## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

Гуманітарний університет

Запорізький інститут державного та муніципального управління”

На правах рукопису

Согорін Андрій Анатолійович

УДК: 316.477 (043.5)

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЗМК НА ТРУДОВУ АДАПТАЦІЮ: КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ МОДЕЛІ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Дисертація на здобуття наукового ступеня

кандидата соціологічних наук

Науковий керівник

Скідін Олег Леонідович,

доктор соціологічних наук, професор

Запоріжжя – 2007

**ЗМІСТ**

#### **Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів….…………………………………………………………………….3**

#### **ВСТУП……………………………………………………………………………..4**

**Розділ 1. засоби масової комунікації як агент трудової адаптації: сутнісні характеристики…………..…………………..10**

1.1. Теоретико-методологічне обґрунтування сучасного соціологічного бачення сутності засобів масової комунікації…………………………..……..10

1.2. Структурно-функціональна характеристика сучасних засобів масової комунікації………………………………………………………………………49

Висновки до першого розділу………………………………………………….75

розділ 2. трудова адаптація як об’єкт впливу засобів масової комунікації…………………………………………………..…78

2.1. Трудова адаптація як соціальний феномен: родові ознаки………………78

2.2. Структура, функції та соціальні механізми трудової адаптації……...…105

Висновки до другого розділу………………………………………………….126

розділ 3. Соціологічна модель дослідження впливів засобів масової комунікації на процес трудової адаптації працюючих У сучасній україні…………………………………....128

3.1. Ефекти масової комунікації щодо процесу трудової адаптації………...128

3.2. Особливості дослідження впливів засобів масової комунікації на трудову адаптацію в сучасній Україні……………………………………………….....142

Висновки до третього розділу………………………………………………...200

ВИСНОВКИ……………………………………………………………….…....203

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНих джерел……………………………………...210**

**ПЕРЕЛІК умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів**

ЗМК засоби масової комунікації

МК масова комунікація

ТБ телебачення

Вступ

Актуальність теми. **Радикальні зміни в соціальному житті українського суспільства, перехід до ринкових відносин за умови соціальної кризи утруднюють адаптацію до них населення, що в свою чергу, вимагає ефективної участі в цьому соціальних механізмів адаптації та соціалізації, професійної освіти, трудового виховання, трудових колективів та засобів масової комунікації. В той же час ЗМК, як один із найвпливовіших механізмів адаптації ЗМК та соціалізації не в повній мірі виконують свою соціальну роль, а нерідко деформують уявлення працюючих щодо нової економічної (трудової) ситуації в Україні, що гальмує трудову адаптацію і викликає дезадаптаційні процеси в трудовій сфері.**

**Сила впливу ЗМК на всі соціальні процеси і, зокрема на трудову адаптацію і соціалізацію людей, є доведеним науковим фактом. Водночас, не зважаючи на значне зростання ролі ЗМК у сучасній Україні, їх вплив на трудову адаптацію та соціалізацію мало скоординований і має суперечливий характер. Однією з причин такої ситуації - недостатньо чітке розуміння соціологами сутності впливу ЗМК на трудову адаптацію в сучасній Україні.**

**Усе вищевказане визначає теоретичну й практичну актуальність теми дослідження.**

Мета дослідження - р**озробка моделі соціологічного дослідження впливів ЗМК на процес трудової адаптації працюючих (як одного з її механізмів) у сучасній Україні та концепції соціологічного дослідження цих впливів.**

**Брак соціологічних знань про сутність і особливості впливів ЗМК на трудову адаптацію та про методику соціологічного дослідження цих процесів обумовлює наукові** завданн**я нашого** дослідження**:**

* **оцінити стан розробки сучасного концептуального бачення ЗМК як соціального інституту шляхом аналізу соціологічних наукових джерел;**
* **здійснити розробку соціологічного розуміння структури та сутності функцій ЗМК, уточнити сучасний зміст соціалізаційної функції, спираючись на структурно-функціональний метод;**
* **проаналізувати сучасні соціологічні підходи щодо розуміння сутності трудової адаптації, виокремити особливості її перебігу в сучасній Україні;**
* **дослідити структуру механізмів трудової адаптації та її сутнісні характеристики, спираючись на сучасне розуміння поняття “соціальний механізм”;**
* **визначити особливості сутнісних характеристик ЗМК як механізму трудової адаптації, використовуючи метод компаративного аналізу та метод аналогії;**
* **розробити концепцію (модель) соціологічного дослідження впливів ЗМК на трудову адаптацію.**
* **здійснити апробацію моделі дослідження характеру й особливостей впливу ЗМК на процес трудової адаптації в сучасній Україні шляхом проведення пілотажного дослідження.**

Об’єкт дослідження **– ЗМК як соціальний інститут, задоволення адаптивної потреби людей.**

Предмет дослідження **– прояви впливів ЗМК на трудову адаптацію працюючих у сучасній Україні та методичні можливості їх вивчення в соціології.**

Основними методами дослідження **виступають загальнонаукові: системний аналіз і синтез – для розгляду трудової адаптації як складного багатомірного явища соціальної реальності в її цілісному баченні, виділення різноманіття типів зв’язку між впливом ЗМК і процесом здійснення трудової адаптації; метод індукції для формування гіпотез; метод теоретичного моделювання для визначення інструментальних категорій емпіричного дослідження процесу трудової адаптації; метод типології для виявлення видів і рівнів трудової адаптації, а також класифікації впливів ЗМК і порівняльний аналіз з метою з’ясування суттєвих властивостей проявів впливів на трудову адаптацію. Для збору й аналізу емпіричного матеріалу застосовані соціологічні методи анкетування та методи компаративного аналізу й аналогії для виокремлення сутнісних характеристик ЗМК як механізму трудової адаптації.**

Наукова новизна отриманих результатів **розкривається в таких положеннях, що виносяться на захист:**

- ***Уперше*** визначено сутнісні характеристики ЗМК як агента адаптації, тобто визначено функції впливу ЗМК на рівні соціуму та індивіда: інформаційну, соціального зв’язку, забезпечення спадкоємності, рекреативну, мобілізаційну, особистої ідентифікації, інтеграції та соціального спілкування, а також розважальної.

