптимальність. Стан зовнішніх та внутрішніх умов діяльності впливає на її розвиток, характер і форму. Це те, що ми спостерігаємо в наш час у сфері соціально-комунікаційної діяльності: зовнішні компоненти скорочуються та редукуються при одночасному збільшенні частки внутрішніх компонентів. Відбувається ніби перетворення діяльності за формою й одночасно змінюються їхні якісні характеристики (інформаційна, аналітична, презентаційна, візуальна, мультимедійна).

Крім того, із зовнішньої, практичної і розгорнутої в часі та просторі вона стає внутрішньою, психічною та скороченою (згорнутою). Цей процес у психології називається інтеріоризацією. Саме таким чином відбувається зародження та розвиток психіки – на основі перетворення діяльності [10]. Автор, спираючись на досягнення психологічних досліджень діяльності, підкреслює, що внутрішня діяльність представляє собою лише компонент цілісної діяльності, її сторону, вона легко може трансформуватися та реалізуватися у зовнішніх компонентах. Перехід внутрішніх компонентів діяльності у зовнішні називається екстеріоризацією і є невід'ємним атрибутом будь-якої практичної діяльності [там само]. Такі процеси простежуються в комунікаційній сфері за умов формування медіапростору та формування нової соціальної реальності [11, 12]. Згадані вище процеси викликають інтерес дослідників з медіапсихології [13]

й актуалізують питання мети соціально-комунікаційної діяльності на її системному рівні розвитку, коли від дій одних структур залежать дії інших, а в сукупності ці дії впливають на стан соціально-комунікаційної діяльності в цілому.

Встановлено, що одна й та сама дія може здійснюватися за допомогою різних операцій. Із точки зору діяльності суб'єкта усвідомленість операцій залежить від ступеню його майстерності. При оволодінні певною технікою дій, що може бути доведена до автоматизму, діяльність здійснюється несвідомо. Підкреслимо, що оволодіння технікою письма або машинопису, або роботи з комп'ютером призводить до такого стану неусвідомлення дій через окремі операції. Важливим зауваженням є те, що діяльність – це динамічне явище, і її структурні компоненти можуть трансформуватися та переходити один в інший. Наприклад, дія може перетворитися на самостійну діяльність, або дія й операція можуть стати цілеспрямованими діями. В комунікаційній сфері це дії пошуку інформації, розповсюдження, зокрема, в соцмережах, генерування за рахунок використання мережевих ресурсів.

Цілі соціальної взаємодії, зокрема комунікації, визначаються її місцем у структурі соціальної діяльності. В процесі становлення соціальної діяльності спілкування та комунікація є умовами праці, а також опосередкуванням трьох видів суспільної діяльності: ціннісно-орієнтаційної, пізнавальної, перетворюючої [8].

Ці основні постулати аналізу суспільної діяльності повністю належать до сфери комунікаційної діяльності в суспільстві. Поведінковий акт або дія в процесі суспільної діяльності можуть розглядатися як комунікативним акт. При цьому біорелевантне стає семіотичним (Ю.С. Степанов). Комунікація, таким чином, проявляється як окрема частина спільної діяльності, спрямована на регулювання самої цієї діяльності (мета-діяльність) [14].

Суспільним призначенням комунікаційної взаємодії на початковому етапі становлення соціуму було забезпечення збереження і неперервного розвитку людської спільноти

та загального процесу соціалізації. Далі комунікаційні відносини були спрямовані на обслуговування процесу спільної праці людей, закріплення та передачу життєвого досвіду, що накопичувався у сфері соціального життя людини. Поступовий процес розвитку цільової компоненти спілкування як первинної форми суспільної взаємодії розглядає О.С. Пономарьов [5]. Він називає чотири основних функцій, що вплинули на формування цілей спілкування та формування комунікаційних відносин: інформативно-комунікативна, перцептивна, регулятивно-комунікативна (або інтерактивна), емоційно-комунікативна [5, 54].

Самостійне значення та формування цілей комунікації з'явилося в період зародження та становлення соціально-комунікаційних структур. Поступово в історії соціальної взаємодії виникали та розвивалися засоби соціально-комунікаційної діяльності, етапи та механізми трансформації. Мета комунікаційної діяльності виникає як реакція на задоволення відповідної суспільної потреби за певних умов. Із точки зору діяльнісно-структурного та діяльнісно-процесного підходів вона формулюється згідно з превалюючим суспільним завданням: збереження книжково-документальних надбань, інформування населення, встановлення зв'язків між учасниками в різних сферах суспільної діяльності, регулювання суспільних відносин тощо.

