

В статье рассматривается понятие коммуникативная личность с позиции психолингвистики и теории коммуникации. Основные параметры коммуникативной личности определяются с учетом ее индивидуальных свойств и характеристик, степени ее коммуникативных потребностей, ее познавательного опыта и коммуникативной компетентности при восприятии и переработке новой информации; дифференциальных языковых характеристик и особенностей коммуникативного поведения этой личности в социуме. Используя результаты проведенных специализированных опросов студентов гуманитарных направлений вузов, автор выводит коммуникативно-деятельностные характеристики личности студента-гуманитария; предлагает рабочее толкование понятия медиаграмотности как комплексного свойства коммуникативной личности и необходимого условия для эффективного поведения в условиях современной информосферы.

К л ю ч е в ы е с л о в а : коммуникативная личность; коммуникативные способности; восприятие информации; коммуникативное поведение в социуме; медиаграмотность.

This article explains the concept of communicative personality from the perspective of psycholinguistics and communication theory. The main parameters of the communicative personality are determined on the basis of its individual properties and characteristics, its degree of communicative needs, her cognitive skills and communicative competence in the perception and processing of new information; differential characteristics and peculiarities of linguistic communicative behaviour of the individual in society. Using the results of specialized surveys of university students of humanities, the author displays communicative characteristics of individual student majoring in humanities; offers a working definition of media literacy as an integral feature of communicative person and a feature required for the effective conduct in the conditions of modern infor-sphere.

К e y w o r d s : communicative personality; communication skills; learning; communicative behavior in society; media literacy.

Л. Г. Антонова

Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова

E-mail: antonova_lubov@mail.ru

Психолингвистические основы изучения коммуникативной личности студента-гуманитария

Научная статья

L. G. Antonova

P. G. Demidov Yaroslavl State University

E-mail: antonova_lubov@mail.ru

Psychological Foundations of Studying Communicative Personality of Humanities Student

Scientific article

Коммуникативная личность понимается в психолингвистике как одно из проявлений личности, обусловленное совокупностью ее *индивидуальных свойств и характеристик*, а они, в свою очередь, определяются степенью *ее коммуникативных потребностей, когнитивным диапазоном*, сформировавшимся в процессе познавательного опыта, и собственно *коммуникативной компетенцией* (умением выбора коммуникативного кода, обеспечивающего адекватное восприятие и целенаправленную передачу информации в конкретной ситуации) [1].

Оформляя свои представления о коммуникативной личности обучающегося, мы, безусловно,

прежде всего обращаем внимание на то, каков ее «*коммуникативный паспорт*» – своеобразная «*визитная карточка*» этой личности [2, с. 127]. А в дальнейшем мы можем конкретизировать отдельные черты этого коммуникативного паспорта через описание индивидуальных «*коммуникативных стратегий и тактик, когнитивных, семиотических, мотивационных предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации как коммуникативная компетенция индивида*» [2, с. 127].

В. И. Карасик дополняет «*палитру*» характеристики коммуникативной личности, обращая внимание исследователя на такие действенные

и функциональные «краски» в поведении личности, как «культурно-языковые и коммуникативно-деятельностные характеристики, ценности, знания, установки и поведенческие реакции» [3, с. 26].

М. С. Саломатина предлагает следующее определение коммуникативной личности: «*Коммуникативная личность* определяется как коммуникативная индивидуальность человека (индивидуальная коммуникативная личность) или усредненная коммуникативная индивидуальность некоторого социума (коллективная коммуникативная личность), представляющая собой совокупность интегральных и дифференциальных языковых характеристик и особенностей коммуникативного поведения личности или социума, воспринимаемых членами соответствующей лингвокультурной общности как характерные для данного типа личности» [4, с. 6].

В нашей работе мы опираемся на данное понимание коммуникативной личности и описываем *обобщенные черты коммуникативной личности студентов-гуманитариев* через полученные в серийных опросах *языковые характеристики* респондентов и *особенности их коммуникативного поведения* в условиях современного информационного общества.

Познакомим с первой серией эксперимента. В течение двух лет мы проводили комплексное исследование *медиаграмотности* студентов гуманитарных факультетов различных ярославских вузов, и первые полученные результаты позволяют рассуждать об этом интегрированном, коммуникативно значимом и социально-ориентированном понятии в описании коммуникативной личности будущего специалиста гуманитарного плана.

По комплексной анкете, которая включала 65 вопросов о взаимоотношении «человека» и «виртуальной информации», за два года было опрошено – 360 человек (студенты исторического факультета и факультета социального управления ЯГПУ, филологического, юридического и исторического факультетов ЯрГУ).

