**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Белорусского государственного университета

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С. В.Абламейко

\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Регистрационный № УД\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КОММУНИКАЦИИ»**

специальности переподготовки

**1-23 02 74** **Коммуникация в сфере общественных связей**

в соответствии с типовым учебным планом переподготовки,

утвержденным **№25-17/374 от 08.10.2010 г.**

Минск, 2011

**СоставителИ:**

**И. В. Сидорская**, заведующая кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета, кандидат философских наук, доцент.

**Л. А. Савицкая**, преподаватель кафедры технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета.

**П. Л. Свердлов**, преподаватель кафедры литературно-художественной критики Института журналистики Белорусского государственного университета.

**Н. М. Шухман**, магистр социологии.

**Рецензенты:**

**О. В. Терещенко**, заведующий кафедрой социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук, доцент.

**Е. И. Дмитриев**, доцент кафедры проектирования образовательных систем государственного учреждения образования «Республиканский институт высшей школы», кандидат социологических наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой технологий коммуникации Института журналистики Белорусского государственного университета

(протокол № 6 от 22.12.2010);

Научно-методическим советом учебно-методического объединения по журналистике

(протокол № 2 от 27.12.2010);

Ответственный за выпуск: **И. В. Сидорская**

**ВВЕДЕНИЕ**

Учебная программа по дисциплине «Теория и история коммуникации» разработана в соответствии с требованиями типового учебного плана переподготовки № 25-17/374 от 08.10.2010 г. по специальности 1-23 02 74 «Коммуникация в сфере общественных связей».

В системе профессиональной переподготовки по данной специальности дисциплина является базовой. Такой статус обусловлен тем объективным обстоятельством, что знание основных закономерностей протекания процессов коммуникации и умение управлять ими является одной из главных компетенций специалиста в сфере общественных связей. ***Цель*** данной дисциплины – формирование у слушателей теоретических представлений и практических навыков общей коммуникативной компетентности, которая позволит установить эффективную коммуникацию субъекта общественных связей с его целевыми аудиториями.

***Задачи дисциплины***:

* ознакомить слушателей с основными понятиями теории, истории, психологии и социологии коммуникации;
* составить у слушателей представление о предмете, законах, методах и базовых категориях теории, истории, психологии и социологии коммуникации как самостоятельных дисциплин;
* осуществить анализ происходящих в обществе информационно-коммуникационных процессов с точки зрения их социокультурного значения;
* сформировать у слушателей представление о коммуникации как о многоуровневом процессе, совершенствующемся и обретающем на протяжении человеческой истории всё новые и новые формы;
* обеспечить слушателей фактическими знаниями о развитии видов, уровней, форм и средств коммуникации;
* проанализировать социокультурный опыт человечества с точки зрения форм коммуникации, принятых в том или ином обществе в конкретные исторические эпохи;
* дать представление об особенностях общения в массовой коммуникации и основных психологических проблемах общения больших социальных групп;
* ознакомить слушателей с актуальными подходами к феномену массмедиа и анализу взаимосвязей медиа и социума;
* развить способности слушателей к эффективному общению в профессиональной и деловой среде.

По окончании изучения дисциплины слушатели должны ***знать*:**

* сущность социальной коммуникации;
* условия и закономерности эффективной коммуникации;
* основные линейные и структурные коммуникативные модели;
* особенности разнообразных форм и уровней коммуникации в синхронном и диахронном аспектах;
* специфику теории, истории, психологии и социологии коммуникации как самостоятельных наук, их предмет, законы, методы;
* технологии решения коммуникативных проблем, способы преодоления психологических барьеров в общении;
* особенности массовой аудитории и специфику восприятия аудиторией сообщений массмедиа.

Слушатели должны ***уметь*:**

* применять теории и методы коммуникации для решения разнообразных исследовательских и научно-практических проблем;
* эффективно коммуницировать в различных коммуникативных пространствах;
* уметь идентифицировать формы и виды коммуникации в контексте существующих социальных практик;
* свободно оперировать фактологическим материалом, отражающим специфику процессов коммуникации в различные исторические эпохи;
* успешно дешифровать сообщения массмедиа, выявляя интенции коммуникатора и применяемые им манипулятивные тактики;
* проводить контент-анализ сообщений медиа, составлять корректные анкеты для изучения мнения аудитории средств массовой коммуникации.

Чтобы слушатели приобрели указанные выше знания и навыки, в процессе лекционных занятий следует широко использовать активные, проблемные и обзорные лекции, а в период лабораторных занятий – такие интерактивные технологии обучения, как «мозговой штурм», case-study, тематическая дискуссия, дискуссия в малой группе, выступление с презентацией и др.

Кроме того, дисциплина предполагает:

* письменные работы по темам лекций;
* самостоятельную работу с базовыми текстами и письменные работы, состоящие из ответов на вопросы по текстам;
* текущие тесты по темам дисциплины;
* защиту рефератов.

Самостоятельная работа слушателей является основным способом охвата учебного материала по дисциплине «Теория и история коммуникации» в свободное от обязательных учебных занятий время. Цель самостоятельной работы слушателей – содействие усвоению в полном объеме содержания учебной дисциплины через систематизацию, планирование и контроль собственной деятельности. С учетом содержания, цели и задач «Теории и истории коммуникации» целесообразно осуществлять такие два вида самостоятельной работы по дисциплине, как самостоятельная работа, которая обеспечивает подготовку к аудиторным занятиям, и самостоятельная работа при подготовке к зачету и экзамену по дисциплине.

**СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ**

**РАЗДЕЛ 1. «Теория коммуникации»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование раздела, темы | Количество часов |
| всего | в том числе |
| лекции | лабораторныезанятия | самостоятельная работа |
| 1 | Коммуникация как феномен действительности и предмет изучения  | 12 | 4 | 2 | 6 |
| 2 | Информация как основа коммуникативного процесса | 4 | 4 | 0 | 0 |
| 3 | Структура коммуникативного процесса | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина | 2 | 2 | 0 | 0 |
| 5 | Межличностная коммуникация | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 6 | Коммуникация в группах | 4 | 2 | 0 | 2 |
| 7 | Массовая коммуникация | 8 | 2 | 2 | 4 |
|  | **Всего:** | **44** | **18** | **8** | **18** |

**РАЗДЕЛ 2. «История коммуникации»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование раздела, темы | Количество часов |
| всего | в том числе |
| лекции | лабораторныезанятия | самостоятельная работа |
| 1 | Виды процессов коммуникации на первых стадиях развития общества | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 2 | История прессы: от рекламных листовок до социального института | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 3 | Социокультурное влияние телеграфа, телефона, радио и телевидения на процесс коммуникации | 4 | 2 | 0 | 2 |
| 4 | Кинематограф как вид искусства и как форма коммуникации | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 5 | Эволюция теоретических представлений о коммуникации в ХХ веке | 4 | 2 | 0 | 2 |
| 6 | Влияние массовой компьютеризации на социальную динамику. Компьютерные сети | 4 | 2 | 0 | 2 |
|  | **Всего:** | **32** | **12** | **6** | **14** |

