



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ “НЕОФИТ РИЛСКИ”
БЛАГОЕВГРАД

ПРАВНО-ИСТОРИЧЕСКИ ФАКУЛТЕТ

2700 Благоевград, тел/факс: +395/73/886617, e-mail: admin@law.swu.bg

Дисциплина

Теории на масовата комуникация II

Конспект

1. Психолингвистика и комуникация. Методът „Семантичен диференциал” на Ч. Осгуд. Модели на Ч. Осгуд и П. Таненбаум. Модел за груповото влияние в комуникацията
2. Атрибутивната теория за комуникацията на Хайдер. Комуникационен модел на Т. Ньюком. Закони на К.де Сото и Дж. Куит
3. Конгруентна теория за комуникацията. Теория за когнитивния дисонанс на Фестингер
4. Теория за двустепенния поток на комуникацията – Габриел Тард. Модел за двусепенния поток на комуникация на Г. Тард и Илейхио(Елайя) Катц
5. Дифузна теория на иновациите на Еверет Роджърс. Модел за социална комуникация на Е. Роджърс и Рекха Агарвала Роджърс
6. Теория за равнищата на социалната комуникация. Моделът на ХУБ за комуникацията
7. Теория за спящите ефекти и груповото повлияване в комуникацията на Карл Ховленд
8. Авангардна теория за комуникационното въздействие – Маршал МакЛуъни Х. Инис. Сравнителна характеристика
9. Социално-когнитивната теория за комуникацията на Алберт Бандура. Теорията за социалното учене. Модел на Дж. Блек и Дж. Браянт за комуникацията
10. Адженда-сетинг теорията на Максвел МакКоумбс и Доналд Шоу. Рамкиране на публичността. Модел за социална комуникация на Стен Ле Рой Уилсън
11. Теорията за спиралата на мълчанието в комуникацията на Елизабет Ньолен-Нойман
12. Асоциативна теория за обществената комуникация. Прайминг и фрейминг ефектите - Ървинг Гофман
13. Теза за масовата комуникация на Денис МакКуюейл. Модел за вниманието
14. Хипотеза за култивацията чрез комуникация на Дж. Гербнер. Мейнстриймнинг ефектите. Комуникационен модел на Дж. Гербнер и на Уестли и МакКлийн
15. Теория за циркуляция на елитите - Вилфредо Парето, Чарлз Райт Милс. Властовите елити и обществената комуникация
16. Теория на Джоузеф Клапър за медийната подкрепа на статуквото
17. Комуникацията като духовен обмен - моделът за социална комуникация на Джей Блек и Дженингс Браянт; синейдетиката на Елит Николов
18. Генеративни модели за обществената комуникация (функционален, оперативен, рационален, ценностен)
19. Теория за медийната зависимост и натрапничество на Мелвин де Флор и Сандра Бол-Рокич. Личностни фактори в комуникацията

20. Семиотичната парадигма в комуникацията – Фердинанд дьо Сосюр, комуникационните модели на Дебора Шифрин и Умберто Еко
 21. Синергетичен модел за обществена комуникация на Радостина Кр. Михайлова

Задължителна литература:

