

Содержание

Введение.....	11
Глава первая	
Коммуникация в структуре человеческой цивилизации..	14
Коммуникация как процесс.....	14
Изменение роли коммуникации в информационном обществе	24
Общие характеристики коммуникации.....	31
Модель коммуникации с точки зрения публич- рилейшнз, рекламы и пропаганды	38
Социологические и психологические модели коммуникации	44
Двухступенчатая модель коммуникации	45
Спираль молчания	46
Диффузная теория	47
Модель привратника	49
Структура новости	50
Метафора.....	53
Семиотические модели коммуникации	54
Модель Якобсона	54
Модель Лотмана	57
Модель Эко	63
Семиотические модели рекламы	66
Модели психотерапевтической коммуникации	73
Нейролингвистическое программирование.....	74
Психоанализ (модели Фрейда, Юнга, Лакана)	81
Групповая психотерапия (психодрама, группы встреч)	91

Модели мифологической коммуникации	95
Модель Леви-Строса.....	100
Модель Барта	102
Модель Юнга	105
Модель Малиновского.....	107
Модели аргументирующей коммуникации	112
Модели имиджевой коммуникации	116
Модели пропагандистской коммуникации	127
Управление коммуникативными процессами	146
Литературные иллюстрации	
коммуникативных закономерностей.....	154
Повторяемость.....	154
Точка зрения	155
Зависимость объекта от его имени	156
Разрешенность/запрещенность тем	157
Коммуникативность молчания	158
Выводы.....	159

Глава вторая

Прикладные модели коммуникации	160
Коммуникация в решении специальных задач	160
Модели коммуникации в других областях	
гуманитарного знания	171
Модель А. Грамши.....	172
Модель В. Шкловского	173
Модель Н. Евреинова	175
Модель Г. Шлета.....	180
Модель В. Проппа	187
Модель М. Бахтина.....	189
Модель Ч. Морриса	191
Модель Ц. Тодорова	192
Модель П. Бурдые	193
Модель П. Грайса	196
Модель П. Ершова	197
Модель А. Пятигорского	199

Модель М. Фуко.....	204
Модель Й. Хейзинга	208
Модель К. Леви-Строса	211
Модель Ж. Бодрийяра	214
Модель Ж. Деррида	218
Модель Ж. Делеза	221
Модель М. Мосса.....	224
Прикладные модели коммуникации	228
Модель Клода Шеннона	229
Модель Норберта Винера	230
Модель Теодора Ньюкомба	231
Модель Оле Хольсти	233
Модель Вашингтона Плэтта.....	234
Модель Уильяма Юри.....	235
Модели массовой коммуникации	237
Модели коммуникации в массовой культуре	252
Психологические войны	273
Пропагандистские кампании.....	284
Выводы	292

Глава третья

Виды коммуникации.....	293
Коммуникативное пространство	293
Визуальная коммуникация	301
Вербальная коммуникация	319
Перформансная коммуникация.....	330
Мифологическая коммуникация	339
Художественная коммуникация	351
Взаимодействие мифологических, политических, литературных, культурных сообщений в рамках коммуникативного пространства.....	355
Масс-медиа	356
Кино.....	359
Телевидение.....	363
Литература.....	366

Советский миф.....	370
Постсоветский миф	374
Выводы	376

Глава четвертая

Методы анализа массовой коммуникации	375
Контент-анализ	377
Пропагандистский анализ	384
Анализ слухов	393
Выводы	402

Глава пятая.....

Методы анализа текстов политических лидеров.....	403
Модели лидеров по Винтеру	403
Характеристики лидера	404
Соответствие лидера и ситуации	405
Соответствия лидера и его сторонников	406
Психологический анализ.....	407
Мотивационный анализ.....	419
Когнитивное картирование и оперативное кодирование	427
Нарративный анализ.....	434
Двухфакторный вариант контент-анализа	438
Ролевой анализ	442
Выводы.....	446

Глава шестая

Коммуникации в сфере публич рилейшнз.....	447
Публич рилейшнз как коммуникативная дисциплина.....	447
Коммуникативная кампания в области публич рилейшнз.....	460
Взаимоотношения со средствами массовой коммуникации	470

Написание речей	477
Выводы	484

Глава седьмая

Кризисные коммуникации	485
Кризисные коммуникации в публичной сфере	485
Особенности кризисных коммуникаций	503
Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисной ситуации	512
Семиотические механизмы воздействия	515
Коммуникативные механизмы воздействия	519
Когнитивные механизмы воздействия	521
Кризисные коммуникации в чернобыльской ситуации	523
Выводы	532

Глава восьмая

Анализ коммуникации в других областях	533
Коммуникативный базис современных избирательных кампаний	542
Мотивационный анализ в рекламе	547
Коммуникация в теории принятия решений	547
Коммуникация как составляющая национальной безопасности	556
Коммуникация в разведывательной деятельности ..	559
Выводы	565

Глава девятая

Международные коммуникации	567
Международные коммуникации как объект исследования	567
Международные коммуникативные потоки	571
Теория переговоров	575
Опыт ФБР в переговорах с террористами	584

Принудительная дипломатия	595
Межкультурная коммуникация	600
Выводы	605
Литература.....	606
Приложение 1. Учебная программа курса	641
Приложение 2. Тематика курсовых работ	646
Заключение	648
Об авторе	650