**РАЗДЕЛ 3. «Психология коммуникации»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование раздела, темы | Количество часов |
| всего | в том числе |
| лекции | лабораторныезанятия | самостоятельная работа |
| 1 | Современные проблемы психологии коммуникации | 12 | 4 | 2 | 6 |
| 2 | Общение и социальныеотношения | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | Массовая коммуникация и основные психологические проблемы общения больших социальных групп | 4 | 2 | 0 | 2 |
| 4 | Психологические проблемы современной журналистики | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 5 | Психология PR и рекламной деятельности | 8 | 2 | 2 | 4 |
|  | **Всего:** | **38** | **12** | **8** | **18** |

**РАЗДЕЛ 4 «Социология коммуникации»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование раздела, темы | Количество часов |
| всего | в том числе |
| лекции | лабораторныезанятия | самостоятельная работа |
| 1 | Социология коммуникации как научная дисциплина | 4 | 2 | 0 | 2 |
| 2 | Развитие массмедиа в контексте развития общества | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | Эволюция подходов к изучению массовой коммуникации | 4 | 2 | 0 | 2 |
| 4 | «Информационное общество». Постмодернистские подходы к массовой коммуникации | 10 | 2 | 2 | 6 |
| 5 | Теоретическая модель средств массовой коммуникации | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 6 | Социологический анализ в массовой коммуникации: исследование содержания сообщений массмедиа и мнения аудитории | 6 | 2 | 2 | 2 |
|  | **Всего:** | **38** | **12** | **8** | **18** |

**СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

**РАЗДЕЛ 1 «Теория коммуникации»**

**Тема 1. Коммуникация как феномен действительности и предмет изучения.**

Многозначность понятия «коммуникация».Четыре значения понятия «коммуникация». Социальная коммуникация. Механистический и деятельностный подходы к коммуникации. Коммуникация как трансактный процесс.

Коммуникация как процесс социального взаимодействия людей, взятый в своей знаковой форме.Потребительные и знаковые свойства предметов. Понятие знака. Обмен в коммуникации как обмен сообщениями. Расшифровка сообщений как сущность процесса коммуникации. Обязательное наличие обратной связи в коммуникативном взаимодействии.

Соотношение терминов «коммуникация» и «общение»:три точки зрения на соотношение понятий. Трактовка коммуникации как межсубъектных отношений.

Постулаты и условия эффективной коммуникации. Основные функции коммуникации:инструментальная, синдикативная, функция самовыражения, трансляционная. Коммуникативные процессы у человека и животных: сравнительный анализ. Основные разновидности коммуникативных взаимодействий:публичная/непубличная; ретиальная/аксиальная; массовая, маркетинговая, межличностная (интерперсональная), интраперсональная; коммуникация в малых группах, в организациях, в обществе; интерпретация, истолкование, понимание, рефлексия.

**Тема 2. Информация как основа коммуникативного процесса.**

Полисемантичность понятия «информация»:в журналистике – сообщение о чем-то новом; в теории Шеннона-Уивера – сообщение, уменьшающее или снимающее неопределенность и препятствующее возрастанию энтропии; в семантическом подходе – сообщение, которое увеличивает тезаурус получателя; в аксиологическом – сообщение, необходимое субъекту для достижения какой-либо цели. Принцип фасцинации и принцип маевтики информации. Соотношение понятий «информация» и «сообщение».

Знаковый характер информационного взаимодействия.Информация, знак, образ.Основные характеристики знака. Кодирование и декодирование информации.

Ресурсный и коммуникативный подходы к информации. Информация как информационный ресурс, характеристика информационных ресурсов, сущность ресурсного подхода. Информация как средство коммуникации, сущность коммуникативного подхода. Концепция рефлексивного образования информационных потребностей.

Соотношение понятий «информация» и «знание». Информация как превращенная форма знания. Проблемы взаимоперехода информации и знания. Когнитология как наука о создании информации на основе профессиональных знаний. Работа когнитолога с конкретным специалистом-экспертом.

**Тема 3. Структура коммуникативного процесса.**

Метод моделированияв науке, его особенности. Типология моделей. Специфика моделирования в теории коммуникации. Основные функции моделирования: объясняющая и прогностическая.

Типология коммуникативных моделей:линейные модели (математическая теория связи Шеннона-Уивера, ее достоинства и недостатки); циркулирующие (круговые) модели; балансовые (взаимно ориентационные) модели; модель Берло; «генеральная» модель Гербнера; семиотические модели. Модели массовой коммуникации. Стэндфордская коммуникативная модель (ИСКП) и теория многоступенчатого потока информации. Модели Лассуэлла как маркетинговые модели.

Эволюция коммуникативных моделей: от простых к сложным, от общих моделей к конкретным.

Базовые элементы коммуникативного процесса. Обратная связь как набор откликов получателя, которые возникают в результате контакта с сообщением. Специфика обратной связи в разных видах и уровнях коммуникации.

Коммуникативные барьеры как разнообразные факторы, наличие которых в акте коммуникации видоизменяет передаваемое коммуникатором сообщение либо ограничивает способность коммуниканта расшифровать его. Две точки зрения на проблему коммуникативных барьеров. Типологии барьеров. Способы преодоления барьеров.

**Тема 4. Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина.**

Междисциплинарный характер коммуникационного знания.Теория коммуникации как комплексная область современного научного знания, сочетающая в себе результаты исследований целого ряда наук, а также различные уровни освоения коммуникационной реальности. Предметное поле коммуникативистики. Роль философии, психологии, социологии, лингвистики, семиотики и других наук для расширения представлений о социальной коммуникации.

Объект и предмет теориикоммуникации. Два подхода к определению предмета теории коммуникации. Общая теория коммуникации как самостоятельная наука. Коммуникативистика и коммуникология. Общая теория коммуникации, общая теория социальной коммуникации, общая теория биокоммуникации, частнонаучные теории коммуникации.

Законы теории коммуникации.Специфика законов теории коммуникации. Условия, необходимые для осуществления информационного обмена.

Категории «коммуникативное пространство» и «коммуникативное время». Коммуникативное пространство как система многообразных коммуникативных связей, возникающих между субъектами коммуникации. Основные параметры коммуникативного пространства: плотность и протяженность. Коммуникативное время как длительность и последовательность коммуникативных актов.

**Тема 5. Межличностная коммуникация.**

Специфика межличностной коммуникации:обмен сообщениями между небольшим числом людей; непосредственное взаимодействие; личностно ориентированное взаимодействие.Аксиомы межличностной коммуникации:невозможность отсутствия коммуникации; любая коммуникация имеет уровень содержания и уровень отношения; пунктуация последовательности событий; симметрическое и комплементарное взаимодействие; может быть как намеренной, так и ненамеренной, эффективной и неэффективной; необратимость коммуникации.

Эффекты восприятия в межличностной коммуникации. Общие закономерности восприятия: принцип избирательности; принцип целостности; принцип устойчивости. Отличия восприятия людьми предметов от восприятия людьми друг друга. Роль первого впечатления для формирования восприятия. Психологические особенности участников коммуникации: влияние самооценки; проецирование; эффект ореола; стереотипизация.

