

Волинський національний університет ім. Лесі Українки
Бібліотека

ТЕОРІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

(Тематичний список літератури)

ЛУЦЬК – 2009

Мета тематичного списку – з найбільшою повнотою подати бібліографічну інформацію з курсу "Теорія масової комунікації", який викладається у Волинському національному університеті імені Лесі Українки (філологічний факультет, спеціальність "Видавнича справа та редагування"), для забезпечення навчальної і науково-дослідної роботи студентів та викладачів.

Матеріали згруповано за розділами:

1. Теорія комунікації
2. Комунікативні дискурси
3. Комунікація у контексті проблем новітньої цивілізації та культури

Розміщення матеріалів подано за алфавітом прізвищ авторів або за назвою документа. Спочатку – монографії, підручники, аналітичні описи з книг, за ними – описи з періодичних видань. Позиції пронумеровані.

Література, яка вміщена в списку, є наявною у фондах бібліотеки.

Підбір бібліографічних матеріалів завершено у жовтні 2009 року.

Опис літератури здійснено відповідно ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 "Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання".

Укладач : Т. Киричук

Упорядник : О. Косюк

РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЇ

1. Беляков О. Масова комунікація та екологічна політика : монографія / О. Беляков. – К. : Вид.-полігр. центр Київ. ун-ту, 2001. – 149 с.
76.0
Б 43
2. Данилова Е. Е. Информационное развитие социальных систем / Е. Е. Данилова. – М. : РИП-Холдинг, 2002. – 130 с.
76
Д 18
3. Почепцов Г. Г. Коммуникативные аспекты семантики = Communicative aspects of semantics / Г. Г. Почепцов. – К. : Вища шк., 1987. – 129 с.
81.032
П 65
- * * *
4. Зернецька О. В. Історія та міждисциплінарний характер вивчення масової комунікації // Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К., 1999. – С. 18–42.
76.0
З 58
5. Костенко Н. Массовая коммуникация в культурной и научной рефлексии // Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. Костенко. – К., 1993. – С. 5–19.
60.5.50.74
К 72
6. Костенко Н. Методологические дилеммы социологии массовой коммуникации // Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. Костенко. – К., 1993. – С. 19–45.
60.5.50.74
К 72
7. Костенко Н. Ценностное обоснование и символическая культура в средствах массовой коммуникации // Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. Костенко. – К., 1993. – С. 82–118.

60.5.50.74

К 72

8. Лалл Д. Комунікації і здатність до взаємодії // Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід : пер. з англ. / Д. Лалл. – К., 2002. – С. 17–18.

Оценка функций средств массовой коммуникации. Классификация традиций теоретических воззрений на массовую коммуникацию

71.0

Л 20

9. Почепцов Г. Г. Комунікація і суспільство : науки що вивчають комунікацію // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К., 1999. – С. 31–40.

76.0

П 65

10. Почепцов Г. Г. Методи комуникативного аналізу // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – 2-е вид., доповн. – К. : видавн. центр “Київ. ун-т”, 1999. – С. 41–53.

76.0

П 65

11. Почепцов Г. Г. Мифологемы в коммуникации // Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – М., 2004. – С. 84–107.

76.0

М 65

12. Почепцов Г. Г. Моделі комунікації // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – 2-е вид., доповн. – К., 1999. – С. 7–21.

76.0

П 65

13. Почепцов Г. Г. Семантика и коммуникация // Коммуникативные аспекты семантики / Г. Г. Почепцов. – К., 1987. – С. 5–37.

Социальная природа массовой коммуникации. Интерперсональное общение и уровень использования языка в контексте и массовой коммуникации.

81.032

П 65

14. Соціологія засобів масової інформації // Соціологія : підручник / за заг. ред. В. А. Андрущенко, М. І. Горлача. – К. ; Х., 1998. – С. 349–354.

60.5я73

С 69

- 15.Чудовська-Кандиба І. А. Поняття “Ефективність комунікації” в соціологічній науці / І. А. Чудовська-Кандиба // Вісник. Соціологія. Психологія. Педагогіка / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2000. – Вип. 8. – С. 11–13.