1. БРАТАНОВ, ПЛАМЕН. (2003), Модели на социалната комуникация, София, УНСС, страници 48-67; 81-92; 111-118; 125-132; 140-153; 204-211.
2. БРАТАНОВ, ПЛАМЕН. (2004), Функционалност на социалната комуникация, София, УНСС.
3. БЪРГЪР, ПИТЪР, ТОМАС ЛУКМАН. (1996), Социално конструиране на реалността, София, изд. Критика и хуманизъм.
4. ГЕРГАНОВ, ЕНЧО. (1987), Памет и мисъл, София, Наука и изкуство.
5. ДЕ ФЛЪОР, МЕЛВИН. (1992), Елементарна характеристика на комуникативния акт // сб. Комуникацията, съст. Р. Бобчев, ФЖМК – СУ, София, с. 66-85.
6. ДУЛОВ, ВЛАДИМИР. (2011), Кулура и информационни технологии, Бл-ад, УИ „Неофит Рилски”.
7. КУНЧИК, МИХАЕЛ, АСТРИД ЦИПФЕЛ. (1997), Въведение в науката за публицистика и комуникации, София, Фондация”Фр. Еберт”, с.9-36.
8. ЛАСУЕЛ, ХАРОЛД. (1992), Структура и функция на комуникацията в обществото // сб. Комуникацията, съст. Р. Бобчев, ФЖМК – СУ, София, с. 9-22.
9. ЛУМАН, НИКЛЪС. (2005), Реалност и масмедиа, Москва, Практис.
10. МАКЛУЪН, МАРШАЛ, ЕРИК МАКЛУЪН. Закони на медиите, София.
11. МАККУЕЙЛ, ДЕНИС. (1992), Масова комуникация // сб. Комуникацията, съст. Р. Бобчев, ФЖМК – СУ, София, с. 118-141.
12. МАЛЕЦКЕ, ГЕРХАРД. (1972), Психология на масовата комуникация, Мюнхен.
13. МИОТО, АНТОНИО. Контрапропаганда // сб. Психотехника на убеждаващото въздействие, съст. Константин Ангов, София, Хъски, 1992, с.109-114.
14. МИХАЙЛОВ, ВЛАДИМИР. (2006), Още ли средството е съобщението?, Годишник на НБУ
15. МИХАЙЛОВА, Р. (2006). Медии и личност. Ефектите на информирането като вторично обозначаване // Сб. доклади от III Национална конференция с международно участие Личност, социална среда, активност, съст. проф. Петър Николов, УИ “Н. Рилски”, Бл-ад, 453 с., с. 23-28.
16. МЪРТЪН, РОБЪРТ К. Изследвания на радио-и филмовата пропаганда // сб. Психотехника на убеждаващото въздействие, съст. Константин Ангов, София, Хъски, 1992, с. 134-158.
17. НИКОЛОВ, ЕЛИТ. (1999), Синейдетика. Обща теория на комуникацията, Варна, изд. ВСУ „Черноризец Храбър”.
18. НИКОЛОВ, ЕЛИТ. (1995), Третото действащо лице на комуникацията// сп. Проблеми на културата, бр. 70, София.
19. НИКОЛОВ, ЕЛИТ. (1988), Философия на комуникацията, София, Наука и изкуство.
20. НОЕЛ-НОЙМАН ЕЛИЗАБЕТ. (1994), Спиралата на мълчанието. Общественото мнение – нашата социална черупка, С.
21. ПАЛАШЕВ, НИКОЛАЙ. (2014), Основи на обществената комуникация, София, УниБИТ, изд. О писменехъ.
22. ПЕЙЧЕВА, ДОБРИНКА. (2011), Медиализираната реалност, Бл-ад, УИ

„Н.Рилски”

23. ПЕЙЧЕВА, ДОБРИНКА. (2001), Телевизионното въздействие и културните норми, София, Квазар
24. ПЕЙЧЕВА, ДОБРИНКА. (2012), Ценностни индикатори на младото поколение, Т.Шопова, съст. Бл-ад, УИ „Н. Рилски”.
25. ПЕТЕВ, ТОДОР. (2009), Комуникационната спирала. Трансформация и конфликти, София, Аскони-издат, с. 17-27.
26. ПОПОВА, МАРИЯ. Модели на комуникацията. Линеен модел на Клод Шенън; Модел на Ласуел // Семиотика и комуникация, София, НБУ, с. 24-26.
27. ПОПОВА, МАРИЯ. Процесът на речевото общуване // Семиотика и комуникация, София, НБУ, с. 37-47.
28. ПРОДАНОВ, ВАСИЛ. (2005), Насилието в модерната епоха, София, УИ „Св.Климент Охридски”.
29. РАЙНОВ, ВАСИЛ. (1993), Символното поведение на човека, София, БАН, с. 10-39.
30. СМИТ, БРУС. Пропагандата // сб. Психотехника на убеждаващото въздействие, съст. Константин Ангов, София, Хъски, 1992, с. 90-109.
31. ТАРД, ГАБРИЕЛ. (1999), Мнение и толпа. Психология толпы, Москва, Институт психологии РАН, изд. КСП.
32. УАЙТ, РОЛФ К. Морално допустими и морално недопустими пропагандни техники // сб. Психотехника на убеждаващото въздействие, съст. Константин Ангов, София, Хъски, 1992, с. 59-73.
33. УЗНАДЗЕ, ДМИТРИЙ. (1985), Установка. Поведение. Дейност, София, изд. Наука и изкуство.
34. ФРЕДЕ, ЕРНСТ-АУГУСТ. Политическа пропаганда // сб. Психотехника на убеждаващото въздействие, съст. Константин Ангов, София, Хъски, 1992, с.114-125.
35. ФЕСТИНГЕР, Л. (1999), Теория когнитивного дисонанса, М., СПб: Ювента.
36. ФОТЕВ, ГЕОРГИ. (2006), Социална реалност и въображение, София, изд. Наука и изкуство.
37. ФОТЕВ, ГЕОРГИ. История на социологията, Т.1, Т.2
38. ХАБЕРМАС, ЮРГЕН. (1995), Структурни изменения на публичността, София, УИ „Св. Климент Охридски”.
39. ШАК, АЛФРЕД ФОН. Идеологическата борба // сб. Психотехника на убеждаващото въздействие, съст. Константин Ангов, София, Хъски, 1992, с. 158-170.
40. ШРАМ, УИЛБЪР. Характер на комуникацията между хората // сб. Комуникацията, съст. Р. Бобчев, ФЖМК – СУ, София, 1992, с. 22-66.
41. INNIS,Н. (1950) Empire and Communication. Oxford: Clarendon Press.// <https://www.gutenberg.ca/ebooks/innis-empire/innis-empire-00-h.html>
42. INNIS,Н (1951), The Bias of Communication Toronto: University of Toronto Press//<https://ir.lib.uwo.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1152&context=fimspub>