Комунікативна мета трактується по-різному. Наприклад, в якості мети комунікативного акту вона подається як інформування, надумане створення непорозумінь, ескалація напруги, формування певної думки, ставлення до будь-чого або до будь-кого (М. Яцемірська) [15, 359], а також як планований результат; орієнтири, на досягнення яких спрямована комунікативна діяльність (Ф.І. Шарков) [15, 359]. У масмедійному поданні мети, наприклад, журналістики в широкому сенсі, слова впливають з її призначення, при цьому, ні збирання та осмислення інформації (пізнання дійсності), ні її публікація (відображення дійсності) не можуть бути віднесені до кінцевих цілей. У цій якості виступають вплив на суспільні процеси, участь у соціальному саморегулюванні, сприяння конкретній людині або організації тощо.

Виявляється, що дослідники майже не звертаються до питань цільової спрямованості підсистемного та системного рівнів функціонування соціально-комунікаційних структур. Це питання становить ще досить дискусійну проблему. На це вказує автор роботи [16]. Спостерігається зосередження дослідників на функціональному призначенні комунікаційної підсистеми, структури або вже конкретних комунікаційних діяч і операцій. Мається на увазі діяльність бібліотек [17; 18; 19], ЗМК [1; 2; 16; 20].

У своїй роботі В.П. Конєцька [2, 130-131] здійснює аналіз функціонально-цільового призначення ЗМК, згадує Г. Лассуєла, що визначив три функції комунікації: огляд навколишнього світу – інформаційна; кореляція з соціальними структурами суспільства – взаємодія через зворотний зв'язок; передача культурних зразків – пізнавальна культурологічна функція, а також Ч. Райта, який додав розважальну функцію і Д. Макквейла, який назвав ще й мобілізуючу.

Ф.І. Шарков на основі узагальнення попередніх положень виводить свою формулу функцій, до якої включає: інформаційну, що призначена для гармонізації суспільства й індивіда; регуляторну, що передбачає формування суспільної свідомості, суспільної думки та норм, тобто соціального контролю; культурологічну, що пов'язана з пізнанням і формуванням сфери суспільного буття [1]. У роботі [16, 96] наводиться такий перелік цілей ЗМІ, як: об'єктивне інформування, соціальний захист, розважання, регуляторний вплив, а також маніпулювання, отримання комерційного прибутку.

Представник психолінгвістики О.О. Леонт'єв визначає чотири функції відносно ЗМІ: оптимізація діяльності суспільства; функція контакту; соціального контролю; соціалізації особистості [21].

На основі аналізу закордонної комунікативістики Л.Я. Землянова визначає також три основні функції масових комунікацій: контроль за оточуючим середовищем і попередження суспільства про небезпеки його руйнування; кореляція елементів суспільства та середовища; збереження та передача соціокультурного надбання [22].

Досліджуючи аксіологічні аспекти масмедійної комунікації, Т.В. Кузнєцова визначила важливість проблеми репрезентації суспільно-значущих цінностей через ЗМІ, ціннісно-етичного регулювання журналістської діяльності, емоційно-експресивного насичення медійних матеріалів [20]. Дослідниця підкреслює, що значний інтерес до аксіологічних проблем ЗМК зумовлений трансформацією ціннісної системи соціуму в умовах інтенсивних процесів глобалізації та значною роллю мас-медіа у визначенні його ціннісних пріоритетів, а також те, що в інформаційному суспільстві ЗМК набувають особливого статусу: вони не лише транслюють, а й регулюють, навіть формують цінності сучасного споживача інформації, визначають ціннісні пріоритети суспільного буття [20, 3].

Перехід на інформаційну стадію функціонування соціально-комунікаційної системи суспільства, що була пов'язана з упровадженням електронних засобів комунікації, додав потреби в пошуках нових цільових характеристик комунікаційних систем. Мається на увазі поява інформаційних систем нового інформаційного простору соціальної взаємодії. Наука та сфера соціального управління стали об'єктами комунікаційних відносин із використанням різного роду автоматизованих інформаційних систем: інформаційно-пошукових, обчислювально-статистичних, інформаційно-довідкових, управлінських [23]. Збирання, реєстрація, передача інформації в умовах автоматизації стала вже не метою, а окремими операціями в комунікаційному процесі, що в умовах інформаційного простору сучасності реалізуються в усіх комунікаційних підсистемах або структурах. Техносфера стала первинним середовищем комунікаційного простору, де сформувалися інтеграційні тенденції соціально-комунікаційної діяльності.