95.4(4УКР)

К 38

* * *

- 16.Косюк О. Світе мій, дзеркальце, скажи / О. Косюк // МедіаКритика. – 2003. – № 2. – С. 13–16.
- 17.Баскакова О. В. Воздействие СМИ на формирование общественного мнения и ценностных ориентаций населения / О. В. Баскакова // Актуал. пробл. соврем. науки. – 2004. – № 6. – С. 266–272.

РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАТИВНІ ДИСКУРСИ

- 18.Акша Р. Создание эффективной рекламы : практ. рук. по креативной деятельности / Р. Акша. – М. : Вершина, 2003. – 268 с.

76.0

А 44

- 19.Берегова О. М. Сучасні комунікації технології в культурі України : навч. посіб. / О. М. Берегова. – К. : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2006. – 180 с.

Система сучасних комунікацій технологій, узагальнених передовими демократичними країнами у досвіді зв'язків з громадськістю (PR). Стан розвитку (PR)-технологій в Україні на прикладі аналізу сучасної культурної політики.

76.0(4УКР)я7

Б 48

- 20.Білодід І. К. Мова сучасної масово-політичної інформації / Білодід І. К. [та ін.]. – К. : Наук. думка, 1979. – 250 с.

81

М 74

21. Высказывание и дискурс в прагмалингвистическом аспекте : [на материале герман. яз.] : сб. науч. тр. / Киев. гос. пед. ин-т иностр. языков. – К. : КГПЦИА, 1989. – 114 с.

81.43я43
В 93

22. Гоне Ж. Освіта і засоби масової інформації / Жак Гоне ; пер. з фр. М. Марченко. – К. : К.І.С., 2002. – 100 с.

74
Г 65

23. Державність, мораль і засоби масової інформації : матеріали наук.-практ. конф., 7–9 серп. 2000 р. / упоряд. В. М. Денисюк, А. М. Якубюк. – Луцьк : Надстир'я, 2000. – 132 с.

76.0(4УКР-4Вол)
Д 36

24. Дзикевич С. А. Эстетика рекламы : учеб. пособие / С. А. Дзикевич. – М. : Гардарики, 2004. – 232 с.

76.0я73
Д 43

25. Информационная и психологическая безопасность в СМИ. В 2 т. Т. 1. Телевизионные и рекламные коммуникации / А. И. Донцов, Я. Н. Загурский, Л. В. Матвеева, А. И. Подольский. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 336 с.

76.0
И 74

26. Исаенко Е. В. Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильева. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 252 с.

76.0я73
И 85

27. Карпенко В. О. Інформаційна політика та безпека : підручник / В. О. Карпенко. – К. : Нора-Друк, 2006. – 318 с.

Розглянуто проблеми сучасного функціонування засобів масової інформації як найважливішого складника комунікаційної системи країни, реаліям інформаційної політики у контексті національної безпеки

66.3

К 26

28. Кляйн Н. NOLOGO. Люди против брэндов / Н. Кляйн. – М. : Добрая кн., 2003. – 624 с.

76.0

К 52

29. Кондратьева Т. С. Средства массовой информации и демократии в современном мире : сб. ст. и рефератов / Т. С. Кондратьева. – М. : РАН ИНИОН, 2002. – 228 с.

76.0

С 75

30. Лейн У. Р. Реклама : пер. с англ / У. Р. Лейн, Д. Т. Рассел. – СПб. : Питер, 2004. – 537 с.

65.050

Л 42

31. Ляпина Т. В. Бизнес и коммуникации или школа современной рекламы / Т. В. Ляпина. – К. : Альтпрес, 2002. – 334 с.

76.0

Л 97

32. Матанцев А. Н. Эффективность рекламы / А. Н. Матанцев. – М. : Флиппресс, 2002. – 414 с.

76.0

М 33

33. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 278 с.

76.0

М 42

34. Морозова И. Г. Рекламный сталкер : Теория и практика структурного анализа рекламного пространства : учеб. пособие / И. Г. Морозова. – М. : Гелла-принт, 2002. – 268 с.

76.0я7

М 80

35.Обрицько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій / Б. А. Обрицько. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.

76.0я7

О 24

36.Павлюк Л. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація / Л. Павлюк. – Л. : ПАІС, 2007. – 168 с.

