

КОНСПЕКТ

до дисциплина: „Социология на комуникациите“

за ОКС „Бакалавър“, специалност „Социология“, УНСС

преподавател: доц. д-р Катя Михайлова

1. Социология на комуникациите: методологическа постановка.
2. Социология на комуникациите и социология на медиите – дефинитивни полета.
3. История на социологията на комуникациите. Школи, теории и парадигми в развитието на социология на комуникациите.
4. Български приноси в полето на социология на комуникациите.
5. Комуникацията като основна сфера в социологическата структура на обществото.
6. Обществената потребност от комуникация в развитието на съвременното общество.
7. Комуникационното и медийно-журналистическо поле: генетичен структурализъм.
8. Автономност на медийното поле.
9. Систематизация на подходите за въздействието на медиите и обществената комуникация.
10. Комуникационен мениджмънт.
11. Социологическа ефективност и оценка на обществената комуникация.
12. Политическа комуникация: форми и управление.
13. Корпоративна, бизнес комуникация: форми и управление.
14. Медиите като елемент от процеса на обществена комуникация в структурата на обществото.
15. Комуникаторът в процеса на обществената комуникация. Комуникативни стилове и подходи.
16. Съобщението в процеса на обществена комуникация. Композиционен и логически строеж. Въздействие.
17. Трансформации на аудиторията в дигиталното комуникационно пространство
18. Овластяване на аудиторията.
19. Дигиталното неравенство като социално неравенство в информационното общество.
20. Достъп и медийна грамотност.

21. Социологически подход към обществената регулация на медиите и комуникацията в мрежово общество.
22. Свобода и социална отговорност на медиите. Световни индекси за свобода на медиите.
23. Позитивна и негативна свобода.
24. Емпирични изследвания на масовата комуникация.
25. Публично говорене и публично поведение.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

А. Основна

1. Михайлова, Катя. *Меди@ Общество. Социология на медиите и масовата комуникация*. С., Издателски комплекс УНСС, 2016.
2. Пейчева, Добринка. *Масмедийното въздействие*. Благоевград, УИ „Неофит Рилски”, 2013.
3. Петев, Тодор. *Комуникационната спирала*. София. 2010.
4. Чакалов, Борис. В. Бондиков. *Методи за изследване на масовата комуникация*. С., Унив. Изд. „Св. Климент Охридски”, 2016.
5. McQail, Denis. *Mass Communication Theory*. London, Sage, 2010.

Б. Допълнителна

1. Бурдъе, Пьер. *О телевидении и журналистике*. Москва, Фонд научных исследований "Прагматика культуры", Институт экспериментальной социологии, 2002.
2. Буркарт, Роланд. *Наука за комуникацията*. В. Търново, Изд. ПИК, 2000. Стр. 496.
3. Деянова, Лиляна. *Социологията като шанс*. С. „Изток-Запад”, 2004.
4. Мирчев, Михаил. *Текстове 2. Покана за социология*. – София: М-8-М, 2011.
5. Знеполски, Ивайло (съст.). *Демокрацията болна от своите медии*. С., Дом на науките за човека и обществото, 2012. Стр. 319.
6. Кастелс, Мануел. *Възходът на мрежовото общество*. С.: ИК „ЛиК”, 2004.
7. Кастелс, Мануел. *Силата на идентичността*. С.: ИК „ЛиК”, 2006.
8. Фомичева, Ирина Димитриева. *Социология СМИ*. Москва, Аспект прес, 2012. С. 360.
9. Boyd-Barrett, O., Chris Newbold (eds.) *Approaches to Media*. London, 2008.
10. Katz, Elihu, Paul Lazarsfeld. *Personal Influence: The Part Played by People on the Flow of Mass Communications*. (2nd Edition), USA, Transaction Publishers, 2009, (Originally published in 1955 by the Free Press).