**Доведено, що за своїми можливостями впливу на процес трудової ЗМК зайняли провідне місце серед інших агентів (с. 160-164, 179-181).**

* *Дістало подальшого розвитку* **розуміння структури ЗМК. Спираючись на теоретичні положення Н.В. Костенко, Т.В. Науменко доведено, що пресу, радіо, телебачення та Інтернет варто розглядати як неголовні соціальні інститути, які у взаємодії з теж не головним інститутом журналістики утворюють головний соціальний інститут сучасного суспільства – масову комунікацію (с. 52-55).**
* *Уточнено та систематизовано* **сутнісні характеристики трудової адаптації. Використовуючи підходи Г.В. Дворецької, О.В. Ромашова, В.В. Васильєва, М.П. Будякіної, Г.Д. Русалінова, В.І. Герчикова, Т.Н. Вершиніної, В.С. Панюкова, М.П. Лукашевича, було виявлено такі характеристики, як: активна взаємодія, хоча й специфічна, з навколишнім середовищем; структурна багаторівневість, що проявляється у взаємодії біологічної, психологічної і соціальної адаптації; обов’язкова наявність нової ситуації як зовнішнього фактора, котрий спонукає адаптацію; наявність орієнтованих потреб як внутрішньої спонукальної сили, що активізує адаптивну потребу (с. 115-125).**
* *Набуло подальшого розвитку* **соціологічне бачення характеру взаємодії адаптації та соціалізації, а саме, доведено, що адаптивно-соціалізаційний процес має нерозривний характер; це дало змогу дослідити особливості впливу ЗМК на трудову адаптацію в контексті реалізації ЗМК своєї соціалізаційної функції (с. 101-105).**
* *Удосконалено* **структуру трудової адаптації, а саме визначено її рівні (біологічний, психічний, соціальний) і змістовні види (професійний, організаційний, соціально-психологічний, матеріально-побутовий і оздоровчо-реабілітаційний) (с. 115-122).**

- *Д****істало подальшого розвитку*** визначення в соціальному механізмі трудової адаптації двох нероздільних, взаємодіючих складових: інформаційний механізм трудової адаптації, що здійснює інформаційне «забезпечення» орієнтовної складової адаптивної потреби в частині оцінки трудової ситуації, і комунікаційний механізм, що забезпечує особисті контакти з носіями потрібної інформації та емоційну складову адаптивної потреби (с. 111-114).

* ***Розроблена й апробована*** за результатами пілотажного дослідження модель соціологічного дослідження впливів ЗМК на трудову адаптацію, що включає такі складові:

а) дослідження особливостей, обумовлених специфікою суб’єкта впливу – ЗМК (преси, радіо, телебачення, Інтернету);

б) дослідження особливостей впливу ЗМК на мікро- та макрорівнях, обумовлених структурною диференціацією суб’єкта впливів – ЗМК;

в) дослідження особливостей впливу ЗМК, обумовлених структурними складовими об’єкта впливу – трудової адаптації – професіональної, соціально-психологічної, організаційної, матеріально-побутової, оздоровчо-реабілітаційної (с. 128-142, 206).

Практичне значення **роботи обумовлено роллю трудової адаптації індивідів у сфері побудови ринкової економіки та розвитку громадянського суспільства в Україні.**

**Результати цього дослідження можуть бути використані як теоретичне підґрунтя для подальшого вивчення процесу трудової адаптації в сучасному суспільстві; сприятимуть оптимізації соціальних процесів з метою цілеспрямованого стимулювання громадянської самоорганізації регулювання впливів ЗМК на громадську думку; збагачуватимуть можливості удосконалення технологій управління трудовою адаптацією в сучасних умовах.**

**Теоретичні положення та практичні висновки дисертаційної роботи використано автором для розробки окремих тем таких навчальних дисциплін, як “Соціологія праці”, “Соціологія економіки”; під час консультування представників державних і приватних комерційних структур з питань управління трудовою адаптацією та корегування стратегії дій щодо її здійснення для досягнення успіху.**

**Апробація результатів дисертації. Основні положення дисертації доповідалися автором на таких наукових конференціях, симпозіумах:** Наукова конференція студентів, аспірантів, та молодих вчених (листопад 2003 р.) м. Запоріжжя Запорізький національний університет; Міжнародна конференція “Соціальні технології регіонального розвитку” (20 грудня 2002 р.) – м. Дніпропетровськ, Дніпропетровська міська рада, Дніпропетровський національний університет; Міжнародна науково-практична конференція “Актуальні проблеми державного управління і місцевого самоврядування” (листопад 2004 р.) – м. Запоріжжя, Гуманітарний університет “ЗІДМУ”; Дні науки (квітень 2006 року) – м. Запоріжжя, Гуманітарний університет “Запорізький інститут державного та муніципального управління; І Всеукраїнська конференція “Перспективи розвитку філософії освіти” (17 квітня 2007 року) – м. Запоріжжя.

Публікаціїзатемою дисертації здійснені у фахових виданнях, **рекомендованих ВАК України**

1. Согорін А.А. До питання про класифікацію інформаційного забезпечення управління освітніми організаціями // Соціальні технології. Актуальні проблеми теорії та практики. – Київ – Запоріжжя – Одеса, 2002. – Випуск 20. – С. 100 - 105.
2. Согорін А.А. Інформаційні технології у управлінні вищими закладами освіти // Вісник Одеського національного університету. Соціологія та політичні науки. – Одеса, 2003. – Том 8. Випуск 9. – С. 228 – 235.
3. Согорін А.А. Засоби масової комунікації як агент соціальної адаптації // Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах «Грані». – Дніпропетровськ, 2005. - № 2(40). - С. 94 – 98.
4. Согорін А.А. Теоретико-методологічне обґрунтування сутності засобів масової комунікації як соціального інституту // Соціологічні дослідження. Збірник наукових праць. – Луганськ, 2005. - № 5. - С. 153 – 164.
5. Согорін А.А. ЗМК та трудова адаптація людини: аналіз впливу // Вісник академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. Київ, 2007. - № 1 (38). - С. 37- 44.