Риторичний критицизм і сфера масової комунікації. Метафорична концептуалізація світу у дискурсі мас-медіа. Ідеологічний критицизм та аналіз систем вартостей. Теорія персуазивної комунікації та уявлення про соціальний вплив

76я7

П 12

37.Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов / Г. Г. Почепцов. – М. ; К. : [б. и.], 2005. – 638 с.

60.8

П 65

38.Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2006. – 327 с.

60.8я73

П 65

39.Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2004. – 254 с.

76.0

М 65

40.Рациональность и семиотика дискурса : сб. науч. тр. / АН Украины, Ин-т филологии. – К., 1994. – 252 с.

81.0я43

Р 27

41.Реклама для всех / авт.-сост. И. В. Васильева. – Минск : Тесей, 2003. – 224 с.

76.0

Р 36

42.Рекламная коммуникация / В. Л. Полукарев [и др]. – М. : Междунар. ун-т бизнеса и упр. : палеотип : ИТК “Дашков и К^о”, 2002. – 344 с.

76.0я7

Р 36

43.Романов А. А. Реклама: Между социумом и маркетингом : науч. моногр. / А. А. Романов. – М. : Маркет ДС, 2002. – 298 с.

76.0

Р 69

44.Сапенько Р. Искусство рекламы в современной культуре / Р. Сапенько. – К. : [Б. и.], 2005. – 295 с.

76.0

С 19

45.Ученова В. В. История рекламы : учеб. для студ. вузов / В. В. Ученова, И. В. Старых. – СПб. : Питер, 2002. – 304 с.

76.0я73

У 91

* * *

46.Авторська ремарка як засіб психологізації зображення у художньому дискурсі // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 252–261.

80

Д 48

47.Актуальні та віртуальні стратегії розвитку : дискурс // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 182–184.

80

Д 48

48. Акша Р. Реклама в структуре маркетинговых коммуникаций // Создание эффективной рекламы : практ. рук. по креативной деятельности / Р. Акша. – М., 2003. – С. 19–24.

76.0

А 44

49.Беляков О. Досвід мас-медіа в Україні // Масова комунікація та екологічна політика / О. Беляков. – К., 2001. – С. 61–85.

76.0

Б 43

50.Виды рекламы // Рекламная коммуникация / В. Л. Полукарев [и др.]. – М., 2002. – С. 43–56.

76.0я7

Р 36

51.Ворначев А. О. Структурна організація текстів англомовної реклами авто та її складові як засіб реалізації прагматичного завдання у сфері масової комунікації / А. О. Ворначев // Актуальні проблеми розвитку суспільства : історична спадщина, реалії та виклики ХХІ століття : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. – Луцьк, 2006. – С. 43–46.

63.3(4УКР)

А 43

52.Газетний текст як дискурсна структура у навчальному процесі з іноземних мов // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 452–455.

80

Д 48

53.Гоне Ж. ЗМІ і ставлення до знань // Освіта і засоби масової інформації / Ж. Гоне. – К., 2002. – С. 23–35.

74

Г 65

54.Дискурс: концептуальні теоретичні засади // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 25–45.

80

Д 48

55.Жанровий контекст рекламного дискурсу // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 316–338.

80

Д 48

56.Зарубежный опыт правового регулирования защиты информационной безопасности при осуществлении теле- и радиовещания / А. И. Донцов, Я. Н. Загурский, Л. В. Матвеева, А. И. Подольский // Информационная и психологическая безопасность в СМИ : в 2 т. / А. И. Донцов,

Я. Н. Загурский, Л. В. Матвеева, А. И. Подольский. – М., 2002. – Т. 1 :
Телевизионные и рекламные коммуникации. – С. 97–121.

76.0

И 74

57.Зернецька О. В. Вплив глобальних медіа-імперій на політичну
комунікацію // Глобальний розвиток систем масової комунікації і
міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К., 1999. – С. 145–195.

76.0

З 58

58.Зернецька О. В. Зміни державної політики в галузі масової комунікації та
медіа-імперії // Глобальний розвиток систем масової комунікації і
міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К., 1999. – С. 86–144.