Допълнителна литература:

1. 1 КАСТЕЛС, МАНУЕЛ. (2004). Възходът на мрежовото общество, София.
2. МИХАЙЛОВА, Р. (2007). Семиотика на общуването. Идентификация и идентичност в глобалното интернет пространство // Годишник на СУБ – Благоевград “Наука – образование – изкуство” (I Balkan Scientific Conference “The Science, the Edu-

cation and the Art in 21`st Century”, 22-24 June, 2007), Т. 1, Ч 1, УИ “Н. Рилски”, Бл-ад, с. 251-269.

3. ADLER, ROLAND, GEORGE RODMAN, (2002), Understanding Human Communication, Eight Edition, New York: London, Oxford University Press.

4. ARONSON, E., THIMOTY D. & ROBIN M. AKERT, (2010), Social Psychology. Upper Saddle River, N.J: Pearson Education, Print.

5. BARAN, STENLEY, DANNIS DAVIS,(2005), Mass Communication Theory. Foundations, Ferment and Future. Canada: Wadsworth.

6. BRYAN, J & THOMPSON, S. (2002), Fundamentals of Media Effects. McGraw-Hill Companies,Inc.

7. LUNDBY, K. (Ed.), (2009), Medialization: Concept, Changes, Consequences. New York: Peter Lang, 2009.

8. MCCOMBS, MAXELL, (2004), Setting the agenda: The mass media and Public Opinion. Cambridge, Polity Press.

9. MCQUAIL, DENNIS, (2005), McQuail’s Mass Communication Theory, 5th ed., London: SAGE Publications.

10. MILLER, K. (2005), Communication Theories: Perspectives, processes and contexts, 2th ed., New Yurk, NY: McGraw-Hill.

11. MINER, J. B., (2005), Organizational Behavior: Behavior 1: Essential Theories of Motivation and Leadership. Armonk: M. E. Sharpe.

12. SEVERIN, WERNER and JAMES TANKARD, (2001), Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media, 5th ed. New York: Longman.

13. WATSON, A.J. (2006), Marginal Man: The Dark Vision of Harold Innis, Toronto: University of Toronto Press. ISBN 978-0-8020-3916-3.

14. https://books.google.bg/books?hl=bg&lr=&id=zFc5n4CbsbWC&oi=fnd&pg=PP1&dq=marshall+mcluhan&ots=cABEsntGNO&sig=wei-RLPBy-trT74JIs3johML5Ms&redir_esc=y#v=onepage&q=marshall%20mcluhan&f=false

15. https://books.google.bg/books?hl=bg&lr=&id=zNqMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA100&dq=marshall+mcluhan&ots=SirvNPzgoR&sig=J6c-Vey3GEVeT5XjRtV23Ufk_Pg&redir_esc=y#v=onepage&q=marshall%20mcluhan&f=false

16. БЕРНАЙС, ЕДУАРД (2020), Формиране на общественото мнение, Изд. Изток-Запад, София

17. ХРИСТОВ, ЧАВДАР (2020), Управление на масовите възприятия, ФЖМК, УИ „Св. Кл.Охридски“, София.

18. СТОЯНОВ, РОСЕН. (2016), Комуникационна демокрация, НБУ, София, 220 с.

19. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=420689>

20. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1204318>

21. https://books.google.bg/books?hl=bg&lr=&id=WwBDDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D1%80&ots=qjCX_WZCVS&sig=2BPRkt7NFBY-KvxLiESDxU8j_0o&redir_esc=y#v=onepage&q=%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%B5%D1%80&f=false

22. ДАНКОВА, ДЕСИСЛАВА, (2017), Комуникацията и нейната еволюция // Годишник на НБУ, София, с.144-159.

23. ДАНКОВА, ДЕСИСЛАВА, (2018), Медийна и информационна грамотност – теми с продължение // Годишник на НБУ, София, с. 127-141.

24. ЧОМСКИ, НОАМ, (2018), Глобални недоволства, Бард, София, 256 с.

25. БЕРНАЙС, ЕДУАРД, (2019), Пропаганда, Изток-Запад, София.

26. МИХАЙЛОВ, НИКОЛАЙ, (2017). Омуникацията-социален и морален контекст. София, Мейкър Артс.

27. ПОПОВА, МАРИЯ. (2019), Медийният човек, Авангард прима, с.154-163.
28. <https://www.novavizia.com/model-za-interaktivna-komunikatsiya-na-shram/May-2017-last.pdf>
29. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=609578>
30. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1115174>

Изготвил: гл. ас. д-р Радостина Михайлова