Висновки

**Важливою рисою сучасного українського суспільства є складний процес адаптації населення до ринкових, політичних і соціальних трансформацій, що у свою чергу, вимагає ефективної участі в цьому соціальних механізмів адаптації та соціалізації, професійної освіти, трудового виховання, трудових колективів і засобів масової комунікації. Однак ЗМК, як один із найвпливовіших механізмів адаптації та соціалізації не в повній мірі виконують свою соціальну роль, а нерідко деформують уявлення працюючих щодо нової економічної (трудової) ситуації в Україні, що гальмує трудову адаптацію і викликає дезадаптаційні процеси в трудовій сфері. Це обумовлює певний дослідницький інтерес у вітчизняній і зарубіжній соціології. Сила впливу ЗМК на всі соціальні процеси, на трудову адаптацію й соціалізацію людей є доведеним науковим фактом. Не зважаючи на значне зростання ролі ЗМК у сучасній Україні, їх вплив на трудову адаптацію та соціалізацію слабко скоординований і має суперечливий характер. Однією з причин такої ситуації є недостатньо чітка наукова уява про сутність адаптивного впливу ЗМК у сучасній Україні та нерозробленість методології дослідження впливів ЗМК на процес трудової адаптації. У результаті дослідження сутності і спрямованості впливів ЗМК на процес трудової адаптації працюючих (як одного з її механізмів) у сучасній Україні й розробки та апробації методології емпіричного соціологічного дослідження цих впливів – отримані такі результати.**

**По-перше, шляхом аналізу соціологічних наукових джерел здійснено розробку сучасного концептуального бачення ЗМК як соціального інституту. Показано, що ЗМК пройшли значний шлях інстутиційного становлення і розвитку в просторі (діють практично в усіх країнах) та часі. Уточнено, що вони орієнтовані на упорядкування однієї з головних сфер суспільного життя – духовно – практичної діяльності – оформлення й поширення на масову аудиторію системи оцінок актуальних подій. При цьому, ЗМК визначаються і сприймаються в суспільстві як одне з найважливіших інформаційних джерел, культурно легітимізуючись як соціальний інститут. Доведено, що кожен із ЗМК – преса, радіо, телебачення, Інтернет – має статус неголовного соціального інституту, сукупно ж вони об’єднані в межах головного соціального інституту – масової комунікації. Масова комунікація спрямована на задоволення потреби практично всього населення світу у масово-комунікативній діяльності, суттю якої є вплив на суспільство шляхом впровадження в масову свідомість певної системи цінностей у вигляді оцінок актуальних фактів і ідей. Виявлено, що як сукупність взаємодоповнюючих неголовних соціальних інститутів, засоби масової комунікації взаємодіють ще з одним неголовним соціальним інститутом – інститутом журналістики – інституціоналізованою формою творчої діяльності щодо реалізації масової комунікації шляхом створення духовних значень, тобто змісту масової комунікації у формі оціночних текстів. Цей зміст представляється аудиторії у формі жанрів різних груп: інформаційної, аналітичної, художньо-публіцистичної. Концептуально ЗМК розуміються як взаємодіюча сукупність неголовних соціальних інститутів. Кожен з неголовних інститутів ЗМК – преса, радіо, телебачення, Інтернет, окрім зазначених вище спільних характеристик, вирізняються особливостями, які необхідно враховувати при визначенні специфіки впливів кожного з них на трудову адаптацію.**

По-друге, дослідивши можливості структурно–функціонального підходу, визначено його значний евристичний потенціал для дослідження сутності функцій ЗМК у контексті їх впливу на трудову адаптацію. Цей підхід є універсальною методологічною мовою опису системи відношень «масова комунікація – суспільство», що дозволяє представити основні види активності масової комунікації в контексті впливу її на процеси, що відбуваються у сфері праці, і зокрема, на процес трудової адаптації.

ЗМК впливають на трудову адаптацію, реалізуючи свої функції на двох рівнях: рівні соціуму та рівні індивіда.

На рівні соціуму – це інформаційна, соціального зв’язку, забезпечення спадкоємності, рекреативна та мобілізаційна функції.

На індивідуальному рівні – це інформаційна, особистої ідентифікації, інтеграції та соціального спілкування, розважальна функції.

Випадки невідповідності між функціями суспільного й індивідуального рівнів можуть викликати так звану дисфункцію масової комунікації, що проявляється у викривленій формі прояву відповідних функцій: інформаційна перетворюється на дезінформацію, функція розваг – на функцію «контролю свідомості» тощо. Саме в цьому аспекті вплив ЗМК на трудову адаптацію вимагає подальших досліджень.

По-третє, аналіз сучасних соціологічних підходів щодо розуміння сутності трудової адаптації довів, що трудовій адаптації як різновиду адаптації притаманні такі родові ознаки: сутнісні характеристики поняття адаптації – активна взаємодія, хоча й специфічна, з навколишнім середовищем; структурна багаторівневість, що виявляється у взаємодії біологічної, психологічної і соціальної адаптацій; обов’язкова наявність нової ситуації як зовнішнього фактора, що спонукає адаптацію; наявність орієнтувальних потреб як внутрішньої спонукальної сили, що активізує адаптивну потребу, усі структурні складові орієнтувальних потреб – пізнавальна, емоційна, сенсу життя – за орієнтацією на предмети їх задоволення – знання, емоції, цінності – зазнають опосередкованого впливу функцій ЗМК. За аналогією є підстави очікувати наявність такого впливу і на трудову адаптацію; з’ясування характеру взаємодії адаптації та соціалізації в єдиному адаптивно-соціалізаційному процесі дає змогу дослідити впливи ЗМК на трудову адаптацію в контексті реалізації ЗМК своєї соціалізаційної функції; у своїй сукупності перераховані результати дослідження утворюють методологічні засади здійснення дослідження характеру впливів ЗМК на протікання трудової адаптації в сучасному суспільстві, розробки моделі соціологічного дослідження цих впливів. Виявлено, що трудова адаптація структурована за рівнями (біологічна, психічна, соціальна) і за змістовними видами (професійна, організаційна, соціально-психологічна, матеріально-побутова й оздоровчо-реабілітаційна).

Здійснений аналіз функцій трудової адаптації засвідчив різну за масштабами і змістом «наповненість» їх на кожному з рівнів мікро-, мезо- та макрорівнях, що прогнозувало наявність особливостей впливу ЗМК на кожному з них.

По-четверте, у відповідності з виявленими нами структурованістю трудової адаптації за рівнями й змістовою наповненістю її функцій визначено в соціальному механізмі адаптації дві нероздільні, взаємодіючі складові: інформаційний механізм трудової адаптації, що здійснює інформаційне «забезпечення» орієнтовної складової адаптивної потреби в частині оцінки трудової ситуації, і комунікаційний механізм, що забезпечує особистісні контакти з носіями потрібної інформації й емоційну складову адаптивної потреби. Отже, ЗМК мають «включитись» у дію обох складових соціального механізму трудової адаптації, який спрямований на приведення в дію практично всю сукупність основних біологічних, психічних і соціальних людських можливостей, особистості працівника.