76.0

З 58

59.Информационная и психологическая безопасность в рекламной
коммуникации / А. И. Донцов, Я. Н. Загурский, Л. В. Матвеева, А. И.
Подольский // Информационная и психологическая безопасность в
СМИ : в 2 т. / А. И. Донцов, Я. Н. Загурский, Л. В. Матвеева, А. И.
Подольский. – М., 2002. – Т. 1 : Телевизионные и рекламные
коммуникации. – М., 2002. – С. 222–334.

76.0

И 74

60.Информационная и психологическая безопасность в телекоммуникации /
А. И. Донцов, Я. Н. Загурский, Л. В. Матвеева, А. И. Подольский //
Информационная и психологическая безопасность в СМИ : в 2 т. /
А. И. Донцов, Я. Н. Загурский, Л. В. Матвеева, А. И. Подольский. – М.,
2002. – Т. 1 : Телевизионные и рекламные коммуникации. – С. 122–221.

76.0

И 74

61.Исаенко Е. В. Понятие и задачи рекламы // Организация и планирование
рекламной деятельности : учеб. пособие для студентов вузов /
Е. В. Исаенко, А. Г. Васильева. – М., 2004. – С. 6–10.

76.0я73

И 85

- 62.Исаенко Е. В. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций // Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие для студ. вузов / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильева. – М., 2004. – С. 16–20.

76.0я73

И 85

- 63.Карпенко В. О. Зародження незалежної української преси у надрах компартійної системи // Інформаційна політика та безпека / В. О. Карпенко. – К., 2006. – С. 53–63.

66.3

К 26

- 64.Карпенко В. О. Путч ГКЧП і преса // Інформаційна політика та безпека / В. О. Карпенко. – К., 2006. – С. 65–78.

66.3

К 26

- 65.Карпенко В. О. Українська періодика у перші роки незалежності // Інформаційна політика та безпека / В. О. Карпенко. – К., 2006. – С. 80–102.

66.3

К 26

- 66.Ковальчук А. М. Особливості молодіжної соціальної реклами в пропаганді здорового способу життя / А. М. Ковальчук // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка / за ред. Н. Вітвицької. – К., 2000. – Вип. 8. – С. 43–45.

Сприйняття молоддю сучасної соц. реклами; основні психологічні вимоги для створення ефективної реклами: етапність, образність, кольорове співвідношення і т.д.

95.4(4УКР)

К 38

- 67.Комунікативна компетентність як передумова успішної реалізації дискурсу // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 50–55.

- 80
Д 48
68. Кондратьева Т. С. СМИ и общество // Средства массовой информации и демократии в современном мире / Т. С. Кондратьева. – М., 2002. – С. 19–161.
- 76.0
С 75
69. Контрастивний дискурс у художньому тексті // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 273–282.
- 80
Д 48
70. Косвенная реклама, или PUBLIC RELATIONS // Реклама для всех / авт.-сост. И. В. Васильева. – Минск, 2003. – С. 185–203.
- 76.0
Р 36
71. Косюк О. Еротичні ігрові проекти електронних ЗМІ. Світовий аспект, національні особливості / О. Косюк // Наук. вісн. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2003. – № 12 : Філологічні науки. – С. 263–267.
- 80я54
В 67
72. Косюк О. Насилля віртуальне та реальне / О. Косюк // Волинь філологічна : текст і контекст. Явище синтезу мистецтв в українській літературі : [зб. наук. пр.] / упоряд. Л. П. Левчук. – Луцьк, 2008. – Вип. 5. – С. 52–62.
- 83.3(4УКР)
В 67
73. Косюк О. Переосмислення асимілятивних явищ сучасної релаксаційної медіа-культури у категоріях культурологічно-семіотичного дискурсу / Оксана Косюк // Проблеми славістики : наук. часоп. / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки, Волин. Акад. Дім ; голов. ред. В. Зубович. – Луцьк, 2003. – № 2. – С. 61–65.

80.4я5

П 78

- 74.Лалл Дж. Комунікаційні канали: некеровані технології / Д. Лалл // Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід : пер. з англ. / Д. Лалл. – К., 2002. – С. 180–189.

71.0

Л 20

- 75.Лалл Дж. Комуністична гегемонія // Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід : пер. англ. / Д. Лалл. – К., 2002. – С. 61–62.