**Тема 6. Коммуникация в группах.**

Понятие «группа» и классификация групп.Условия существованиягруппы. Малая группа. Первичные/вторичные группы. Формальные/неформальные группы. Референтные группы и группы членства. Этапы развития группы.Реагирование группы на конкуренцию.

Специфика группового принятия решений. Склонность к выбору сложных альтернатив, «синдром группового мышления». Коммуникативная роль «страж благонадежности».

Коммуникационная структура малой группы. Эксперименты по изучению коммуникационной структуры группы. Виды коммуникационных связей: «круг», «штурвал», «цепь», «сильно связанный граф», их особенности. Влияние структуры сети на коммуникационные потоки и распределение коммуникационных ролей.

Понятие «коммуникационная сеть». Личностные коммуникационные сети: радиальные и взаимосвязанные. Групповые коммуникационные сети: централизованные и децентрализованные. Виды централизованных сетей: формальная, радиальная, иерархическая.

Основные коммуникативные роли индивидов в группе: «сторож», «связной», « мостик», «лидер мнений», «космополит».

**Тема 7. Массовая коммуникация.**

Понятие «массовая коммуникация». Невозможность для двух отдельных личностей установить обособленный обмен информацией между собой как основной признак системы массовой коммуникации. Подход к определению массовой коммуникации в советской теории массмедиа. Основная функция массовой коммуникации в соответствии с функциональным подходом. Понятие «средства массовой коммуникации».

Особенности массовой коммуникации. Основные направления в исследовании массовой коммуникации. Выявление объективных аспектов функционирования массовой коммуникации в социологических исследованиях. Анализ субъективных аспектов массовой коммуникации в психологических исследованиях. Общепсихологический и социально-психологический уровни анализа.

Социальные функции массовой коммуникации: информирующая, просветительская, нормативно-регуляционная.

Социально-психологические функции массовой коммуникации: социальной ориентировки, социальной идентификации, контакта с другим человеком, самоутверждения.

Общепсихологические функции:утилитарная функция и функция эмоциональной разрядки.

**РАЗДЕЛ 2 «История коммуникации»**

**Тема 1. Виды процессов коммуникации на первых стадиях развития общества.**

Происхождение понятий «информация» и «коммуникация», эволюция их смыслового наполнения в процессе социокультурного взаимодействия между людьми. Специфика коммуникационных систем, принятых у животных. Дописьменные формы коммуникации. Устная коммуникативная традиция в Древней Греции. Письменная коммуникация в доосевых культурах. Изобретение и эволюция алфавита: межкультурные параллели. Основные этапы развития письменности.

**Тема 2. История прессы: от рекламных листовок до социального института.**

Изобретение И. Гутенбергом печатного станка. Значение печатного станка для развития коммуникации в Новое время. Появление первых газет. Развитие функциональной нагрузки европейской прессы. Эволюция наполнения газетных полос. Деятельность Дж. Пулитцера, конкуренция на газетном рынке США в конце XIX-начале ХХ века. Основание Reader’s Digest, Life, Time и других «транснациональных» изданий. Осознание прессы как «четвертой власти» в демократическом обществе.

**Тема 3. Социокультурное влияние телеграфа, телефона, радио и телевидения на процесс коммуникации.**

Технические предпосылки изобретения телеграфа, телефона, радио, телевидения. История перечисленных изобретений, их социальная обусловленность. Становление радио- и телевещания. Телевизионная коммуникация. Формирование системы массовой коммуникации.

**Тема 4. Кинематограф как вид искусства и как форма коммуникации.**

Изобретение кинематографа братьями Люмьер. Специфика художественного переосмысления информации в кино. Кинематограф как средство коммуникации и как средство пропаганды – «важнейшее из искусств»? Действенность и многозначность сообщения в кинематографе.

**Тема 5. Эволюция теоретических представлений о коммуникации в ХХ веке.**

Основные элементы коммуникационных моделей. «Парадигма эффектов» Г. Ласуэлла. Математическая теория связи К. Шеннона. Н. Винер и становление кибернетики. Теория и максимы Маршалла Маклюэна.

**Тема 6. Влияние массовой компьютеризации на социальную динамику. Компьютерные сети.**

Новейшие коммуникационные технологии и медиатизация общества. Глобализация и диверсификация информационного пространства.

**РАЗДЕЛ 3 «Психология коммуникации»**

**Тема 1. Современные проблемы психологии коммуникации.**

Психология коммуникации как учебная дисциплина. Объект, предмет, задачи психологии коммуникации. Взаимодействие со смежными областями психологии. Современные тенденции развития СМИ и их роль в процессах психосоциальной адаптации. Творчество журналиста как социальный диалог. Основные категории психологии коммуникации: творчество-в-процессе-коммуницирования, коммуникатор-реципиент, информационная безопасность, коммуникативная открытость.

Виртуальность как глобальная тенденция. Режим «он-лайн» периодических изданий и электронных СМИ: преимущества и недостатки. Стиль net-мышления в современной журналистике (приближенность к естественному времени, спонтанность, активность, индивидуальность, децентрация, ускользание от соционорм). Интернет-общение – трансформация традиционных форм общения. Этика сетевого общения. Интернет-зависимость как феномен психической зависимости.

**Тема 2. Общение и социальные отношения.**

Функции общения. Структура общения. Коммуникативная сторона общения. Перцептивная сторона общения. Интерактивная сторона общения. Виды и стили общения. Фазы общения в работе интервьюера. Навыки продуктивного общения в профессиональной деятельности. Общение как нравственная ценность: культура общения.

**Тема 3. Массовая коммуникация и основные психологические проблемы общения больших социальных групп.**

Особенности общения в массовой коммуникации. Психологическая характеристика аудитории СМИ. Потребности аудитории СМИ. Психологические исследования аудитории СМИ. Изучение массовой коммуникации в социально-психологических теориях. Парадигмы ограниченных и неограниченных эффектов в социально-психологических теориях массовой коммуникации.

**Тема 4.** **Психологические проблемы современной журналистики.**

Персонификация информации и личностный характер журналиста. Психологическая культура журналиста. Концепция социального характера Э. Фромма. Журналистские «идеологии» И. М. Дзялошинского. Социально-психологические типы журналистов по С. М. Виноградовой. Психотипы журналистов в массовой коммуникации по Е. Пронину. Моделирование социального имиджа журналиста по типу контакта, по уровню близости, по функции в процессе социализации, по типу текста и парадигме мышления. Журналист в экстремальной ситуации.

Психология создания текстов. Дифференциация коммуникативных текстов в психологии. Парадигмы мышления и виды текста по Е. Прониной. Магическое мышление и убеждающий текст. Позитивистское мышление и прагматический текст. Драйв-мышление и гедонистический текст. Гуманистическое мышление и смысловыявляющий текст. Net-мышление и сетевой текст. Психологическая ментальность и типы текстов.

