

УДК 007:304:004.9+001

Тетяна Коміна**ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕНЬ КОМУНІКАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ СУЧАСНИМИ МЕДІАДОСЛІДНИКАМИ**

У статті проаналізовано особливості дослідження комунікаційних технологій сучасними вітчизняними та зарубіжними науковцями, здійснено спробу віднайти базис їхніх теорій в історії медіадосліджень, структуровано теорії у три смислові блоки — «консервативний», «критичний» та «інструменталістський».

Ключові слова: комунікація, комунікаційні технології, соціальні комунікації, мас-медіа, медіадослідження.

В статье проанализированы особенности исследования коммуникационных технологий современными отечественными и зарубежными учеными, предпринята попытка найти базис их теорий в истории медиаисследований, структурированы теории в три смысловых блока — «консервативный», «критический» и «инструменталистский».

Ключевые слова: коммуникация, коммуникационные технологии, социальные коммуникации, масс-медиа, медиаисследования.

In this article domestic and foreign scientists analyzed the features of researching of communication technologies, made a try to find the basis of its theory in a history of media research, structured theory in three conceptual blocks: «conservative», «critical» and «instrumentalist».

Key words: communication, communication technology, social communication, mass media, media research.

Проблема дослідження. У працях сучасних медіадослідників спостерігається відсутність єдності концептуальних поглядів на теорію комунікаційних технологій. Згадана проблема значно уповільнює опрацювання наявного практичного матеріалу та стоїть на заваді спільним дослідженням, які б стосувались сучасних комунікаційних технологій (далі — КТ), їх методів та засобів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З початку ХХ ст. і до наших днів теорія комунікації (а, відповідно, і КТ) зазнала змін: спочатку ко-

мунікація мислилась як загальнолюдська цінність, мета якої — встановлення адекватного зв'язку між культурами, соціальними прошарками, індивідами, а вже із середини ХХ ст. можна простежити появу спроб дослідження впливу комунікації на людину. Зокрема, цитата С. Кара-Мурзи «телебачення стало головною зброєю, сильнішою за тачанки Чапаєва» [4, 302] свідчить про вищевказане. До питання вивчення впливу такої «зброї» на людину, її свідомість, її здатність до самовизначення почали звертатися лише кілька десятиліть тому. Одним із перших можна назвати М. Маклюєна, який досліджував вплив медіа-культури на маси [6, 6]. Варто відзначити, що його ідеї вплинули на становлення концепцій із цієї проблематики на теренах Східної Європи.

Серед західних ґрунтовних досліджень минулого століття потрібно також згадати доробок Е. Барноу, Дж. Гербнера та В. Шрамма «Міжнародна енциклопедія комунікації», адже на її сторінках зроблено спробу систематизації основних понять теорії та практики комунікації [15]. Вже з другої половини ХХ ст. західні вчені (Б. Барельсон, Дж. Гербнер, П. Лазарсфельд, Г. Лассуел, М. Маклюєн, Р. Мертон, В. Ріверс, В. Шрамм та ін.) здійснюють всеохоплюючий аналіз засобів та механізмів здійснення КТ, включаючи до сфери своїх інтересів методи впливу на масову свідомість, поведінку, практики; дослідження оформлення аудиторії впливу як масового колективного адресату, характеристику взаємодії комуніканта та реципієнта тощо.

Сучасні вітчизняні і російські дослідники В. Бугрим, Д. Гавра, О. Заславська, Н. Зражевська, С. Кара-Мурза, Л. Климанська, О. Коновець, В. Лисенко, А. Назаретян, Г. Почепцов, В. Різун, О. Холод, В. Циганов, Ф. Шаров, В. Шейнов та ін. також приділяють згаданим питанням багато уваги. Проте запропоновані ними концепції часто не лише не перетинаються, але й суперечать і взаємовиключають одна одну. Досліджень, які б систематизували розробки вищевказаних вчених, мало (можна назвати досить незначні розвідки в галузі історії дослідження КТ Н. Зражевської та О. Холода, а також історіографічні розділи авторефератів дисертацій та монографій таких дослідників, як Т. Анікеєва, В. Бебик, О. Зернецька, О. Коновець, Л. Матвеева, Ю. Мочалов, Д. Ольшанський).