71.0

Л 20

- 76.Лалл Дж. Особлива влада електронних медіа // Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід : пер. з англ. / Д. Лалл. – К., 2002. – С. 87–88.

71.0

Л 20

- 77.Лейн У. Р. Происхождение и роль рекламы // Реклама : пер. с англ. / У. Р. Лейн, Д. Т. Рассел. – СПб., 2004. – С. 21–55.

65.050

Л 42

- 78.Лейн У. Р. Рекламная спираль и планирование брэндов // Реклама : пер. с англ. / У. Р. Лейн, Д. Т. Рассел. – СПб., 2004. – С. 56–84.

65.050

Л 42

- 79.Лейн У. Р. Целевой маркетинг // Реклама : пер. с англ. / У. Р. Лейн, Д. Т. Рассел. – СПб., 2004. – С. 85–114.

65.050

Л 42

- 80.Матанцев А. Н. Роль рекламы в стратегии маркетинга и достижении успехов в бизнесе // Эффективность рекламы / А. Н. Матанцев. – М., 2002. – С. 271–286.

76. 0

М 33

81.Медведева Е. В. Реклама как вид словесности // Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева. – М., 2004. – С 40–75.

76.0
М 42

82.Медиаобразование как средство формирования информационной безопасности молодежи / А. И. Донцов, Я. Н. Загурский, Л. В. Матвеева, А. И. Подольский // Информационная и психологическая безопасность в СМИ : в 2 т. / А. И. Донцов, Я. Н. Загурский, Л. В. Матвеева, А. И. Подольский. – М., 2002. – Т. 1 : Телевизионные и рекламные коммуникации. – С. 7–19.

76.0
И 74

83.Мова радіо і телебачення // Мова сучасної масово-політичної інформації / І. К. Білодід [та ін.]. – К., 1979. – С. 202–230.

81
М 74

84.Мовний акт та дискурс як результат реалізації значення : (нейрофізіолог. та когнітивно-лінгвіст. аспекти) // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 84–94.

80
Д 48

85.Мовностилістичні особливості газетних жанрів // Мова сучасної масово-політичної інформації / І. К. Білодід [та ін.]. – К., 1979. – С. 75–141.

81
М 74

86.Модальна лексика в художньому дискурсі // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 229–238.

80
Д 48

87.Організуючі стереотипні висловлювання: ритуальний дискурс і його ілокативна структура // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 57–61.

- 80
Д 48
88.Почепцов Г. Г. Комунікативні технології // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – 2-е вид., доповн. – К., 1999. – С. 100–136.
76.0
П 65
- 89.Почепцов Г. Г. Комунікативні дискурси // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – 2-е вид., доповн. – К., 1999. – С. 75–99.
76.0
П 65
- 90.Психологізація навчального процесу з іноземних мов : [дискурсні міркування] // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 445–451.
80
Д 48
- 91.Реклама на сторінках газети // Мова сучасної масово-політичної інформації / І. К. Білодід [та ін.]. – К., 1979. – С. 231–250.
81
М 74
- 92.Репрезентуючі дієслова у дискурсній організації тексту // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 262–272.
80
Д 48
- 93.Розмовна лексика у мові преси // Мова сучасної масово-політичної інформації / І. К. Білодід [та ін.]. – К., 1979. – С. 23–42.
81
М 74
- 94.Романов А. А. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций // Реклама: Между социумом и маркетингом : науч. моногр. / А. А. Романов. – М., 2002. – С. 224–249.
76.0
Р 69

95. Романов А. А. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций // Реклама: Между социумом и маркетингом : науч. моногр. / А. А. Романов. – М., 2002. – С. 115–223.

76.0

Р 69

96. Семантична диференціація та когнітивний потенціал сегментів дискурсу // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 95–100.

80

Д 48

97. Семида О. В. Мовні засоби прагматизації української тематики у французькому газетному дискурсі / О. В. Семида // Наук. вісн. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2008. – № 5 : Філологічні науки. – С. 51–54.

80я54

В 67

98. Современная реклама : идеи, технологии, инновации // Рекламная коммуникация / В. Л. Полукарев [и др.]. – М., 2002. – С. 6–19.