**Тема 5. Психология PR и рекламной деятельности.**

Психологические особенности PR-воздействия. PR как реализация схемы скрытого управления. Виды скрытого управления. Сбор информации об адресате воздействия и особенности группового восприятия. Мишени воздействия (универсальные побудители, мотивы и потребности). Методы и приемы привлечения внимания к объекту. Достижение аттракции в PR-акциях. Средства побуждения в PR. Выигрышное позиционирование.

Психологические особенности восприятия рекламного сообщения. Драматургия рекламы. Технологии поиска креативной концепции и рекламной идеи.

**РАЗДЕЛ 4 «Социология коммуникации»**

**Тема 1. Социология коммуникации как научная дисциплина.**

Факторы, способствовавшие становлению социологии коммуникации как научной дисциплины. Объект, предмет, категориальный аппарат дисциплины.

Метатеория социальной коммуникации (Э. Барнув). Ключевые исследовательские проблемы в поле социальной коммуникации. Базовые составляющие социальной коммуникации: социальные структуры, коммуникативные системы, каналы, уровни и средства коммуникации.

Коммуникативный подход к изучению социальной коммуникации (теория коммуникативных актов, критический дискурс-анализ). Язык как знаковая система и как инструмент конструирования социальной реальности (Дж. Серл). Понятие «дискурс» (Т. Ван Дейк, Н. Арутюнова, В. Карасик).

**Тема 2. Развитие массмедиа в контексте развития общества**.

Пять стадий «эволюции культуры» в контексте трансформации информационно-коммуникационных систем (А. Соколов): пракультура, археокультура, палеокультура, неокультура, постнеокультура. Эпохи истории человечества в контексте доминирующих средств массовой коммуникации по М. Маклюэну. Эпохи «словесности», «книжности», «мультимедйиности».

Различие в коммуникации сообществ (community) и обществ (society). Изменение коммуникационной системы общества с появлением письменной коммуникации (рост количества информации, проблемы хранения и передачи информации, изменение качества информации, обогащение лексического запаса, снятие пространственно-временных границ, усиление общественной дифференциации). Влияние развития материального производства на культурную среду (В. Беньямин). Становление массмедиа как социального института.

Факторы, предопределившие место массовой коммуникации в современности. Роль массмедиа в социальной, политической, культурной, экономической системах современного общества на постсоветском пространстве, в Западной Европе и в США.Влияние условий рыночной экономики на массмедиа. Типы взаимоотношений массмедиа и государства.

Культурные следствия глобализации медиа. Понятие «культурный империализм».

**Тема 3. Эволюция подходов к изучению массовой коммуникации.**

Этапы развития медиаисследований по А. Черных: признание безграничных возможностей влияния медиа на убеждения и поведение человека — «теория волшебной пули» (начало XX в.-1930-х гг.); признание ограниченного воздействия на человека, значимой роли промежуточных факторов — «теория двухступенчатого потока информации» (1940-1970-е гг.); переход к полипарадигмальным подходам — вывод о воздействии массмедиа на аудиторию исходя из фокуса изучения, переход к анализу содержания сообщений массмедиа, исследования внутренней структуры СМИ, изучения места СМИ в контексте общественных институтов.

Массовая коммуникация через призму функции политического контроля: теория массового общества, политико-экономическая теория, критическая теория (неомарксизм, Франкфуртская школа), теория гегемонии СМИ, советская социологическая школа. Массовая коммуникация через призму функции опосредованного духовного контроля: структурно-функциональная теория. Массовая коммуникация через призму культурологической функции: критическая теория (поздняя Франкфуртская школа), подход Бирмингемской школы, постмодернистские теории.

# Тема 4. «Информационное общество». Постмодернистские подходы к массовой коммуникации.

«Информационное общество»: история появления концепции, отличительные черты. Концепция «информациональное общество» (М. Кастельс) и его отличие от «информационного общества». Понятия М. Кастельса «информациональная экономика», «социальная исключенность». Трансформация труда и занятости в информациональном обществе.

Постмодернистские подходы к массовой коммуникации. Понятие «global village», концепция «the medium is the message» (М. Маклюэн). Концепция «общество спектакля» (Г. Дебор). Понятие «симуляция коммуникации», современная эпоха как «эра гиперреальности» (Ж. Бодрийяр).

Постмодернистское прочтение СМИ по А. Черных: десять ключевых характеристик (идеальная форма коммуникации, основная форма репрезентации опыта, следование логике языковой игры, отказ от объективности в пользу собственного опыта, дискретность картины мира, интертектуальность, обратимость и др.).

**Тема 5. Теоретическая модель средств массовой коммуникации.**

Теоретическая модель средств массовой коммуникации: дистанционные способы передачи информации, анонимность адресата, создание информации как промышленное производство, безличность отправителя, устойчивость контакта, подчинение законам рынка.

Функции массовой коммуникации и особенности их определения в зарубежном, советском и постсоветском научном дискурсах.

Специфика массовой аудитории. Стадии понимания сообщения получателем по Дж. Гэллапу. Формулы AIDА (attention, interest, desire, action), ACARA (attention, comprehension, acceptance, retention, action). Виды воздействия сообщений на аудиторию: подкрепление убеждений, малая конверсия, сущностная конверсия. Тенденции диверсификации и демассовизации аудитории.

Факторы, влияющие на восприятие аудиторией сообщения: первичность, уникальность, виральность сообщения; предупреждение сообщением свершенного события, апелляция к чувствам, коммуникативная обстановка. Тактики повышения доверия к сообщению: апелляция к повседневному опыту аудитории, привлечение концептуальных оппозиций, обращение к авторитетам и «лидерам мнений», воссоздание механизма обратной связи.

Массмедиа как манипулятор общественным мнением. Массмедиа как agenda setter («устанавливающий повестку дня»). Понятие «спираль молчания» (Э. Ноэль-Нойманн). Позиция «общественное мнение не существует»; понятия «социальное поле», «символическая власть» («власть наименований и классификаций»), «агенты поля», «цензура поля» (П. Бурдье).

**Тема 6. Социологический анализ в массовой коммуникации: исследование содержания сообщений массмедиа и мнения аудитории.**

Методы исследования содержания сообщений массмедиа: контент-анализ, дискурс-анализ. Процедура проведения контент-анализа. Выявление интенций коммуницирующего; техники «прочтения» новостей по Ю. Латыниной).

Методы исследования мнений аудитории: различные виды опросов. Этапы организации и проведения опросов. Особенности составления анкеты: структура, типы вопросов, типичные ошибки. Особенности проведения устного опроса. Особенности изучения мнения аудитории через интернет.

**ФОРМЫ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ**

В соответствии с учебным планом основными формами текущей аттестации слушателей являются лабораторные занятия. Подготовка к ним является результатом активной работы слушателей на лекциях и самостоятельной работы.