По-п’яте, порівняльний аналіз сучасних соціологічних типологій ефектів масової комунікації дає підстави для використанні в дослідженні впливів МК на трудову адаптацію поліконцептуального підходу, який враховує, що:

- особливості впливу ЗМК обумовлені як структурною диференціацією суб’єкта впливу (ЗМК), так і об’єкта – трудової адаптації;

- особливості впливу ЗМК диференційовані через специфіку кожного з структурних елементів ЗМК – преси, радіо, телебачення та Інтернету. У цих впливах виділяють мікро- та макрорівні.

На мікрорівні прояви ефектів масової комунікації розглядаються як наслідки, що проявляються в змінах станів, трудової поведінки окремих індивідів і їх найближчого оточення. Сконцентрованість, насиченість та інтегрованість цих впливів обумовлена задіяністю всіх провідників подразників, усіх можливих видів взаємодії та використанням ЗМК усіх видів «матерії» обміну (За П. Сорокіним). Ці ефекти можуть підсилюватись або послаблюватись дією космічних, біологічних і соціально-психологічних факторів. При цьому вплив ЗМК на дію космічних умов може зумовити викривлення уявлень суб’єктів трудової адаптації про реальний вплив природних сил на умови трудової діяльності та неадекватне уявлення про власні можливості взаємодії з природними умовами праці.

Виявлено, що вплив ЗМК на дію біологічних чинників може руйнувати біологічні інстинкти, задіяні в адаптивній поведінці людини: інстинкт голоду, самозбереження, продовження роду, руху та ін.

Визначено, що особливості впливу соціально-психологічних подразників (ідеї, почуття й бажання) на трудову адаптацію в тому, що він (вплив) сприймається як прояв власної волі і свободи адаптанта, а це практично унеможливлює відчуття або усвідомлення маніпуляції з боку ЗМК.

**Отже, впливи ЗМК на мікрорівні охоплюють біологічний та психологічний рівні трудової адаптації.**

На макрорівні вплив ЗМК на трудову адаптацію здійснюється через впливи на оцінку актуальних подій і фактів (у різних сферах суспільства, перш за все, економічної) у громадський свідомості, зокрема у свідомості спільнот, класів, суспільства в цілому.

Отже, вплив ЗМК на макрорівні охоплює соціальний рівень трудової адаптації.

По-шосте, пілотажне дослідження впливів ЗМК на перебіг трудової адаптації в сучасній Україні за розробленою нами моделлю соціологічного дослідження довело, що до основних проявів ефекту масової комунікації на економічну сферу відносять: деформацію уявлень щодо місця і ролі економіки в житті суспільства; викривлення образу ринку праці, престижності професій; поширення “споживацтва” як способу життя; нав’язування адаптантам економічної культури, побудованої на міфологічних тенденціях та популярних ідеях здорового глузду щодо ринку праці. Виявлено, що впливи ЗМК на трудову адаптацію диференційовані щодо структурних елементів трудової адаптації – професійної, соціально-психологічної, організаційної, матеріально-побутової та оздоровчо-реабілітаційної. Виявлено також, що диференціація цих впливів, обумовлена вибором джерел інформації (преси, радіо, ТБ, Інтернету) адаптантами залежно від їх вікових і освітніх характеристик.

По-сьоме, пілотажне дослідження підтвердило вірогідність запропонованої моделі дослідження впливів ЗМК на трудову адаптацію. Ця модель має включати такі складові:

- дослідження особливостей, обумовлених специфікою суб’єкта впливу ЗМК (преси, радіо, телебачення, Інтернету);

- дослідження особливостей впливу ЗМК на мікро- та макрорівнях, обумовлених структурною диференціацією суб’єкта впливів – ЗМК;

- дослідження особливостей впливу ЗМК структурними складовими об’єкта впливу – трудової адаптації – професіональної, соціально-психологічної, організаційної, матеріально-побутової та оздоровчо-реабілітаційної.

Запропонована модель соціологічного дослідження впливів ЗМК на трудову адаптацію вимагає подальшого уточнення, перевірки й корекції.

**Практична значущість дослідження обумовлена роллю трудової адаптації індивідів у сфері побудови ринкової економіки та розвитку громадянського суспільства в Україні.**

**Результати цього дослідження можуть бути використані як теоретичне підґрунтя для подальшого вивчення процесу трудової адаптації в сучасному суспільстві; сприятимуть оптимізації соціальних процесів у сфері цілеспрямованого стимулювання громадянської самоорганізації; регулювання впливів ЗМК на громадську думку; збагачують можливості для удосконалення технологій щодо управління трудовою адаптацією в сучасних умовах.**

**Теоретичні положення та практичні висновки дисертаційної роботи використані автором для розробки окремих тем таких навчальних дисциплін, як: “Соціологія праці”, “Соціологія економіки”, “Соціологія масової комунікації”, а також для консультування представників приватних і державних комерційних структур з питання управління трудовою адаптацією та корегування стратегії дій щодо її здійснення для досягнення успіху.**

**Список використаної літератури**

1. Авер’янова Б. Еліта: витоки й розвиток. – К., 1994.

2. Адамьянц Т.З. К диалогической телекоммуникации: от воздействия – к взаимодействию. – М.: Ин-т социологии РАН, 1999. – 136 с.

3. Акопов А.И. Средства массовой информации. – М., 1987.

4. Алексеева В.Г. Молодой рабочий. – М.: Мысль, 1983. – 221 с.

5. Андреев Ю.П. Категория «социальный институт» // Философские науки. – 1984. – № 1. – С. 114-118.

6. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. – М – СПб; К., 2000.

7. Арон Р. Этапы развития социологической мысли / Общ. ред. и предисл. Геревича П.С. – М.: Издательская группа «Прогресс-Политика», 1992. – 608 с.

8. Аршавський В. Міжпівкульна асиметрія і проблема взаємодії культур // Права людини в Україні. Інформаційно-аналітичний бюлетень Українсько-Американського Бюро захисту прав людини: Випуск 19. – Київ, 1996. – С. 39-52.

9. Афанасьєв В.Г., Ярошенко В.Н. Ефективність інформаційного забезпечення управління. – М., 1987. – 232 с.

10. Ашин Г.К. Современные теории элит. – М., 1985.

11. Баразгова Е.С. Американская социология (традиции и современность). – Екатеринбург: Деловая книга, 1997.