76.0я7

Р 36

99. Стандарти і штампи у мові газети // Мова сучасної масово-політичної інформації / І. К. Білодід [та ін.]. – К., 1979. – С. 142–168.

81

М 74

100. Сучасні напрями й підходи до вивчення комунікативних актів дискурсу // Дискурс іноземномовної комунікації / під заг. наук. ред. К. Кусько. – Л., 2002. – С. 49–50.

80

Д 48

* * *

101. Петрунько О. Соціалізаційний потенціал медіасередовища / О. Петрунько // Соц. психологія. – 2007. – Спец. вип. – С. 71–83.

102. Чудовиська-Кандиба І. Соціальні дискурси реклами : теоретичний аналіз / І. Чудовиська-Кандиба // Віче. – 2008. – № 4. – С. 30–32.

РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАЦІЯ У КОНТЕКСТІ ПРОБЛЕМ НОВІТНЬОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ ТА КУЛЬТУРИ

103. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародних відносин / О. В. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 351 с.

76.0

З 58

104. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов ; ред. С. Л. Удовик. – М. ; К., 2000. – 523 с.

88.5

П 65

105. Проблемы повышения эффективности средств массовой информации и пропаганды / А. С. Капто [и др.]. – К. : Вища школа, 1989. – 159 с.

76

П 78

106. Стриженко А. А. Роль языка в системе средств пропаганды : на материале буржуазной прессы / А. А. Стриженко. – Томск : Изд. Том. ун-та, 1980. – 210 с.

67.1(0)я73

Р 85

* * *

107. Голуб Ю. Інформаційні війни як засіб впливу на міжнародний імідж країни / Ю. Голуб // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / голов. ред. Л. В. Губерський. – К., 2006. – Ч. 1, вип. 65. – С. 212–213.

66.4

А 43

108. Зернецька О. В. Глобалізація – новий феномен розвитку засобів масової комунікації // Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К., 1999. – С. 43–85.
76.0
3 58
109. Зернецька О. В. Роль і функції міжнародних організацій у врегулюванні багатосторонніх відносин в галузі масової комунікації // Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К., 1999. – С. 238–304.
76.0
3 58
110. Зернецька О. В. Україна в європейському і світовому масовокомунікаційному просторі // Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К., 1999. – С. 305–326.
76.0
3 58
111. Карпенко В. О. Інформаційні війни і національна безпека // Інформаційна політика та безпека / В. О. Карпенко. – К., 2006. – С. 289–309.
66.3
К 26
112. Кравченко А. И. Понятие и классификация конфликтов // Социология менеджмента / А. И. Кравченко. – М., 1999. – С. 316–333.
60.550.373я73
К 77
113. Лапюк О. Дослідження програми міністерства оборони США “Інформаційна війна” у сфері міжнародної інформаційної безпеки / О. Лапюк // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / голов. ред. Л. В. Губерський. – К., 2006. – Ч. 1, вип. 65. – С. 260–264.
66.4
А 43

114. Макух-Федоркова І. Вплив глобалізаційних тенденцій на розвиток масової комунікації у сучасних умовах / І. Макух-Федоркова // “Українська історична наука на шляху творчого поступу” : III Міжнар. наук. конгрес укр. істориків, Луцьк, 17–19 трав. 2006 р. – Луцьк, 2008. – Т. 3. – С. 523–528.

63.3(4УКР)я43

У 45

115. Морозова Л. П. Конфлікт як умова соціальних змін / Л. П. Морозова // Наук. записки / Нац. ун-т ”Києво-Могилянська академія“. – К., 2002. – Т. 20, ч. 1. – С. 104–109.

95.4(4УКР)

К 38

116. Палеха Ю. І. Поняття основних видів конфліктів // Культура управління і підприємництва / І. Ю. Палеха, О. В. Кудін. – К., 1998. – С. 75–78.

60.550.373.2

П 14

117. Палеха Ю. І. Типологія конфліктів. Сфери їх прояву // Культура управління і підприємництва / І. Ю. Палеха, О. В. Кудін. – К., 1998. – С. 78–79.