Описаний стан справ вдало охарактеризував К. Розенгрен: «Сфера комунікації виглядає так, ніби розділена на кілька ізольованих

жаб'ячих ставків. Між ними не чуто дружнього квакання, дуже мало продуктивного спілкування, мало випадків успішного перехресного запліднення» [16, 27].

Мета розвідки — виявити особливості дослідження КТ сучасними вітчизняними і зарубіжними дослідниками, віднайти базис їхніх теорій в історії медіадосліджень, структурувати їхні підходи до теорії КТ.

Відповідно до сформульованої мети виникає необхідність виконати такі *завдання*:

1) проаналізувавши наукову літературу з обраної проблематики, виявити критерії дослідження сутності та функцій КТ в історії медіадосліджень, що дозволить розподілити досліджувані концепції на кілька напрямків;

2) узагальнити матеріал, сформулювати висновки та окреслити перспективи подальших розвідок.

Хід дослідження. З огляду на викладені вище тенденції в осмисленні сучасних механізмів КТ, пропонуємо дослідити концепції названих вчених, поділивши їх на три смислові блоки:

1) «консервативний»: автори, яких ми відносимо до цього блоку (С. Московічі, Г. Почепцов, В. Різун), вважають КТ фактично еквівалентними маніпуляціям свідомістю, що є буденною і некатастрофічною справою; відповідно, аналіз КТ за таких позицій здійснюється з огляду на вбудованість КТ до загальнокультурного шару смислів;

2) «критичний»: автори цього смислового блоку тлумачать сучасний стан КТ як негативний, і, відповідно, або розуміють медіареальність як сутнісно негативну (С. Кара-Мурза, А. Назаретян), або досліджують зведення КТ до маніпуляцій свідомістю як комерціалізацію культури мас-медіа, що веде до нівелювання її загальнолюдських цілей та завдань (Н. Зражевська, В. Шейнов);

3) «інструменталістський» смисловий блок об'єднує авторів, базисні засади яких можуть належати як до «критичного» (О. Коновець, Ф. Шарков), так і до «консервативного» (О. Холод, Д. Гавра) блоків, однак, це не є ядром їхніх досліджень, оскільки розробки таких авторів більше сконцентровані на схематизації, упорядкуванні та кодуванні самих КТ, а також їх засобів та механізмів.

«Консервативний» смисловий блок варто розпочати з розгляду концепції Г. Почепцова, який приділив увагу вивченню теоретичних і практичних аспектів масової комунікації. Потрібно зауважи-

ти, що досить широкий смисловий горизонт досліджуваних Г. Почепцовим тем та спроби узагальнити чи принаймні адаптувати до вітчизняного дискурсу західні дослідження призвели до того, що результати його пошуків заклали основи вітчизняної теорії комунікації. До «консервативного» блоку ми віднесли ученого з огляду на те, як він визначає КТ: «Характерною їх (комунікаційних технологій) рисою є спроба впливу на масову свідомість, що відрізняє їх від інших варіантів міжособистісного впливу» [9, 5]. Ми ще повернемося до цієї теми при розгляді концепції Д. Гаври, який полемізує з Г. Почепцовим щодо розширення смислових меж поняття «комунікаційні технології». Такий «вплив на масову свідомість», на думку дослідника, має загальні механізми та засоби КТ, які ми використовуємо і для щоденного міжособистісного спілкування. Серед них можна виділити такі:

1) символ: «Символ є ідеальним для будь-якого комунікатора, тому всі технологічні системи комунікативного впливу обов'язково спираються на символи» [9, 9];

2) візуальна організація: візуальні символи є більш переконливими і довговічними у порівнянні з вербальними, що забезпечує багатоканальність впливу на реципієнта; використання таких засобів призводить до того, що «саме вони мають гіпнотичний вплив на масову свідомість. Натовп при цьому знаходиться в стані, близькому до гіпнотичного трансю. Назвемо це трансом натовпу, коли відбувається розмивання індивідуальних відмінностей, а домінуючим стає варіант стадної поведінки» [9, 11–12];