12. Бауман З. Социология и постмодернизм // Современная западная социология: классические традиции и поиски новой парадигмы. – М., 1990. – С. 147-158.

13. Бебик В.М., Сидоренко О.Г. Засоби масової інформації Посткомуністичної України. – К., 1996.

14. Бенсон Р. Глобальное знание: исследование эффективности СМИ как дополнение теории глобализации // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература: РЖ. Серия 11. Социология. – М., 1994. – № 4. – С. 103-113.

15. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М.: «Медиум», 1995. – 323 с.

16. Берн Э. Игры в которые играют люди. – М., 1988. – 346 с.

17. Блауберг И.В., Юдин Э.Г. Становление и сущность системного подхода. – М.: Наука, 1973. – 270 с.

18. Блумер Г. Коллективное поведение // Американская социологическая мысль. Тексты. – М.: Межд. ун-т бизнеса и управления, 1994. – С. 168-124.

19. Браун Э. Понимать чужого // Трансцедентально-герменевтический подход к проблеме межкультурного понимания // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература: РЖ. Серия 11. Социология. – М., 1996. – № 4.

20. Будякина М.П., Русалинова Г.Д. Некоторые аспекты социально-педагогической адаптации новичков на производстве // Социальная психология и социальное планирование. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1980. – С. 43-58.

21. Бурлацкий Г.В., Прилюк Ю.Д. Социология общения. – Минск: Изд-во «Университетское», 1987. – 175 с.

22. Бурдье П. Начала. – М.: Socio-Logos, 1994. – 288 с.

23. Бурдье П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. – 1993. № 1-2. – С. 49-62.

24. Бурдье П. Рынок символической продукции // Вопросы социологии. – 1993. № 3. – С. 51-61.

25. Бурдье П. Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с.

26. Быченков В.М. Институты: Сверхколлективные образования и безличные формы социальной субъектности. – М.: Российская академия социальных наук, 1996.

27. Ваганова О.В. Роль ЗМІ у процесі глобалізації: Автореф. дис…. канд.екон.наук. – К.: КНУ, 2003.

28. Васильєв В.В. Система адаптації робітників до професійної діяльності: Наукове видання – Дніпропетровськ: Вид-во Дніпропетровського університету, 1999.

29. Вебер М. Избранное. – М.: Юрист, 1994.

30. Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.

31. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984. – 284 с.

32. Вєтров С.А. Відчуження в суспільстві, що трансформується. – М., 1995.

33. Вершинина Т.М. Взаимосвязь текучести и производственной адаптации рабочих. – Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1986. – 166 с.

34. Войтович С.О. Соціальні інститути суспільства: Рід, влада, власність. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1998. – 120 с.

35. Владимиренко В.Є. Соціокультурні засади та еволюція типів раціональності: Дис… канд.філос.наук: 09.00.11. – К., 1994. – 180 с.

36. Выбор молодежью жизненного пути. Опыт междисциплинарного социологического исследования / Е.М.Бабосов, М.Х.Титма, Т.И.Адула и др. – Мн: Наука и техника, 1988. – 158 с.

37. Гадамер Г.-Х. Истина и метод: Основы философской герменевтики. – М.: Прогресс, 1988. – 704 с.

38. Гайда А.В. Коммуникация и эмансипация: критики методологических оснований социальной концепции Ю.Хабермаса. – Свердловск: Изд-во УГУ, 1988. – 368 с.

39. Гальчинський А.С. Становлення суспільства постінформаційної цивілізації. – К., 1993. – 107 с.

40. Гегель Г. Философия права. – СПб: Наука, 2000.

41. Германов В.Г. Вплив ЗМІ на підсвідомість: Автореф. дис… к.психол.н. – К.: КНУ, Ін-т журналістики, 2003.

42. Герчиков В.И. Постановка проблемы адаптации кадров для заводского социологов // Проблемы функционирования заводских служб адаптации и стабилизации кадров. – Новосибирск: ИЭОПП, 1984. С. 13-14.

43. Гіденс Е. Соціологія. – К.: Основи, 1999. – 726 с.

44. Говир Т. Недоверие как практическая проблема// Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература: РЖ. Серия 11. Социология. – М., 1994. - № 3. – С. 94-99.

45. Головаха Е. Трансформирующееся общество. Опыт социологического мониторинга в Украине. – К.: Институт социологии НАН Украины, 1996. – 143 с.

46. Головаха Є.І., Паніна Н.В. Тенденції розвитку українського суспільства (1994-1997 рр.). Соціологічні показники (Таблиці, ілюстрації, коментар). – К.: Ін-т соціології, 1998. – 131 с.

47. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: Канон Пресс-Центр, 1999. – 345 с.

48. Грамши А. Тюремные тетради: Избранные произведения в трех томах. – М., 1957.

49. Гримак Л.П. Резервы человеческой психики: введение в психологию активности. – М.: Политиздат, 1987. – 286 с.

50. Громов И., Мацкевич А., Семенов В. Западная теоретическая социология. – СПб.: Ольга, 1996. – 288 с.

51. Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. – М.: «Знание», 1979. – 63 с.

52. Дай Т.Р., Зиглер Л.Х. Демократия для элиты. – М., 1984.

53. Дворецька Г.В. Соціологія праці: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001.

54. Дэвис Дж. Социология установки // Американская социология. Перспективы. Проблемы. Методы. – М.: Прогресс, 1972. – С. 54-67.

55. Дейк Т.А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989.

56. Дикей С. Антропология и ее вклад в изучение средств массовой коммуникации // Междунар. журн. социальн. наук. – Февраль, 1998.

57. Джинджарадзе Н.Г. Інформаційна культура особистості. – К., 1996. – 184 с.

58. Доблаев В.Л. Власть и коммуникация в организации // Социологические исследования. – М., 1995. – № 6. – С. 145-147.

59. Дракер П. Труд и управление в современном мире // США: ЭПИ, 1989. – № 5.

60. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. – М., 1987. – 268 с.

61. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение // Пер. с фр., составление, послесловие и примечания Гофмана А.Б. – М.: Канон, 1995. – 352 с.

62. Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. – Т. 21.

63. Жабский М., Тарасов К., Фохт-Бабушкин Ю Кино в современном обществе: функции – воздействие – востребованность / Мин. культ. РФ, НИИ киноискусств. – М., 2000. – 376 с.