**Примерный сценарий лабораторных занятий**

**Лабораторное занятие 1.** **Коммуникация как феномен действительности и предмет изучения.**

Вопросы для обсуждения:

1. Дайте определение понятия «коммуникация». Охарактеризуйте многообразие уровней этого определения.
2. Какие подходы к пониманию процесса социальной коммуникации вы можете выделить? В чем специфика каждого из них?
3. Что означает знаковость коммуникации? Почему обмен знаками составляет ядро теории коммуникации?
4. Почему социальная коммуникация невозможна без обратной связи?
5. Чем отличаются друг от друга коммуникативные ситуации, имеющие целью: а) получение информации; б) непосредственное общение; в) достижение взаимопонимания?
6. Какие точки зрения на проблему соотношения терминов «коммуникация» и «общение» вы знаете? Какой точки зрения придерживаетесь вы? Почему?
7. Почему коммуникация представляет собой субъектно-субъектное взаимодействие?

Обсуждение может проводиться в форме выступления слушателей, организации дискуссии в малых группах или общей дискуссии, а также «мозгового штурма». Для подготовки к занятию слушателям отводится 6 часов самостоятельной работы, куда входит чтение дополнительной литературы, а также подготовка устного выступления.

Литература

1. *Войскунский*, *А. Е.* Я говорю, мы говорим... Очерки о человеческом общении. / А. Е. Войскунский. – М., 1990.
2. Диалог и коммуникация – философские проблемы // Вопр. философии. 1989. № 7.
3. *Кашкин, В. Б.* Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие. / В. Б. Кашкин. – Воронеж, 2001.
4. *Матьяш, О. И.* Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование: сб. науч. тр. Теория коммуникации & прикладная коммуникация // О. И. Матьяш; под общ. ред. И. Н. Розиной. Ростов н/Д., 2004. С. 103-122.
5. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. проф. М. А. Василика. М., 2005. С. 9-16.
6. *Парахонский, Б. А.* Язык культуры и генезис знания. / Б. А. Парахонский. – Киев, 1988. С. 69-145.
7. *Сидорская, И. В.* Введение в теорию информации и коммуникации: пособие для студентов фак. журналистики. / И. В. Сидорская. – Минск, 2000. С. 3-14.
8. *Чертов, Л. Ф.* Знаковость: опыт теоретического синтеза идей о знаковом способе информационной связи / Л. Ф. Чертов. – СПб., 1993. С. 210-218.
9. *Фурс, В. В.* История наук об информации и коммуникации: учеб. пособие. / В. В. Фурс. – Минск, 2001. С. 6-19.

**Занятие 2. Массовая коммуникация.**

Вопросы для обсуждения:

1. Определите ключевые проблемы теорий массовой коммуникации.
2. Дайте определение понятию «массовая коммуникация».
3. Охарактеризуйте структуру массовой коммуникации.
4. Какова роль коммуникаторов в создании массовой информации? Кто и какими средствами осуществляет контроль за процессом создания массовой информации в средствах массовой информации?
5. Охарактеризуйте специфику основных видов средств массовой информации как каналов коммуникации. Каковы особенности их коммуникативного времени и коммуникативного пространства?
6. Выделите основные типы реакций аудитории на потребление массовой информации. В чем специфика обратной связи в массовой коммуникации?
7. Какие коммуникативные барьеры, на ваш взгляд, наиболее ярко проявляют себя в массовой коммуникации? Как их можно преодолеть?

Обсуждение может проводиться в форме выступления слушателей, организации дискуссии в малых группах или общей дискуссии, а также анализа case-study. Для подготовки к занятию слушателям отводится 4 часа самостоятельной работы, куда входит чтение дополнительной литературы, а также подготовка устного выступления на основе анализа деятельности средства массовой информации, с которым сотрудничает слушатель.

Литература

1. Богомолова, Н. Н. Социальная психология печати,радио и телевидения / Н. Н. Богомолова. – М., 1991.
2. Морфология культуры. Структура и динамика. М., 1996. С. 241-265.
3. *Назаров, М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М.Назаров. – М., 2003.
4. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. проф. М. А. Василика. М., 2005. С. 116-123, 432-477.
5. *Сапунов, Б. М*. Философские проблемы массовой информации и телерадиокоммуникации / Б. М. Сапунов. – М., 1998.
6. *Сидорская, И. В.* Введение в теорию информации и коммуникации: пособие для студентов фак. журналистики / И. В. Сидорская. – Минск, 2000. С. 25-33.

**МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ И ИТОГОВОЙ**

**АТТЕСТАЦИИ СЛУШАТЕЛЕЙ**

**Примерный список вопросов к зачету**

**по разделу «История коммуникации»**

1. Эволюция смыслового наполнения понятий «информация» и «коммуникация».
2. Специфика коммуникационных систем, принятых у животных.
3. Дописьменные формы коммуникации.
4. Устная коммуникативная традиция в Древней Греции.
5. Письменная коммуникация в доосевых культурах. Изобретение и эволюция алфавита: межкультурные параллели.
6. Значение печатного станка для развития коммуникации в Новое время.
7. Развитие функциональной нагрузки европейской прессы. Эволюция наполнения газетных полос.
8. Становление прессы как «четвертой власти» в демократическом обществе.
9. Технические и социальные предпосылки изобретения телеграфа, телефона, радио, телевидения.
10. Основные этапы формирования системы массовой коммуникации.
11. Специфика художественного переосмысления информации в кино.
12. Основные элементы различных коммуникационных моделей.
13. Математическая теория связи К. Шеннона.
14. «Медиа» и «сообщение» в теории М. Маклюэна.
15. «Парадигма эффектов» Г. Ласуэлла.
16. Трансформация источника сообщения в концепции «Смерти автора» Р. Барта.
17. Концепция «плоского мира» Т. Фридмана.
18. Новейшие коммуникационные технологии и медиатизация общества.
19. Глобализация и диверсификация информационного пространства.
20. Традиционные СМИ и интернет: сходство и различие коммуникационных сообщений, соседство и конкуренция за человечество.

**Примерный список вопросов к экзамену**

**по разделу «Теория коммуникации»**

1. Многозначность понятия «коммуникация».
2. Понятие и сущность процесса социальной коммуникации.
3. Субъектно-субъектный характер социальной коммуникации. Взаимоотношение терминов «коммуникация» и «общение».
4. Условия и постулаты эффективной коммуникации.
5. Функции коммуникации.
6. Коммуникативные процессы у человека и животных: основные различия.
7. Типология коммуникации.
8. Полисемантичность понятия информации.
9. Знаковый характер информационного взаимодействия.
10. Ресурсный и коммуникативный подходы к проблеме информации.
11. Соотношение понятий «информация» и «знание». Когнитология как современная наука.
12. Метод моделирования в исследовании коммуникации. Основные структурные модели коммуникации.
13. Коммуникативная модель Лассуэлла и анализ ее основных элементов.
14. Коммуникационная модель Шеннона-Уивера.
15. Модель двухступенчатой коммуникации Лазарсфельда-Клаппера.
16. Основные элементы коммуникативного процесса.
17. Обратная связь в разных видах коммуникации.
18. Барьеры в коммуникации. Типологии барьеров и основные способы их преодоления.
19. Понятие коммуникации и междисциплинарный характер коммуникационного знания.
20. Объект и предмет теории коммуникации. Коммуникативистика и коммуникология.
21. Категории коммуникативного пространства и коммуникативного времени.
22. Понятие межличностной коммуникации. Аксиомы межличностной коммуникации.
23. Эффекты восприятия в межличностной коммуникации.
24. Особенности использования вербальных и невербальных средств в межличностной коммуникации.
25. Понятие группы и классификация групп.
26. Специфика группового принятия решений.
27. Понятие коммуникационной сети. Личностная и групповая коммуникационные сети. Коммуникативные роли индивидов в группе.
28. Основные типы коммуникационных связей в группе.
29. Теории массовой коммуникации.
30. Понятие массовой коммуникации.
31. Система функций массовой коммуникации.
32. Коммуникатор в массовой коммуникации. Характеристики эффективного коммуникатора.
33. Основные виды СМИ как каналы коммуникации.
34. Аудитория массовой коммуникации.
35. Обратная связь и коммуникативные барьеры в массовой коммуникации.