3) подієва організація, на думку автора, є найбільш переконливою для найприскіпливішої «публіки», адже подія завжди постає як факт, реальність, дещо здійснене, а отже саме постановочна, зрежисована подія дає реципієнтам комунікативного впливу відчуття стирання меж між медіареальністю та профанним світом [9, 12–14];

4) міфологічна організація дозволяє використовувати архетипи, властиві кожному члену маси, а отже, такі «сценарії», які спираються на відомі міфологи, не матимуть перепон у психіці натовпу [9, 14–16];

5) комунікативна організація передбачає спирання на вже наявні інформаційні потоки у суспільстві, скеровування відносно яких дозволить подати матеріал у найбільш природному вигляді [9, 17–20].

Використання згаданих засобів, як зауважує Г. Почепцов, дозволить комунікатору внести зміни в систему комунікації індивіда, а отже, змінити модель його світу, що безперечно потягне за собою зміни його практичної діяльності, його цільових установок та звичок, чого зазвичай і домагаються за допомогою маніпуляції масовою свідомістю.

Суголосні ідеї висловлює В. Різун, за визначенням якого «інтерактивні масовокомунікаційні технології є завуальованою формою односторонньої, суб'єктно-об'єктної масової комунікації» [11, 163]. На його думку, інформація — це засіб впливу, і, відповідно, ЗМІ, поширюючи інформацію серед мас, природно долучаються до процесу породження мас, залучення до них все нових і нових індивідів, що в свою чергу полегшує сам акт управління натовпом. З таких, схожих із попереднім дослідником вихідних позицій, В. Різун висуває ряд інформаційно-комунікаційних технологій, функціонально-сміслових навантажень яких забезпечується їхнім «маніпуляційним» забарвленням; це — технології проектування та змін соціального простору, інформаційні технології, інформаційні інтерактивні технології, піар-технології, рекламні технології, пропагандистські технології та інші [11, 164]. Серед засобів таких технологій він виділяє власне маніпулятивні механізми: відкоригована новина; «правильно» емоційно забарвлене повідомлення; метод «промивання мізків»; метод переконання; метод «наклеювання ярликів»; метод асоціативного формування позитивного ефекту тощо [11, 170–176].

«Консервативний» смисловий блок варто, на наш погляд, завершити розглядом концепції С. Московичі, праці якого, як ми вважаємо, мали вплив на становлення теорій вітчизняних дослідників та формування їхнього цілісного термінологічного та смислоутворюючого ядра. Водночас, висловлені ним думки репрезентують те, до чого призводить ототожнення медіатехнологій та маніпуляцій масовою свідомістю. І хоча концепт С. Московичі вже є не просто ментально-смісловим конструктом, а відображенням реальності (щоправда, під певним кутом зору), лише від наших дослідників залежить, чи стануть їхні ідеї фундаментальними для розвитку КТ у нашому суспільстві, і яким саме буде закладений фундамент.

За С. Московичі, засоби масової інформації є механізмами впливу на натовп такого історично сформованого типу влади, як західний

деспотизм: саме він «залучає засоби комунікації та використовує їх як нервову систему. Вони розповсюджують свої розгалуження повсюди, де люди збираються, зустрічаються та працюють. Вони проникають у закутки кожного кварталу, кожного будинку, щоб запроторити людей у клітку заданих згори образів і прищепити їм спільну для всіх картину дійсності» [7, 78]. Таке застосування КТ пояснюється необхідністю підтримання порядку і єдності у країнах з відповідним типом влади, за умови більш м'якого ставлення елітарних одиниць до мас, ніж у східних деспотіях (тобто без використання механізмів залякування, погроз, репресій, а також збройних засобів масового ураження). З огляду на поставлені завдання стає зрозумілим, чому пропаганда перетворюється на «технологію, яка дозволяє дещо навіювати людям та гіпнотизувати їх у масовому масштабі» [7, 124]. У такій ситуації автор порівнює продукування мас саме з масовим виробництвом військової техніки, що не дивно: адже і те, і інше слугує посиленню авторитету держави та її влади над суспільством. Отже, при запуску такого механізму ми потрапляємо у герменевтичне коло, розірвати яке можна лише за умови самоусвідомлення тих прошарків, що стали складовими частинами мас. Але оскільки процес самоусвідомлення є надто складним, вихід із даної ситуації фактично неможливий, що забезпечує надзвичайну дієвість налагодженої технології керування масами. Складниками описаної технології є пропаганда та колективне переконання. Саме яскрава, алегорична, образна мова пропаганди повинна засобами навіювання подолати в індивідах волю до критичного мислення та неупередженого ставлення, формуючи у них нові переконання та ціннісні установки вже на ірраціональній основі. Таким же цілям слугує і колективне переконання.