Социальная значимость и актуальность исследования определяется возрастающим диапазоном и динамичностью развития современного информационного медийного пространства, где средства массовой коммуникации, новые технологии (мультимедиа, аудиовизуальные средства коммуникации, синтезаторы) становятся для современной коммуникативной личности обязательным и приоритетным источником приобретения не только знания, но и когнитивного, ценностного опыта коммуника-

тивного поведения. Медиа, которые стали основным средством производства современной массовой культуры, не отвечают требованиям экологичности; подобная информация часто, благодаря искусству мультимедийных технологий, представляет превосходный инструмент для скрытого информационного воздействия, управления психическим и психоэмоциональным состоянием, и, как следствие, возникает угроза манипулирования общественным сознанием. Вот почему своевременно должен быть поставлен вопрос о формировании у современной языковой личности коммуникативных способностей, позволяющих ей эффективно и грамотно пользоваться информационными ресурсами и быть активным, компетентным и защищенным коммуникантом в условиях современного медиапространства.

Научная значимость проведенного исследования определяется его межпредметным характером, позволяющим осознать и коммуникативную, и социокультурную, и образовательную функцию интернет-коммуникации в контексте подготовки профессионала гуманитарного профиля, который, как известно, находится в «зоне повышенной коммуникативной ответственности» в социуме, и его «уровень владения языком» [5, с. 102] рассматривается не на базовом, а на элитарном уровне культурно-речевой презентации. Языковые способности и коммуникативно-деятельностные компетенции такой личности в самом ближайшем профессиональном будущем должны обеспечить ей грамотное, эффективное и эталонное поведение в условиях современной информосферы. Следует признать, что отдельные актуальные исследования, посвященные проблеме медиаграмотной личности [6; 7], не позволяют получить в должной мере ответы на важные научные и прикладные вопросы: что представляет собой медиаграмотность в контексте общекультурных и коммуникативно ориентированных компетентностных характеристик языковой личности? какова ее понятийная структура? каким образом можно проводить мониторинг медиаграмотности и прогнозировать развитие этого личностного компонента коммуникативных способностей гуманитария и негуманитария? и, наконец, каким образом следует мотивировать языковую личность к непрерывной практике совершенствования своей медиаграмотности?

Проанализируем итоги опроса в контексте тех основных положений, которые мы предложили для проверки индивидуальных свойств и характеристик коммуникативно грамотной личности

студента-гуманитария, степени ее коммуникативных потребностей, когнитивного диапазона, который формируется в процессе познавательного опыта с медиаинформацией.

Первый блок вопросов позволил проверить, насколько *интернет-общение важно для языковой личности как активного пользователя*.

Респонденты активно пользуются Интернетом (более 95 % из числа опрошенных нами говорят о преимуществе Интернета при получении информации).

При этом студенты *демонстрируют следующие предпочтения*:

- поиск информации *в учебных целях* (80 %)
- знакомство с *новостными материалами* (65 %)
- поиск информации *«с бытовыми целями»* (35 %)
- обращение к Википедии и словарям (более половины опрошенных)
- чтение книг в интернет-формате (75 %)
- периодическое прослушивание музыки (42 %)
- систематический просмотр фильмов (85 %)
- «скачивание» для своей картотеки фильмов, книг, музыки (72 %).

При восприятии информации в интернет-среде и ее обработке опрошенные демонстрируют определенные «наработанные» умения интернет-пользователей:

- информацию в Интернете ищут *«целенаправленно»*
- *читают «комментарии»* к новостным событиям
- активно *«принимают участие в электронных опросах и голосованиях»*
- достаточно часто *«размещают свои тексты»* в социальных сетях (в основном, общественно-социальной поддержки или социального отклика на проблему (27 %); реже размещают на форумах или в блогосфере «творческие тексты» (эссе или «белые стихи» – 16 %).

При этом обращает на себя внимание тот факт, что восприятие текста в пространстве медиасреды идет в режиме «глобального» или «обзорного» восприятия:

- читают в основном *заголовки* (56 %) и *тексты* менее 1–2 страниц
- при просмотре новостей *«обращают внимание на подробности»*, только если *«заинтересовало событие»*
- отдают предпочтение прежде всего *«ярким», «визуальным»* информационным материалам, где текст «поддерживается» фотографиями или видеосюжетами (54 %).

Требует серьезного обсуждения и проблема качественного восприятия информации, что обеспечивает понимание и оценку приобретенного фактологического материала. Так, например, опрос показал, что студенты затрудняются ответить на вопросы, *«как проверить достоверность информации»*, и не могут объяснить, что значит *«чтение гиперссылок»*, почему следует *«оценивать авторскую концепцию»* информационных материалов. Отсутствие положительного опыта критического чтения медиаинформации, на наш взгляд, является следствием недостаточно сформированных базовых коммуникативных умений продуктивной речевой деятельности при работе с текстом на традиционном бумажном носителе – «чтения с погружением и осмысленной оценкой». Это мешает часто студентам оперативно и эффективно «собирать», используя разные источники получения знаний, и грамотно интерпретировать информацию при подготовке реферативных текстов или информационных проектов.