**Примерный список вопросов к экзамену**

**по разделу «История коммуникации»**

1. Предмет, задачи категориальный аппарат наук об информации и коммуникации.
2. Дописьменные формы коммуникации. Специфика коммуникации в доосевых культурах.
3. Изобретение и эволюция алфавита: межкультурные параллели.
4. Античная философия и вопросы коммуникации.
5. Основные этапы развития письменности. Значение печатного станка для коммуникации в Новое время.
6. История прессы: от рекламных листовок до социального института. Пресса как «четвертая власть»
7. История радио- и телевещания. Кинематограф как форма коммуникации и как средство пропаганды.
8. Новейшие коммуникационные технологии и медиатизация общества.

**Примерный список вопросов к экзамену**

**по разделу «Психология коммуникации»**

1. Объект, предмет и задачи психологии коммуникации.
2. Психология коммуникации и смежные науки.
3. Общение и социальные группы, виды общения.
4. Функции общения.
5. Коммуникативная сторона общения.
6. Интерактивная сторона общения.
7. Перцептивная сторона общения и ее механизмы.
8. Культура общения.
9. Особенности общения в массовой коммуникации.
10. Психологическая характеристика аудитории СМИ.
11. Психологические типы коммуникатора («роли» В.Ф. Олешко, «типосиндромы» Е.И. Пронина, типы харизматической личности Голдхабера, типы контакта Миллоу).
12. Парадигма «неограниченных эффектов» массовой коммуникации в психологических теориях.
13. Парадигма «ограниченных эффектов» массовой коммуникации в психологических теориях.
14. Профессиональное общение в журналистике.
15. Фазы речевого общения в работе журналиста.
16. Репортер в стрессовых ситуациях.
17. Психологический аспект информационной безопасности.
18. Характеристика творческих способностей журналиста.
19. Технологии создания журналистского произведения.
20. Патопсихология медиатворчества.
21. Интернет-общение – трансформация традиционных форм общения.
22. Интернет-зависимость как феномен психической зависимости.
23. Сетевой этикет.
24. Психология восприятия в рекламной коммуникации.
25. Технологии поиска креативной концепции и рекламной идеи.
26. Социально-психологическая общность (толпа) как результат общения.
27. Психологические особенности PR-коммуникации.
28. Модель скрытого управления людьми (по В. П. Шейнову).
29. Принципы делового общения.
30. Влияние личностных качеств на общение, типы темпераментов по К. Юнгу, И. Майерс-Бриггс, типы модальностей по Бендлеру, Гриндеру.
31. Психология деловых бесед и переговоров.
32. Предмет и задачи социопсихолингвистики.
33. Константные элементы коммуникативного текста.
34. Психологические типы коммуникативных текстов (по Б. А. Зильберту, Е. Е. Прониной).
35. Пралогическое мышление и мифологический текст.
36. Рационалистическое мышление и убеждающий текст.
37. Позитивистское мышление и прагматический текст.
38. Гуманистическое мышление и смысловыявляющий текст.
39. Драйв-мышление и гедонистический текст.
40. Net-мышление и сетевой текст.
41. Приемы суггестивного воздействия в текстах СМИ.
42. Приемы суггестивного воздействия в рекламных текстах.
43. Приемы суггестивного воздействия в текстах PR.
44. Психологическая ментальность белорусов на рубеже ХХ-XXI вв.

**Примерный список вопросов к экзамену**

**по разделу «Социология коммуникации»**

1. Ключевые исследовательские проблемы в поле социальной коммуникации.
2. Язык как знаковая система и как инструмент конструирования социальной реальности. Понятие «дискурс».
3. Эпохи истории человечества в контексте доминирующих средств массовой коммуникации (М. Маклюэн).
4. Понимание массовой коммуникации в рамках критической теории.
5. Этапы развития медиа-исследований по А. Черных.
6. Понятие «информациональное общество» (М. Кастельс): ключевые понятия.
7. Концепция «the medium is the message» (М. Маклюэн).
8. Концепция «общество спектакля» (Г. Дебор).
9. Понятия «симуляция коммуникации», «конец социального» (Ж. Бодрийяр).
10. Постмодернистское прочтение медиа по А. Черных.
11. Массмедиа как манипулятор общественным мнением: понятия agenda setter, «спираль молчания».
12. Понятия «социальное поле», «символическая власть», «агенты поля», «цензура поля» (П. Бурдье).
13. Факторы, влияющие на восприятие сообщения аудиторией.
14. Процедура проведения контент-анализа.
15. Этапы организации и проведения опросов, особенности составления анкеты (структура, типы вопросов, типичные ошибки).

**СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**РАЗДЕЛ 1 «Теория коммуникации»**

**Основная:**

1. *Василик, М. А.* Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации / М. А. Василик // Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. науч. трудов. – СПб., 2004. С. 4-11.
2. *Кашкин, В. Б.* Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие / В. Б. Кашкин. – Воронеж, 2001.
3. *Матьяш, О. И.* Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование: сб. науч. трудов Теория коммуникации & прикладная коммуникация // О. И. Матьяш; под общей ред. И. Н. Розиной. – Ростов н/Д., 2004. С. 103-122.
4. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. проф. М. А. Василика. – М., 2005.
5. *Сидорская, И. В.* Теория коммуникации: учебно-методический комплекс для студентов фак. журналистики, обучающихся по специальности «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» / И. В. Сидорская. – Минск, 2008.
6. *Сидорская, И. В.* Введение в теорию информации и коммуникации: пособие для студентов факультета журналистики / И. В. Сидорская. – Минск, 2000.
7. *Соловьев, А. И.* Основы информационно-коммуникационной деятельности: пособие для студентов Института журналистики БГУ / А. И. Соловьев. – Минск, 2009.