60.550.373.2

П 14

118. Почепцов Г. Г. Информационная война // Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – М., 2004. – С. 108–146.

76.0

М 65

119. Почепцов Г. Г. Информационно-психологическая война // Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – М., 2004. – С. 147–198.

76.0

М 65

120. Почепцов Г. Г. Інформаційні війни // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К., 1999. – С. 162–195.

- 76.0
П 65
121. Почепцов Г. Г. Інформаційні війни в цивілізаційному вимірі // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К., 1999. – С. 279–298.
- 76.0
П 65
122. Почепцов Г. Г. Інформаційні конфлікти в перехідних суспільствах // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К., 1999. – С. 229–276.
- 76.0
П 65
123. Почепцов Г. Г. Комунікація і суспільство: головні етапи розвитку комунікативної теорії у ХХ сторіччі // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К., 1999. – С. 26–31.
- 76.0
П 65
124. Почепцов Г. Г. Комунікація і суспільство: комунікація як чинник суспільства // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К., 1999. – С. 22–25.
- 76.0
П 65
125. Почепцов Г. Г. Міжнародні комунікації // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К., 1999. – С. 137–161.
- 76.0
П 65
126. Почепцов Г. Г. Основания психологической войны // Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. ; К., 2000. – С. 11–352.
- 88.5
П 65
127. Почепцов Г. Г. От войны психологической к войне информационной // Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. ; К., 2000. – С. 353–506.
- 88.5
П 65

128. Почепцов Г. Г. Пропаганда и информационно-психологическая война // Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – М., 2004. – С. 10–83.
76.0
П 65
129. Почепцов Г. Г. Психологічні інформаційні операції // Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К., 1999. – С. 196–228.
76.0
П 65
130. Почепцов Г. Г. Современные вызовы // Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – М., 2004. – С. 199–249.
76.0
М 65
131. Прибыткова Н. Все возможные конфликты и их мирное урегулирование // Правовые и гуманитарные проблемы реинтеграции ранее депортированных в Крыму / Н. Прибыткова. – К., 1999. – С. 86–89.
60.73(4УКР)
П 75
132. Різун В. В. Комунікаційний вплив на маси // Маси : тексти лекцій / В. В. Різун. – К., 2003. – С. 80–94.
60.5я7
Р 49
133. Рулан Н. Урегулирование конфликтов // Юридическая антропология / Н. Рулан. – М., 1999. – С. 144–179.
67.1(0)я73
Р 85
134. Шестакова О. Використання засобів мережі Інтернет для ведення інформаційних воєн / О. Шестакова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / голов. ред. Л. В. Губерський. – К., 2006. – Ч. 1, вип. 65. – С. 238–241.
66.4
А 43

135. Этапы рекламной коммуникации // Рекламная коммуникация / В. Л. Полукарев [и др.]. – М., 2002. – С. 20–43.

76.0я7
Р 36

* * *

136. Косюк О. Світ реальний і трансльований / О. Косюк // МедіаКритика. – 2003. – № 1. – С. 15–19.
137. Литвин А. Тенденції глобалізаційних процесів в Україні та вплив засобів масової комунікації на їх формування / А. Литвин // Психологія і суспільство. – 2007. – № 4. – С. 93–99.
138. Ліхацька Н. М. Конфлікт у сучасному світовому суспільстві / Н. М. Ліхацька // Наука. Релігія. Суспільство. – 2006. – № 3. – С. 226–231.
139. Макаренко Н. Війна як парадигма теорії соціального конфлікту: на прикладах концепцій діалектичної теорії конфлікту : конфліктного функціоналізму / Н. Макаренко // Філософські обрії. – 2005. – № 13. – С. 128–140.
140. Терно С. Конфлікт : це добре чи погано ? Як вивчати конфлікти у громадській освіті / С. Терно // Історія в шк. України. – 2008. – № 3. – С. 17–23.
141. Тертычная Н. Управление конфликтом / Н. Тертычная // Довідник секретаря та офіс-менеджера. – 2008. – № 3. – С. 71–74.
142. Якимец В. Н. Сложносоставные конфликты – атрибут постсоциалистической трансформации / В. Н. Якимец, Л. И. Никовская // СОЦИС. – 2005. – № 8. – С. 77–90.