Найбільшого обґрунтування цілі інформаційної діяльності отримали в сфері науково-технічної інформації [23; 24], а також у бібліотеці [17]. Мета інформаційних систем – це задоволення інформаційних потреб, що виникають у процесі суспільно значущої практики. Інформація постає як продукт, отримання якого потребує витрат суспільно корисної праці незалежно від того, в якій сфері суспільної

діяльності він продукується, зокрема і в окремих галузях комунікаційної діяльності (бібліотеки, музеї, ЗМК, сфера державного управління, політика, освіта тощо).

Інформаційні системи (ІС) поділяються на: 1) системи, що зберігають інформацію; 2) системи, що аналізують інформацію; 3) системи, що продукують рішення; 4) системи, що транслюють інформацію; 5) системи, що презентують інформацію, органічно вписані у повсякденну працю бібліотекарів, журналістів, викладачів, управлінців та ін. [23].

Дослідники розкривають механізм функціонування соціально-комунікаційного інституту через цілі, завдання, ідеали, що свідомо формулюються та задаються в системі комунікаційної діяльності. В різні епохи існують різні підходи до розуміння цілей, засобів та завдань СКД, що, в цілому, є вираженням потреб суспільства та ролі суб'єкта і вимог до нього в суспільній діяльності.

Мета соціально-комунікаційної системи, за попередніми дослідженнями В.О. Ільганаєвої, міститься у створенні умов і якості взаєморозуміння між суб'єктами на різних рівнях соціальної взаємодії; саморозвитку та самоорганізації біосоціальних об'єктів; створення доступних форм розповсюдження інформації та знань, їхнє використання відповідно до потреб особистості та суспільства; формування інформаційно-когнітивної ресурсної бази прийняття рішень на всіх рівнях соціального управління [15, 282-288, 306-309]. На думку автора, становлення та функціонування системи соціальних комунікацій породжує не тільки нові соціальні реальності, але й нові соціальні відносини, відносини в умовах метасистемності зв'язків у суспільстві, а також створює умови виникнення нових соціальних процесів (мета процесів: глобалізації, інтелектуалізації, метатрансформатизму) [15, 282-288]. Становлення медіа-простору сучасності значною мірою підтверджує таке бачення розгортання цілей соціально-комунікаційної діяльності [11, 12]. Але, на нашу думку, ще потребує додаткового дослідження.

Таким чином, встановлюється відповідність соціально-комунікаційної діяльності загальній характеристиці суспільної діяльності. Структурно-функціональній устрій комуніка-

ційної діяльності складається з особливостей обслуговування суспільних потреб, що диверсифіковане у різних соціально-комунікаційних структурах суспільства.

Функціональне призначення комунікаційної діяльності в різних соціально-комунікаційних підсистемах суспільства становить основу формування цілей цієї діяльності. Цільова компонента, як правило, визначається на рівні конкретних інституалізованих сфер комунікаційної діяльності, а також на рівні дій на окремих ланках комунікаційного процесу.

Визначення системної мети, уточнення цілей комунікаційних структур у межах їхнього функціонального спрямування та їхнє координування слід здійснювати з урахуванням усього історичного розвитку та досвіду функціонування комунікаційних структур і підсистем до етапу їхнього системного прояву в соціально-комунікаційній системі суспільства. Слід також враховувати, що в явищах культури соціально-комунікаційний інститут є вищою формою функціонування соціально-комунікаційної підсистеми суспільства та включається до механізму досягнення соціально значущих цілей [25]. У подальших дослідженнях слід враховувати характеристики соціально-комунікаційного інституту як сфери реалізації особливого виду суспільної практики, що були надані автором та отримали перевірку часом: підпорядкованість суспільним потребам, що має відношення як до структури, так і до функцій комунікаційного інституту суспільства; регулятивний характер, тобто наявність певного досвіду з взаємодії його елементів усередині своєї системи, а також з іншими підсистемами суспільства (проявами якої є загальні норми, санкції, статуси суб'єктів діяльності, групових стратегій та ін.); матеріалізація соціального досвіду через суспільно напрацьовані форми функціонування системи соціально-комунікаційної діяльності (комунікаційні структури, галузі, організації).