**Дополнительная:**

###### *Атватер, И.* Я вас слушаю... Советы руководителю, как правильно слушать собеседника / И. Атватер. – М., 1988.

###### *Афанасьев, В. Г.* Социальная информация / В. Г. Афанасьев. – М., 1994.

###### *Бландел, Р.* Эффективные бизнес-коммуникации. Принципы и практика в эпоху информации / Р. Бландел. – СПб., 2000.

###### *Богомолова, Н. Н.* Социальная психология печати, радио и телевидения / Н. Н. Богомолова. – М., 1991.

1. *Вацлавик, П.* Психология межличностной коммуникаций / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. – СПб., 2000.
2. *Ващекин, Н. П.* Информатизация общества как феномен культуры / Н. П. Ващекин // Информатика и культура. – Новосибирск, 1990.
3. *Винер, Н.* Кибернетика, или управление и связь в животном и машине / Н. Винер. – М., 1983.
4. *Войскунский, А. Е.* Я говорю, мы говорим... Очерки о человеческом общении / А. Е. Войскунский. – М., 1990.
5. Диалог и коммуникация – философские проблемы // Вопр. философии. 1989. № 7.
6. *Зверинцев, А. Б.* Коммуникационный менеджмент: рабочая книга менеджера PR / А. Б. Зверинцев. – СПб., 1997. Гл. 2, 3, 8.
7. *Землянова, Л. М.* Современная американская коммуникативистика: теоретические концепции, проблемы, прогнозы / Л. М. Землянова. – М., 1995.
8. *Землянова, Л. М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова. – М., 1999.
9. Искусство разговаривать и получать информацию: хрестоматия. – М., 1993.
10. Коммуникация: теория, методы исследования, технологии: учеб. пособие. – Минск, 2004.
11. *Конецкая, В. П.* Социология коммуникации. Учебник / В. П. Конецкая. – М., 1997.
12. *Коренной, А. А.* Информация и коммуникация / А. А. Коренной. – Киев, 1986.
13. *Кузнецов, Н. А.* Информационное взаимодействие как объект научного исследования / Н. А. Кузнецов, Н. Л Мусхелишвили, Ю. А. Шрейдер // Вопр. философии. 1999. № 1. С. 77-87.
14. *Лотман, Ю.М.* Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история / Ю. М. Лотман. – М., 1996.
15. *Луман, Н.* Невероятные коммуникации / Н. Луман // Проблемы теоретической социологии. Вып. 3. – СПб., 2000.
16. *Луман, Н.* Что такое коммуникация? / Н. Луман // Социолог. журнал. 1995. № 5.
17. Морфология культуры. Структура и динамика. – М., 1996. С. 241-265.
18. *Назаров, М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров. – М., 2003.
19. *Парахонский, Б. А.* Язык культуры и генезис знания / Б. А. Парахонский. – Киев, 1988.
20. *Перов, В. Ю.* Стратегии философского осмысления социального общения / В. Ю. Перов // Коммуникация и образование: сб. статей под ред. С. И. Дудника. – СПб., 2004. С. 9-32.
21. *Почепцов, Г. Г.* Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов – М.-К., 2001.
22. *Сапунов, Б. М.* Философские проблемы массовой информации и телерадиокоммуникации / Б. М. Сапунов. – М., 1998.
23. *Сидорская, И. В.* Барьеры и фильтры в коммуникационных процессах / И. В. Сидорская // Сродкі масавай інфармацыі Беларусі ў дэмакратычным працэсе: матэрыялы Міжнароднай навук. канферэнцыі. – Минск, 2001. С. 79-80.
24. *Сидорская, И. В.* Коммуникация в организациях: учебн. пособие для студентов специальности Е 23 01 07-02 «Информация и коммуникация» / И. В. Сидорская. – Минск, 2002.
25. *Сидорская, И. В.* Проблема моделирования базовых коммуникационных моделей / И. В. Сидорская // Коммуникация в XXI веке: материалы методологического семинара. – Минск, 2001. С. 30-33.
26. *Сидорская, И. В.* Проблема информационной дисфункции во внутриорганизационной коммуникации / И. В. Сидорская // Феномен коммуникации в социально-гуманитарном знании и образовании: материалы междунар. науч.-практ. конф. – Минск, 2002. С. 147-149.
27. *Сидорская, И.* Слухи в организации: понятие и способы управления / И. Сидорская // Отдел кадров. Минск, 2006. № 7. С. 134-136.
28. *Фурс, В. В.* История наук об информации и коммуникации: учеб. пособие / В. В. Фурс. – Минск, 2001.
29. *Хабермас, Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб., 2000.
30. *Чертов, Л. Ф.* Знаковость: опыт теоретического синтеза идей о знаковом способе информационной связи / Л. Ф. Чертов. – СПб., 1993. С. 210-225.
31. *Шарков, Ф. И.* Теория коммуникации (базовый курс): учебник / Ф. И. Шарков. – М., 2004. С. 48-59.

**РАЗДЕЛ 2 «История коммуникации»**

**Основная:**

1. *Барт, Р.* Смерть автора. / Р. Барт // Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М., 1989.
2. *Брэтон, Ф.* Выбух камунiкацыi */ Ф. Брэтон, С.* *Пру* – Мінск, 1995.
3. *Вашкевич, В. Р.* Новейшие коммуникационные технологии : Учеб.-метод. комплекс для студентов факультета журналистики / В. Р. Вашкевич, И. П. Шибут. – Минск, 2004.
4. *Лотман, Ю.М.* Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история / Ю. М. Лотман. – М., 1996.
5. *Сидорская, И. В.* Теория коммуникации: учебно-методический комплекс для студентов фак. журналистики, обучающихся по специальности «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» / И. В. Сидорская. – Минск, 2008.
6. *Сидорская, И. В.* Введение в теорию информации и коммуникации: пособие для студентов факультета журналистики / И. В. Сидорская. – Минск, 2000.
7. *Фурс, В. В.* История наук об информации и коммуникации : учеб. пособие / В. В. Фурс. Минск, 2001.

**Дополнительная:**

1. *Винер, Н.* Кибернетика и общество / Н. Винер – М., 1958.
2. *Леви-Строс, К.* Структурная антропология / К. Леви-Стросс – М., 1985.
3. *Маккуэйл, Д.* Введение в теорию массовой коммуникации / Д. Маккуэйл // Учеб. материалы по специальности «Информация и коммуникация» в Белгосуниверситете. Т.1. – Минск, 1997.
4. *Маклюэн, М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М., 2003
5. *Мак-Люэн, М.* Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / М. Мак-Люэн. – Киев, 2003.
6. *Павленко, Н. А.* История письма / Н. А. Павленко – Минск, 1987.
7. *Шеннон, К.* Математическая теория связи/ К. Шеннон // Работы по теории информации и кибернетике – М., 1963.
8. *Юнг, К. Г.* Архетип и символ / К. Г. Юнг – М., 1991.

**РАЗДЕЛ 3 «Психология коммуникации»**

**Основная:**

1. *Бакулев, Г. П.* Массовая коммуникация: Западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. – М., 2005.
2. *Богомолова, Н. Н.* Социальная психология печати, радио и телевидения / Н. Н. Богомолова. – М. 1992.
3. *Корконосенко, С. Г.* Основы творческой деятельности журналиста /С. Г. Корконосенко,С. М. Виноградова, Г. В. Лазутина. – М., 2000.
4. *Кузин, В. И.* Психологическая культура журналиста : Учеб. пособие / В. И. Кузин. – М., 2001.
5. *Кузнецов, М. А.* Практическая психология PR и журналистики. Как позволить другим делать по-вашему : Учеб.-практ. пособие / М. А. Кузнецов, И. В. Цыркунов – М., 2002.
6. *Мельник, Г. С.* Mass Media: психологические процессы и эффекты / Г. С. Мельник. – М., 1996.
7. *Мельник, Г. С.* Общение в журналистике: секреты мастерства / Г. С. Мельник. – СПб., 2006.
8. *Олешко, В. Ф.* Психология журналистики : Учеб. пособие / В. Ф. Олешко. – СПб., 2006.
9. *Пронина, Е. Е.* Психологические особенности творческой работы репортера / Е. Е. Пронина. – М., 2002.
10. *Пронина, Е. Е.* Психология журналистского творчества / Е. Е. Пронина. – М., 2002.
11. *Резенов, И. Ш.* Психология рекламы и PR : Учеб. пособие / И. Ш. Резенов. – М., 2005.
12. *Харрис, Р.* Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – М., 2001.