64. Засурский Я.Н. Роль средств массовой информации в обществе // Вестник Московского университета. – М.,1995. – № 2. – С. 3-7.

65. Захарченко М., Погорілий О. Історія соціології. – К., 1994. – 364 с.

66. Землякова Л.М. Современная американская коммуникативистика: Теоретические концепции, проблемы, прогнозы. – М.: МГУ, 1995. – 271 с.

67. Землянова Л.М. Масс-медиа и человеческое достоинство // Вестник Московского университета. – М., 1996. - № 5. – С. 63-75.

68. Зернецька О.В. Нові засоби масової комунікації. – Київ, 1993. – 130 с.

69. Зиммель Г. Избранное. Том 1. Философия культуры. – М.: Юристъ, 1996. – 671 с.

70. Зиммель Г. Избранное. Том 2. Созерцание жизни. – М.: Юристъ, 1996. – 607 с.

71. Зиммель Г. Конфликт современной культуры: Начатки знаний, 1923. – 11 с.

72. Зиммель Г. Общение, пример чистой или формальной социологии // Социологические исследования, 1984. – № 2.

73. ЗМІ: понятійний апарат / За ред. А.З.Москаленко. – К., 1997.

74. Іванов В.Ф. Контент-аналіз: методологія і методика дослідження ЗМК: Навч. посібник / К. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 1994. – 112 с.

75. Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації: Навч. посібник. – К.: ВПЦ „Київський універсистет”, 2000. – 210 с.

76. Іванов В.Ф. Теоретико-методологічні основи вивчення змісту масової комунікації. – К., 1996. – 200 с.

77. Ионин Л.Г. Социология культуры. – М., 1996. – 278 с.

78. Итс Р.Ф. Введение в этнографию. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1991. – 168 с.

79. Йолон П.Ф. Рациональность в науке и культуре. – К.: Наук. думка, 1989. – 287 с.

80. Каган М.С. Мир общения. – М.: Политиздат, 1988. – 319 с.

81. Колайков И. Цивилизация и адаптация. – М.: Прогресс, 1984. – 240 с.

82. Карнаух В.К. Волны цивилизации: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 1998. – 92 с.

83. Картер Г. Ефективність реклами. – М.: Прогрес, 1991. – 280 с.

84. Келле В.Ж. Наука як компонент соціальної системи. – М.: Наука, 1988. – 198 с.

85. Кинник К., Кругман Д., Камерон Г. «Усталость сострадать»: коммуникация и чувство опустошенности в отношении социальных проблем // Средства массовой коммуникации и социальные проблемы / Пер. и сост. И.Г.Ясавеев. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000.

86. Клєпіков А.О. Феномен комунікації в світі культури. Дис … канд. філос. наук: 09.00.04 / НАН України, Ін-т філос. – К., 1996. – 200 с.

87. Коган Л.Г. Социология культуры. Екатеринбург. – 1992. – 254 с.

88. Коммуникация в культуре. – Петрозаводск, 1996. – 118 с.

89. Кондаков И.В. К теории пограничных процессов в культуре // Динамика культуры: теоретико-методологические аспекты. – М., 1989. – С. 24-42.

90. Конецкая В.П. К обоснованию категорий и единиц социально-информационной коммуникации // Вестник Московского университета. – М., 1996. – № 1. – С. 34-44.

91. Конецкая В.П. Социология коммуникации. Учебник. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.

92. Королько В. Основи паблік рілейшнз. – К., 1997. – 334 с.

93. Коростелева Е.А. Социальный институт // Социология: Энциклопедия / сост. А.А.Грицанов и др. – Мн.: Книжный дом, 2003.

94. Костенко Н., Кривенко А., Слисаренко И., Шкарлат В., Бебик В., Томенко Н. Украинские масс-медиа и свобода информации // Социально-политический журнал. – 1994. – № 2.

95. Костенко Н.В. Масова комунікація / Соціологія під ред. С.Макеєва. – К.: Вид-во „Українська енциклопедія” ім. М.П.Бажана, 1999. – С. 153-180.

96. Костенко Н.В. Парадигми та фактичності нових мас-медіа // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 1-2. – С. 138-151.

97. Костенко Н.В. Ценности и символы в массовой коммуникации. – К.: Наук. думка, 1993. – 132 с.

98. Костенко Н.В. Ценности и символы в массовой коммуникации: Дис.… д-ра социол. наук: 22.00.04 / АН Украины. Ин-т социологии. – К., 1994. – 303 с.

99. Кочеткова Л.Н. Социально-философский анализ феномена идеологии: методологический аспект. – М.: МГУ, 1996.

100. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований (Хрестоматия). – М.: УРСС, 1999. – С. 138-149.

101. Крымский С.Б. Введение в обобщенную теорию познания. – К., 1993. – 216 с.

102. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід / Пер. З англ. – К.: КІС, 2002. – 264 с.

103. Лиотар Ж.-Ф. Состояние пост модерна. – М.: Наука, 1983. – 535 с.

104. Лобок А. Антропология мифа. – М., 1997. – 688 с.

105. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. – М.: Прогресс, 1992. – 272 с.

106. Лукашевич Н.П. Производственная адаптация молодежи: структура, функции, управление. – К.: Изд-во УСХА, 1990. – 264 с.

107. Лукашевич М.П. Соціалізація. Виховні механізми і технології: Навч.-метод. посібник. – К.: ІЗМН, 1998. – 112 с.

108. Лукашевич М.П. Соціологія економіки. – К.: Каравела, 2005.

109. Лукашевич М.П. Соціологія праці. – К.: Либідь, 2004. – 440 с.

110. Лукашевич М.П., Туленков М.В. Спеціальні та галузеві соціологічні теорії. – К.: МАУП, 2004. – 456 с.

111. Луман Н. Что такое коммуникация? // Социологический журнал. – М., 1995. – № 3. – С. 114-127.

112. Макарова М.В. Електронна комерція: Посібник. – К., 2002.

113. Маркс К., Энгельс Ф., Фейербах. Противоположность материалистического и идеалистического воззрений: Новая публикация первой главы «Немецкой идеологии». – М.: Политиздат, 1996.

114. Маркузе Г. Одномерный человек. – К., 1994.

115. Масова комунікація: підручник / А.З.Москаленко, Л.В.Губерський, В.Ф.Іванов, В.А.Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.

116. Массовая коммуникация в условиях научно-технической революции / Под ред. Фирсовна Б.М. – Ленинград: Наука, 1981.