Протиріччя у визначенні цілей соціально-комунікаційної діяльності зумовлені процесом історичної диверсифікації комунікації в суспільстві, відсутністю теоретичного узагальнення та наукової узгодженості відносно історико-генетичної єдності комунікаційної діяльності в різних соціально-комунікаційних

підсистемах суспільства, а також її системної організації, й структурним розмаїттям, що зумовлено складною організацією сталого комунікаційного процесу, особливо того, що склався в доіндустріальний період.

Використані джерела

1. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации : учеб. / Ф.И. Шарков. – М. : Соц. отношения: Перспектива, 2003. – 320 с.
2. Конечкая В.П. Социология коммуникации : учеб. / В.П. Конечкая. – М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
3. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. / А.В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 461 с.
4. Ильганаєва В.О. Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку / В.О. Ильганаєва. – К. : Ред. журн. «Бібліотеч. вісник», 1996. – 256 с.
5. Пономарьов О.С. Праксеологічні аспекти філософії спілкування / О.С. Пономарьов // Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація. – Харків : ХНТУСГ, 2008 – №5. – 2012. – С. 51-56.
6. Философия общения : монография / В.Г. Кремень и др. – Харьков : ХНТУСХ им. П. Василенко, 2011. – 440 с.
7. Філософія впливу : монографія / С.О. Заветний та ін. – Харків : Видавець Савчук О.О. ; ХНТУСГ ім. П. Василенко, 2011. – 204 с.
8. Каган М.С. Человеческая деятельность: опыт системного анализа / М.С. Каган. – М. : Политиздат, 1974. – 328 с.
9. Крапивенский С.Э. Социальная философия / С.Э. Крапивенский. – М. : ВЛАДОС, 1998. – 416 с.
10. Занковский А.Н. Психология деловых отношений / А.Н. Занковский. – М. : Изд. центр ЕАОИ, 2008. – 384 с.
11. Савчук В.В. Медиафилософия: формирование дисциплины / В.В. Савчук ; под ред. В.В. Савчука // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. – СПб : Изд-во СПбФО, 2008. – 231 с.
12. Фортунатов А.Н. Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности : автореф. дис. ... доктора философ. наук / А.Н. Фортунатов. – Нижний Новгород, 2009. – 37 с.
13. Пронина Е.Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы / Е.Е. Пронина // Человек как субъект и объект медиапсихологии. – М., 2011. – С. 105-151.
14. Кашкин Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие / Б. Кашкин. – М. : Флинта; Наука. – 2013. – 224 с.
15. Ильганаєва В.А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / В.А. Ильганаєва. – Харьков : КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
16. Тертычный А.А. Коммуникативные стратегии и журналистский текст / А. Тертычный // Вестн. моск. ун-та. Сер.10. Журналистика. – 2006. – №4. – С.93-104.
17. Дворкина М.Я. Информационное обслуживание: социокультурный подход / М.Я. Дворкина / МГУКИ. – М. : Профиздат, 2001. – 111 с.
18. Мотульский Р.С. Библиотека как социальный институт / Р.С. Мотульский. – Минск : БГУ культуры, 2002. – 374 с.
19. Сляднева Н.А. Библиография в системе Универсума человеческой деятельности: Опыт системно-деятельностного анализа : монография / Н.А. Сляднева. – М. : Изд-во МГИК, 1993. – 227 с.
20. Кузнецова Т.В. Аксиологічні моделі мас-медійної інформації: комунікативно-концептуальний підхід : автореф. дис. ... д-ра з соц. комунікацій / Т.В. Кузнецова ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2010. – 31 с.
21. Леонтьев А.А. Психолінгвістическіе проблемы массовой коммуникации / А.А. Леонтьев. – М. : Наука, 1974. – 148 с.
22. Землянова Л.Я. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества / Л.Я. Землянова. – М., 1999. – 459 с.
23. Колин К.К. Социальная информатика : учеб. пособ. / К.К. Колин. – М. : Академический Проект; М. : Фонд «Мир», 2003. – 432 с.
24. Инфосфера: Информационные структуры, системы и процессы в науке и обществе / Ю.М. Арский, Р.С. Гиляревский, И.С. Туров, А.И. Черный. – М. : ВИНТИ, 1996. – 489 с.
25. Маркарян Э.С. Теория культуры и современная наука / Э.С. Маркарян. – М. : Мысль, 1983. – 284 с.