Таким образом, современный студент-первокурсник как языковая личность «подсознательно» отдает предпочтение коммуникативным опытам с интернет-ресурсами, активно пользуется медиатехнологиями, обеспечивающими создание собственного поликодового текста, но, к сожалению, чаще готовит высказывания вторичного, утилитарного плана. Можно предположить, что у студентов недостает опыта критического осмысления процессов и анализа приемов медиатворческого дискурса.

Второй блок вопросов позволил проверить *качество коммуникативных компетенций языковой личности, необходимых ей в электронной переписке и скайп-технологиях как средстве межличностного общения в интернет-коммуникации*.

Мы получили следующие данные о сформированности у наших студентов предпочтений в области медиатехнологий:

- *активно* пользуются скайп-технологиями (56 %)
- *активно* ведут переписку (86 %)
- *оперативно отвечают* на письма (64 %)

Но контекст ответов свидетельствует, что студенты недостаточно осведомлены в вопросах *оформления электронного письма* и самого формата электронной переписки. Вот что подтверждают их ответы:

- в электронной переписке респонденты не всегда соблюдают элементарные этикетные правила письма: не пишут (26 %) или пишут не всегда (46 %) обращение к адресату;

- не знают правил адресации: отвечают не на все электронные письма (47 %) или отвечают только на письма, где «требуется» официально или неофициально подтвердить получение информации или ее оценить;

- не соблюдают правила орфографии и пунктуации (65 %), переходят на латиницу, если не знают, как пишется русское слово (28 %); не проверяют написанное (67 %) и «не видят необходимости в строгом соблюдении всех типов грамматических правил», в отличие от реального («бумажного») письма (43 %).

Обращает на себя внимание и тот факт, что респонденты как носители *нового «опыта пишущего»* активно используют возможности электронного эпистолярия: пользуются смайликами, заменяющими слова или целые предложения (56%); «прикрепляют» к письму дополнительно фото, видео или tms-файлы (34 %); иногда делают даже «отсылку» к другим электронным порталам или личным блогам (21 %).

Необходимо отметить, что большинство респондентов рассматривает интернет-коммуникацию как *форму отдыха* (60 %), «приятное «неформальное общение». Преимущества интернет-общения опрошенные оценивают следующим образом: «комфортное», «без выхода из дома» (34 %) и «не требующее особых обязательств» (34 %).

Большинство признается, что испытывает своеобразное «чувство зависимости от Интернета»: желание скорее включить, проверить почту или «войти в контакт», чтобы не «потерять налаженные связи» (62%), что доказывает: современное интернет-пространство активно формирует «пользовательский коммуникативный инструментарий языковой личности» и, значит, требует от нее постоянных и продуктивных опытов с медийной информацией, которые становятся для большинства повседневной потребностью.

На вопрос: «В каких социальных сетях вы зарегистрированы?» – респонденты активно отвечают и практически называют все основные интернет-ресурсы; причем часто говорят о своей «прописке» на нескольких порталах одновременно: в контакте (168 человек), фейсбуке (34 человека), твиттере (59 человек), одноклассниках – (167 человек), ICQ (57 человек).

Большая часть респондентов не отдает предпочтения регистрации на форумах (76 %); респонденты объясняют свою «коммуникативную инертность» недоверием (56 %) к *вопросам обсуждения*

или «к протеканию процесса обсуждения» (32 %), часто объясняют отсутствие диалогических отношений «некорректностью» или «агрессивностью» диалога, «отрежиссированностью» или «искусственностью» обсуждения («спор ради спора», «ненужный треп»). Мы положительно оцениваем тот факт, что респонденты осведомлены о явлениях «вбрасывания» негативной информации, активно обсуждают проблемы троллинга или законы этикета, говорят о «недопустимости оскорбления в интернет-среде». Но, к сожалению, не могут грамотно и полно ответить на вопросы: как проверить достоверность или недостоверность информации, не владеют социальными и правовыми знаниями о требованиях к «автору» в среде интернет-пользователей, не избирательны по отношению к определенным типам интернет-источников, не видят существенной разницы при отборе информации из электронных книг и опубликованной тиражной научной учебно-научной литературы. Эти показатели являются, на наш взгляд, свидетельством недостаточного полного формирования *общекультурных базовых компетенций*, без которых не может себя позиционировать языковая личность профессионала гуманитарного профиля.

Итак, мы видим, что интернет-ресурсы респондентами активно «осваиваются», но используются преимущественно как *приоритетная форма досуга*; опрошенные пользователи, студенты – первокурсники гуманитарных факультетов, в основном выступают как «пассивные наблюдатели», «участники», а не «инициаторы» общения в интернет-среде. Открытым и нереализованным в общем компетентностном коммуникативном статусе первокурсника остается вопрос об информационной и правовой защите от недоброкачественного контента.