117. Масуда Йонезі. Гіпотеза про генезис HOMO INTELLIGENTS // Сучасна зарубіжна соціальна філософія. Хрестоматія: Навч. посіб. / Упоряд. В.Лях. – К.: Либідь, 1996. – С. 335-361.

118. Матюшевская П.А. Реклама // Социология: Энциклопедия / Сост.: А.А.Гришаков и др. – Мн.: Книжный Дом, 2003. – С. 848-849.

119. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура (фрагменты) / Под общей ред. Танчера В.В.; Реферативный перевод и вступ. Статья Костинской В. – Киев: Ин-т социол., 1996. – 112 с.

120. Мид М. Культура и мир детства. – М.: Наука, 1988. – 429 с.

121. Мид. Дж. От жеста к символу // Американская социологическая мысль. Тексты. – М.: Межд. ун-т бизнеса и управления, 1994. – С. 215-223.

122. Милс Ч. Социологическое воображение / Пер. с англ. Оберенко О.А.; Под общей редакцией и с предисловием Батыгина Г.С. – М.: Издательский Дом «Стратегия», 1998. – 264 с.

123. Моль А. Социодинамика культуры. – М., 1973. – 405 с.

124. Московичи С. Век толп: Исторический трактат по психологии масс. – М., 1998. – 480 с.

125. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методологический анализ и практика исследования. – М.: УРСС, 1999.

126. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2005.

127. Наумова М.Ю. Соціальне знання в структурі комунікації: Автореф. дис…канд. соц. наук: 22.00.01. – К., 1999. – 20 с.

128. Неомарксизм и проблемы социологии культуры. – М.: Наука, 1980. – 352 с.

129. Ніколаєнко Л.Г. Методологічні питання визначення показників у соціології культури // Проблеми соціології: Вип. 1. – К.: Либідь, 1992. – С. 30-35.

130. Ноель-Нойман. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М., 1996.

131. Обуховский К. Психология влечений человека. – М., 1972.

132. Ортега-и-Гасет. Дегуманизация искусства // Самосознание европейской культуры ХХ века. – М.: Политиздат, 1991.

133. Паніна Н.В. Українське суспільство 1994-2005: соціологічний моніторинг. – К.: ТОВ «Видавництво «Софія», 2005.

134. Панюков В.С. Устойчивость кадров и промышленности. – К.: Наук. думка, 1978.

135. Парсонс Т. Структура социального действия. – М., 1999.

136. Поляруш О.О. Використання мережі Інтернет як каналу інформаційно-психологічного впливу // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). Міжвідомчий науково-дослідний центр. – № 7. – 2003.

137. Природа, сущность и общие свойства информационных потребностей. – Минск, 1985.

138. Погорілий О. Соціологічна думка ХХ століття. – К.: Либідь, 1996. – 204 с.

139. Подвижность структуры. Современные процессы социальной мобильности // Макеев С.А., Прибыткова И.М., Симончук Е.В. и др. – К.: Институт социологии НАН Украины, 1999. – 204 с.

140. Политическая культура населения Украины (Результаты социологических исследований). – К.: Наукова думка, 1993. – 133 с.

141. Полякова Н.Л. От трудового общества к информационному: западная социология труда. – М.: Наука, 1990. – 130 с.

142. Попович М.В. Раціональність і виміри людського буття. – К.: Вид-во «Сфера», 1997. – 290 с.

143. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: «Рефл-бук»; К.: Ваклер, 2001.

144. Прилюк Ю.Д. Регулятивна функція соціальної комунікації. – К.: Наукова думка, 1976. – 116 с.

145. Радугин А.А., Радугин К.А. Социология. – М.: Изд-во «Владос», 1995. – 190 с.

146. Рикер П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике. – М.: Медиум, 1995.

147. Романенко Ю.В. Смислопродукування у масовій відеопродукції (бойовики, жахи, еротика і порнографія). – К.: Знання України, 2004. – 224 с.

148. Ромашов О.В. Социология труда: Учебн. пособие. – М.: Гардарики, 1999. – 320 с.

149. Российская социологическая энциклопедия / Под общ. ред. Г.В.Осипова. – М.: НОРМА-ИНФРА-М, 1999.

150. Ручка А.А. Социальные ценности и нормы. – К., 1990. – 152 с.

151. Ручка А.А. Ценностный подход в системе социологического знания. – К.: Наук. думка, 1987. – 156 с.

152. Руссо Ж.-Ж. Рассуждение о происхождении и основаниях неравенства между людьми // Трактаты. – М.: Наука, 1969.

153. Семашко О.М. Українська художня культура. – К., 1997.

154. Ситниченко Л.А. Першоджерела комунікативної філософії: Навч. посібник. – К.: Либідь, 1996. – 176 с.

155. Смелзер Н. Социология. – М.: Изд-во «Феникс», 1994. – 687 с.

156. Смелзер Н. Проблематика социологии: Зиммелевские лекции. – М., 1995.

157. Смирнова М.Г. Социологическое исследование печати, радио, телевидения в развитых капиталистических странах: Учеб. пособие. – М.: МГУ, 1980.

158. Современная американская социология. – М., 1994.

159.Современная западная социология: классические традиции и поиски новой парадигмы. – М., 1990. – 248 с.

160. Современная западная социология. Теории. Традиции. Перспективы / Ред. Монсон П. – СПб.: Уникум, 1992. – 416 с.

161. Соколова Г.Н. Адаптация профессиональная // Социология: Энциклопедия / Сост. А.А.Гричанов и др. – Мн.: Книжный Дом, 2003. – С. 13.

162. Сорокин П.О. Общедоступный учебник социологии. Статьи разных лет. – М.: Наука, 1994. – С. 17-27.

163. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992. – 540 с.

164. Соснін О.В. Проблеми державного управління системою національних ресурсів з наукового потенціалу України.: Монографія. – К.: Ін-т держави і права ім. В.М.Корецького НАН України, 2003. – 572 с.

165. Социальные идентификации и идентичности / Макеев С.А., Оксамытная С.Н., Швачко Е.В. – К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1996.

166. Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семисоциопсихологической парадигмах / Отв. ред. Т.М.Дридзе. в 2-х кн. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 2000. – 314 с.

167. Социологическая теория сегодня. – К., 1994. – 143 с.

168. Соціологія: короткий енциклопедичний словник / За ред. В.І.Воловича. – К.: УЦДК, 1998.