«Критичний» смисловий блок акумулює у собі концепції С. Кара-Мурзи, А. Назаретяна, В. Шейнова та Н. Зражевської, розгляд яких саме в такому порядку репрезентує розгортання концепції КТ від їх негативного нормативно-ціннісного забарвлення до розгляду перспектив та гіпотетичних цілей, яких можна було б досягти, якби спрямувати КТ в інше (ближче до первісного значення терміну «комунікація») русло.

Керуючись такою логікою, почнемо з дослідження концепції С. Кара-Мурзи, який розглядає ЗМІ як такі, що відіграли ключову роль у «натовпоутворенні» [4, 283] XX ст., а, отже, стосуються і «на-

родження» «людини маси» [4, 82] — продукту синкретичної культури, негативні наслідки чого ми й пожинаємо нині. Факт одностороннього, пасивного сприйняття інформації у процесі масової комунікації, за С. Кара-Мурзою, на відміну від попередніх дослідників, є логічним і природним, а отже й самі засоби маніпулятивної семантики досліджуються аж ніяк не для того, щоб застосовувати їх, а скоріше для того, щоб уникнути їхнього впливу. У цьому символічному акті викривання комунікатора-сугестора дослідник виявляє його зброю — зміну сенсу слів та понять («окремі частини повідомлення нібито брехнею і не є, проте те ціле, яке зліпив із них репортер чи редактор, може не мати з дійсністю нічого спільного» [4, 284]); заміну слів і понять політичними евфемізмами, тобто корупцію мови; спрощення, стереотипізацію, а як наслідок — редукціонізм сучасних ЗМІ; ствердження та багаторазове повторення одного й того ж, що провокує породження стереотипів та їх утвердження. Використання перелічених засобів створює видимість логічного ланцюга ідей, у той час як логіка у поданій (і вже трансформованій) інформації відсутня повністю. Але щойно з'являється така ілюзія, ніби відкривається «шлюз» для підкорення і залучення до рядів натовпу не лише нижчих прошарків, але й інтелігенції: «Тепер інтелігент може з легким серцем вірити будь-якому абсурду, тому що не протестує логіка» [4, 290]. Такий стан справ не є органічним для дослідника, він його вважає нищівним для масової свідомості, а отже «між рядків» можна прочитати про необхідність переспрямування, зміни цілей масової комунікації, і відповідно, зміни засобів КТ.

Повніше попередню теорію розвиває А. Назаретян, який, визначаючи комунікацію «контактом між людьми на семантичному рівні» [8, 25], заперечує її як сучасне поширення інформації серед верств населення. Дослідник стверджує, що саме в процесі комунікації формується людська індивідуальність, адже за певної інтерпретації, наявності або відсутності порозуміння відбувається обмін інформацією між членами комунікаційного акту, а отже — кожен є самостійною особистістю. На противагу вищезазначеному «циркулярна реакція — це взаємне зараження, тобто передача емоційного стану на психофізіологічному рівні контакту між організмами» [8, 25]. Відповідно, ефективність такої циркуляції також забезпечується використанням певних технологій, до яких зазвичай зараховують механізми «чорно-

го піару» (розповсюдження чуток, хибна інформація, сублімальні засоби впливу та чорна пропаганда). Для А. Назаретяна використання названих технологій не є чимось позитивним чи, принаймні, нормальним. На його думку, ефективну, здатну налагодити зв'язки у суспільстві, двосторонню комунікацію зможуть забезпечити вбудовані в структуру нашого світогляду нові технології, зумовлені переглядом концептуальних поглядів на комунікацію.