**Дополнительная:**

1. *Гатальская, Г. В.* Психологические особенности национального характера белорусов / Г. В. Гатальская, Н. М. Ткач // Психология. 2010. № 1. С. 30-35.
2. *Дзялошинский, И. М.* Российский журналист в посттоталитарную эпоху: Некоторые особенности личности и профессиональной деятельности / И. М. Дзялошинский. – М., 1996.
3. *Назаретян, А. П.* Психология стихийного массового поведения: Толпа, слухи, политические и рекламные кампании : Учеб. пособ. для студ. вузов. 2-е изд., перераб. / А. П. Назаретян. – М., 2005.
4. *Олешко, В. Ф.* Журналистика как творчество, или Что делать, чтобы читатели, телезрители, радиослушатели тебя понимали и вступали в диалог / В. Ф. Олешко. – М., 2005.
5. *Панфилова, А. П.* Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : Учеб. пособие. 3-е изд. / А. П. Панфилова. – СПб., 2005.
6. Социальная конфликтология: Учеб. пособ. для студ. вузов / Под ред. А. В. Морозова. – М., 2002.
7. *Стефаненко, Т. Г.* Этнопсихология : Учеб. для вузов. 3-е изд., испр. и доп. / Т. Г. Стефаненко. – М., 2004.
8. *Шейнов, В. П.* Пиар «белый» и «черный». Технологии скрытого управления людьми / В. П. Шейнов. – М., Минск, 2003. С. 8-284.
9. *Шейнов, В. П.* Психологическое влияние / В. П. Шейнов. – Минск, 2007. С. 153-260.

**РАЗДЕЛ 3 «Социология коммуникации»**

**Основная:**

1. *Иванов, В. Н.* Массовая коммуникация в условиях глобализации / В. Н. Иванов, М. М. Назаров // СОЦИС. 2003. № 10. С. 20-29. <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2003-10/ivanov_nazarov.pdf>
2. *Кирьянов, В. И.* Социология коммуникации: учеб.-метод. пособие / В. И. Кирьянов, О. В. Сергеева. – Волгоград, 2004.
3. *Конецкая, В. П.* Социология коммуникации : Учебник / В. П. Конецкая. – М., 1997.
4. *Латынина, Ю*. Как дешифровать новости государственного ТВ / Ю. Латынина // Новая газета. № 230. 10 октября 2006 г. С. 3. <http://www.novayagazeta.ru/data/2006/77/24.html>
5. *Назаров, М. М.* Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М., 2003.
6. *Соколов, А. В.* Общая теория социальной коммуникации : Учеб. пособие. / А. В. Соколов. – СПб., 2002 г.
7. *Федотова, Л. Н.* Социология массовой коммуникации : Учебник для вузов / Л. Н. Федотова. – СПб., 2003.
8. *Черных, А.* Мир современных медиа / А. Черных. – М., 2007. <http://www.prognosis.ru/lib/SMI.pdf>
9. *Ядов, В. А.* Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности : Учеб. пособие / В. А. Ядов. – М., 2009.

**Дополнительная:**

1. *Аберкромби, Н.* Социологический словарь: пер с англ / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. С. Тернер // под ред С. А. Ерофеева. – Казань, 1997.
2. *Арутюнова, Н. Д.* Язык и мир человека / Арутюнова Н. Д. – М.,1999.
3. *Белл, Д.* Грядущее постиндустриальное общество: Опыт соц. прогнозирования. / Д. Белл // пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. – М., 1999.
4. *Беньямин, В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе / В. Беньямин. – М., 1996. <http://www.philol.msu.ru/~forlit/Pages/Biblioteka_Benjamin.htm>
5. *Березин, В. М.* Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. – М., 2003.
6. Бодрийар, Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального: пер с фр. / Ж. Бодрийар. – Екатеринбург, 2000. <http://socioline.ru/pages/zhan-bodrijar-v-teni-molchalivogo-bolshinstva>
7. *Бурдье, П*. Общественное мнение не существует / П. Бурдье // Социология политики. М., 1993. <http://bourdieu.name/content/obshhestvennoe-mnenie-ne-sushhestvuet>
8. *Бурдье, П*. О телевидении и журналистике / П. Бурдье. <http://bourdieu.name/content/o-televidenii-i-zhurnalistike>
9. *Дебор, Г.* Общество спектакля / Г. Дебор. – М., 1999. <http://avtonom.org/old/lib/theory/debord/society_of_spectacle.html?q=lib/theory/debord/society_of_spectacle.html>
10. *Дейк, ван Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк – М., 1989.
11. *Йоргенсен, М. В.* Дискурс-анализ: теория и метод. Пер. с англ. / М. В. Йоргансен, Л. Дж. Филлипс. – Харьков, 2008.
12. *Карасик, В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М., 2004.
13. *Кастельс, М*. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс // Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М., 2000. – http://www.i-u.ru/biblio/archive/kastels\_inform/
14. *Макаров, М. Л.* Основы теории дискурса/ М. Л. Макаров. – М., 2003. – <http://bibliothek.kafnemphil.ru/e-bibliothek-1/nauka/philology-klassik/makarov-discurs.doc>
15. *Маклюэн, М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М., 2003. – <http://lib.rus.ec/b/154221/read>.
16. *Мак-Люэн, М.* Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / М. Мак-Люэн. – Киев, 2003. – <http://lib.rus.ec/b/153868/read>
17. *Писаренко, И. Я*. Методы социологических исследований: опросы / И. Я. Писаренко. – Минск, 1993.
18. *Серл, Дж. Р.* Конструирование социальной реальности : рефер. пер. с англ. А. Романовой. – <http://www.iu.ru/biblio/archive/serl_social_reality_creation/>
19. *Тузиков, А. Р.* Масс-медиа: идеология видимая и невидимая /А. Р. Тузиков // Полис. 2002. № 5. – <http://www.politnauka.org/library/prikl/tuzikov.php>
20. *Федотова, Л. Н.* Анализ содержания: социологический метод изучения средств массовой коммуникации/ Л. Н. Федотова. – М., 2001.
21. Энциклопедия социологии / Сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. – Минск, 2003. – <http://slovari.yandex.ru/dict/sociology>
22. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : Учеб. пособие / под ред. М. Н. Володиной. – М., 2003. – <http://evartist.narod.ru/text12/01.htm>