169. Социологический энциклопедический словарь / Общ. ред. Г.В.Осипова. – М.: ИСПИ РАН, 1995.

170. Социолоия: Энциклопедия / Сост. А.А.Грицанов, В.Л.Абушенко и др. – Мн.: Книжный Дом, 2003. – 1312 с.

171. Социология: Наука об обществе: Учеб. пособие // Под ред. Андрущенко В.П., Горлача Н.И.. – Харьков, 1996. – 687 с.

172. Социология: Наука об обществе: Учеб. пособие для высш. учеб. заведений / Осипов Г.В., Москвичев Л.Н. и др.; Институт «Открытое общество». – М., 1996. – 462 с.

173. Социология средств массовой коммуникации / Под ред. Буданцева Ю.П. – М., 1991.

174. Соціологія: терміни, поняття, персоналії. Навчальний словник-довідник / За заг. ред. В.М.Пічі. – К.: Каравела, Львів «Новий світ – 2000». – С. 118.

175. Сошинська Я.Є. Інформаційні ресурси з економіки в українському сегменті INTERNET // Культура і мистецтво у сучасному світі: Наукові записки КНУКіМ. – Вип. 3. – К.: Видавничий центр КНУКіМ, 2002.

176. Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Хрестоматия / Пер. с англ., сост. И.Г.Ясавеев. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2000. – 224 с.

177. Суїменко Є.І. Реклама: економічні функції та психологічний терор // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004, № 1. – С. 137-149.

178. Товотик Е.П. Эффективность социологического исследования: вопросы методологии: Автореф. дис… филос.н.: 22.00.01. – М., 1991. – 51 с.

179. Тарасенко В.И. Социология потребления: методологические проблемы. – К.: Наукова думка, 1993. – 166 с.

180. Тернер В. Символ и ритуал. – М.: Наука, 1983. – 277с.

181. Терин В.П. Массовая коммуникация: социокультурные аспекты политического воздействия. Исследование опыта запада. – М. Изд-во Ин-та социологии РАН, 1999. – 179 с.

182. Томенко Н. Украинские масс-медиа и свобода информации // Социально-политический журнал. – 1994. – № 2.

183. Українське суспільство 1992-2006. Соціологічний моніторинг / За ред. д.е.н В.Ворони, д.соц.н. М.Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2006. – 578 с.

184. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для ВУЗов. – СПб.: Питер, 2003 – 400 с.

185. Филиппов Ф.Р. Адаптация // Российская социологическая энциклопедия / Под общ. ред. Г.В.Осипова. – М.: НОРМА-ИНФРА, 1999. – С. 2.

186. Фуко М. Слова и вещи. – СПб.: А-cad. – 408 с.

187. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: ЕВРОЗНАК, 2001.

188. Чудовська-Кандиба І.А. Поняття «ефективність комунікації» в соціологічній науці // Вісник Київського університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Соціологія. Психологія. Педагогіка. – Випуск 8. – Київ, 2000. – С. 10-13.

189. Чукут С.А. Генеза духовної культури (управлінський вимір): Монографія. – К.: Вид-во УАДУ, 1999.

190. Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс // Сотниченко Л.А. Першоджерела комунікативної філософії: Навч. посібник. – К.: Либідь, 1996. – С. 84-90.

191. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: Прайм – ЕВРОЗНАК, 2001.

192. Хейзинги Й. Homo ludens. – М., 1992. – 432 с.

193. Шибутани Т. Социальная психология. – М.: Прогресс, 1969. – 535 с.

194. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980. – 286 с.

195. Штомпка П. Социология социальных изменений. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 416 с.

196. Шюц А. Структура повседневного мышления // Социологические исследования. – 1988. – № 2. – С. 129-137.

197. Щепанський Я. Элементарные понятия в социологии. – Новосибирск «Наука», 1967. – 248 с.

198. Юнг К. Либидо, его метаморфозы и символы. – Санкт-Петербург: Восточно-Европейский институт психоанализа, 1994. – 414 с.

199. Явоненко О.О. Проблема мовного значення в контексті філософії культури: Автореф. дис… канд.філос.н: 09.00.04. – К., 1997. – 20 с.

200. Ясперс К. Духовная ситуация времени // Ясперс К. Смысл и назначение истории. – М.: Изд-во полит. литературы, 1991. – С. 288-419.

201. Ясперс К. Комунікація // Ситниченко Л.А. Першоджерела комунікативної філософії: Навч. посібник. – К.: Либідь, 1996. – С. 132-148.

202. Ясперс К Смысл и назначение истории: Пер. с нем. 2-е изд. – М.: Республика, 1994. – 527 с.

203. Adorno T. The Culture Industry / Selected Essays on Mass Culture. – Routlege, 1991.

204. Adorno T. How to Look at Television. In: The Quaterly of Film, Radio, Television 8 (3). 1954.

205. Althusser L. Lenin and Philosophy and other Essays. – New Left Books, 1971.

206. Ball-Rokeach S., DeFluer M.I. A dependency model of mass media effects. In: Communication Research. № 3.

207. Communication / The Encyclopedia Britannica. V.16. – Chicago, 1986. – P. 685-691.

208. Donohue G.A., Olein C.N. Mass Media and the Knowlage gap. Communication Research. № 2. – 1975.

209. Habermas J. Theorie des kommunikativen. Handelns. – Fr. A M: Suhr kamp. – 1981. Bd. 1. – 543 s.

210. Katz B, Blummer J., Gwervitch M. Utilization of Mass Communication by the Individual. Paper Prepared for Conference on Directions in Mass Communication Research Public Opinion Quaterly. – 1973. – Vol. 37. – № 4. – P. 509-523.

211. Lazarsfeld P., Merton R. Mass Communication. Popular taste and organized social action / In: Bryslon/ (ed.). The Communication of ideas. N.Y.: Harper and Brothers, 1948.

212. J.Lull. Media Communication, Culture. A Global Approach, Polity Press, Eambriolge, 1995.

213. McCombs M.E., Shaw D.I. The agenda setting function of mass media. Public Opinion Quaterly. – 1972. – Vol. 36. – P. 176-187.

214. Piatila V. On the effects of Mass Media: Some Conceptual Viewpoints. In: Berg M. et al (eds.). Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research. Grenaa: GMT, 1975.

215. Sklair L. Sociology of global System. – N.Y.: Prentice Hall, 1995.

***Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке:*** [***http://www.mydisser.com/search.html***](http://www.mydisser.com/search.html)