В. Шейнов висловлює схожу думку, апелюючи до того, наскільки широким є маніпулятивний «арсенал» КТ: наявні згадувані вище навіювання, психологічне зараження, маніпулювання інформацією, використання міфів, а також нейролінгвістичне програмування. «Усі ці прийоми відрізняються силою впливу та змістом, але їх об'єднує одне: всі вони спрямовані на утворення певного емоційного налаштування та психологічних установок у аудиторії та врешті-решт — на маніпулювання суспільною свідомістю» [14, 552].

Долучається до подібних поглядів дослідниця Н. Зражевська, додаючи до названих негативних рис КТ ще й стереотипізування масового мислення, тиражування спрощеної інформації, серіалізацію та синкретизацію конкретних фактів, таблоїдизацію та комодифікацію. Все це, на її думку, — «найважливіші характеристики медіакультури, що відбиваються на змісті культури сучасного світу, на її внутрішній будові та глибині духовного освоєння дійсності, на ментальних установках людини і суспільства. В таких умовах виникає питання про інструменти захисту суспільства від технологій комодифікації і консьюмеризму» [2, 28]. Окрім негативних наслідків використання сучасних КТ Н. Зражевська наголошує на тому, що «метою теорії соціальної комунікації продовжують залишатися процеси, що розуміються як спілкування і формування культурних відносин, а не тільки передача і вплив інформації як такої» [3, 75], отже, завжди лишається можливість повернення до вихідного призначення комунікації — як смисло- і цілеутворюючої. Таке повернення буде означати перегляд усієї мас-медіа культури, її принципів, механізмів та способів здійснення, що тягне за собою трансформацію життя сучасної людини.

Останній — «інструменталістський» — смисловий блок містить у собі концепції досить різних спрямувань. О. Коновець, не занурюючись у визначення суті комунікації чи КТ, просто зазначає, що медіадискурс має загалом лише два варіанти подачі інформації: суто як

фактів або ж з авторською інтерпретацією. Проте такий вибір відсутній у сфері телевізійних новин, оскільки необхідно подати значний масив інформації за короткий час, отже, необхідні такі КТ, які б забезпечили «кумулятивний ефект» [5, 85–87], тобто поєднання «розпорошених» елементів світу у єдине ціле, що є смисловим горизонтом реальності для людини.

Більш ґрунтовно аналізує КТ О. Холод, який пропонує поділяти їх на теоретичні та прикладні. Останні включають такі групи: паблік рилейшнз; технології мас-медіа; технології реклами; технології документознавства; технології архівознавства; технології книгознавства; технології бібліотекознавства; технології бібліографознавства; технології видавничої справи; технології редагування; соціальні технології та технології соціальної інформатики. Як відзначає дослідник, «специфічним у наведеній класифікації є й те, що запропоновано виокремлювати три великі групи комунікаційних технологій за критерієм «віднесеність технологій до метатехнологій і суто технологій» [12, 50–51].

Ф. Шарков виходить із наступного тлумачення феномену комунікації: «Спільним критерієм для всіх видів масової комунікації є одночасне споживання великою кількістю людей масової інформації» [13, 103]. Хоча, на перший погляд, таке визначення корелює з визначеннями комунікації у «консервативному» смисловому блоці, автор наголошує на використанні таких КТ, які б забезпечили функціонування комунікації як смислоутворюючого двостороннього процесу, що забезпечується оціночним характером інформації, її суспільною необхідністю, насиченістю необхідними даними, її демократичністю (тобто зорієнтованістю на всіх і кожного), плюралізмом, оперативністю, інноваційністю, активністю [13, 145–151].

Ще під час розгляду концепцій Г. Почепцова ми згадували Д. Гавра, який веде із ним полеміку щодо визначення смислових меж КТ. Дослідник вважає, що Г. Почепцов ставить знак рівності між формами соціальних комунікацій і КТ, наводячи його цитату на підтвердження такої думки: «Комунікативні технології не є виключно сьогодишнім винаходом, адже, наприклад, і проповідь, і книга, і шаманський спів, — все це є комунікативною технологією різного ступеню інтенсивності» [10, 230]. В свою чергу, власне соціально-комунікативна технологія, за визначенням Д. Гавра, є «системно організована, яка

спирається на програму (план), сукупність операцій, структур і процедур, що забезпечують досягнення мети соціального суб'єкта шляхом керованої соціальної комунікації» [1, 36]. Розбіжність такої концепції з концепцією Г. Почепцова найбільше проявляється у тому, що Д. Гавра виділяє ряд обов'язкових характеристик (штучність та свідоме керування комунікаційними ресурсами; наявність соціально значимої мети, цілеспрямованість; соціальний характер процесу; системність; плановірність; технологічність; формальна організація та функціональний розподіл праці; оптимізація та зворотній зв'язок; дискретність; креативність та стандартизація; циклічність та можливість тиражування), за відсутності хоча б однієї з яких комунікативна технологія перестає бути такою за сутністю.

Висновки. На початку дослідження ми поставили мету — виявити особливості дослідження КТ сучасними вітчизняними і зарубіжними дослідниками, а також віднайти базис їхніх теорій в історії медіадосліджень. Поставлена мета була виконана не повною мірою, оскільки висвітлення необхідних аспектів розглядуваних концепцій мало б скласти більший об'єм тексту. Проте в ході даної роботи ми дійшли висновку, що серед сучасних досліджень КТ можна виділити три смислові блоки — «консервативний», «критичний» та «інструменталістський». Такі назви є умовними, проте, на наш погляд, ілюструють основні тенденції у тлумаченні феномену комунікації та відповідних технологій розглянутими нами авторами. У статті не вичерпується проблематика КТ, тож, *подальші розвідки* є релевантними відносно сучасних медіадосліджень, зокрема маємо на меті у найближчому майбутньому досліджувати соціальнокомунікаційні технології телевізійних новин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гавра Д. П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции / Д. П. Гавра // Петербургская школа РЛ: от теории к практике: Сб. статей. — СПб.: Роза мира, 2003. — Вып. 1. — С. 28–47.
2. Зражевська Н. І. Медіакультура як «Індустрія культури». Комерціалізація і комодифікація медіакультури / Н. І. Зражевська // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». — 2013. — Том 26 (65), № 3. — С. 24–29.

3. *Зражевська Н.* Медіа-культура як об'єкт дослідження в теорії соціальної комунікації / Н Зражевська // Теле- та радіожурналістика. — 2010. Вип. 9. Ч. 2. — С. 74–80.
4. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. — М.: Эксмо, 2005. — 832 с.
5. *Коновець О. Ф.* Масова комунікація: теорії, моделі, технології: навч. посіб. / О. Ф. Коновець. — К.: ЛГУ, 2009. — 266 с.
6. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / перевод с англ. В. Г. Николаева. — М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007. — 464 с.
7. *Московичи С.* Век толп: Исторический трактат по психологии масс / Пер. с фр. — М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. — 480 с.
8. *Назаретян А. П.* Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии / А. П. Назаретян. — СПб.: Питер, 2003. — 192 с.
9. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. — К.: Ваклер, 1999. — 349 с.
10. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. — М.: Рефл-бук, 2000. — 352 с.
11. *Різун В. В.* Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. — К.: Видавничий центр «Промісвіт», 2008. — 260 с.
12. *Холод О. М.* Специфіка формування теорій комунікаційних технологій / О. М. Холод // Держава та регіони. Соціальні комунікації. — 2013. — № 2 (14). — С. 45–52.
13. *Шарков Ф. И.* Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. — 488 с.
14. *Шейнов В. П.* Манипулирование сознанием / В. П. Шейнов. — Минск: Харвест, 2010. — 768 с.
15. *International Encyclopedia of Communication* / Ed. by E. Barnouw, G. Gerbner, W. Schramm, T. L. Worth, L. Gross; Univ. Of Pensilvania. Oxford Univ. Press. — N. Y.: Oxford, 1989.
16. *Rosengren K. E.* From field to frog ponds // Journal of communication. — 1993. — 43 (3).

Одержана 20.06.2015