Показателен тот факт, что основная часть респондентов считают, что «медиаграмотности надо учить» (62 %) или ее нужно «оценивать» (34 %) в числе показателей общей культуры речи современного человека.

Для нас чрезвычайно важен был ответ на вопрос: «Какого человека можно назвать медиаграмотным?» Признаемся, что не все студенты давали полные и развернутые ответы, но все пытались сформулировать наиболее важную для себя информацию о понятии «медиаграмотность».

В целом, мы получили от студентов-гуманитариев комплексное представление о медиаграмотном человеке, своеобразный коллективно составленный «коммуникативный паспорт» грамотной языковой

личности. В него вошли следующие выделенные нашими респондентами параметры: **медиаграмотная личность** – «человек, способный объективно и правильно воспринимать информацию в Интернете, умело пользоваться компьютерными программами»; «человек, который хорошо понимает медиадинамику»; «человек, который может быстро найти нужную информацию»; «человек, соблюдающий правила диалога в виртуальном общении»; «умный и активный в поиске нового»; он «соблюдает правила поведения в Интернете» и «хороший собеседник в чате и в контакте».

Таким образом, если опрошенных студентов-гуманитариев мы воспринимаем как коммуникативных личностей со сходными интегральными и дифференциальными языковыми характеристиками и особенностями коммуникативного поведения, то следует воспринимать представленный ими *портрет медиаграмотной личности* как универсальный, активно воспринимаемый членами соответствующей лингвокультурной общности. И следует обратить внимание, что для современной языковой личности медийная грамотность в первую очередь определяется как *функциональная характеристика*, а коммуникативные способности медиаграмотной личности лежат, прежде всего, в плоскости *прикладных умений*. Мы понимаем и допускаем, что современный студент-первокурсник пока еще не готов рассуждать о *ценностных параметрах медиаграмотной личности*, где медийная грамотность должна рассматриваться не в прикладном, а в более широком смысле: как *процесс осмысленного коммуникативного дискурса* в рамках массовой культуры; как *образ мышления*, который отличает не потребителя информации, а *языковую личность с задатками медиума*, включенную в процесс осмысленной переработки информации и постигшую язык (грамматику) медиакультуры [8].

Но если мы готовы утверждать, что медиаграмотность как свойство личности является необходимым условием *эффективного поведения коммуникативной личности в условиях информационной среды*, то обязаны признать, что существует *серьезное противоречие* между социальной необходимостью формирования определенной суммы знаний и умений, обеспечивающих грамотное восприятие, переработку и транслирование информации в условиях медиaprостранства, и *недостаточным решением этой проблемы в прикладном аспекте*, в направлении формирования данного качества у современной коммуникативной личности.

Это подтверждают и результаты проведенной второй серии эмпирического исследования, которое включало анкетирование и психологическое тестирование студентов гуманитарных факультетов Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова*.

В опросе приняли участие 89 человек, из них: 40 человек – студенты филологического факультета, 36 человек – студенты экономического факультета и 13 человек – студенты исторического факультета. Участники эксперимента должны были проанализировать и оценить свою работу с предложенными для эксперимента медиатекстами, адресованными молодежной аудитории, и ответить на вопросы:

- какие трудности возникают при работе с текстовой информацией?
- какие знаки оформления «помогают» при восприятии информации?
- какие темы публикаций в молодежных изданиях прежде всего привлекают внимание?

В ходе опроса респондентам предлагалось дифференцировать прикладные характеристики медийной информации с учетом своих предпочтений. Остановимся на некоторых выводах при анализе полученных реактивных мнений респондентов в зависимости от направления их профессиональной подготовки.

Так, было установлено, что для *студентов-филологов* большую помощь при чтении оказывают «знаки абзаца» – данному параметру была присвоена самая высокая степень значимости; следующим по степени значимости следует параметр «цветовые выделения», на 3-м месте – параметр «фото и информация об авторе» и, наконец, 4-е и 5-е места заняли «шрифт» и «рисунки и фотографии к тексту».

Среди самых важных помощников при чтении статей в СМИ *студенты-историки* назвали «знаки абзаца», «фото и информация об авторе» – 2-е и 3-е места по значимости соответственно. Самым малоэффективным маркером в тексте для историков являются «цветовые выделения по тексту». Популярными темами для них являются «путешествия» – 62 % опрошенных, «красота и здоровье» – 36 % и «политика и экономика» – 36 %.

* Подробнее о сериях экспериментальной работы по изучению особенностей восприятия студентами-гуманитариями информации в пространстве медиатекста см. Постнова А. А. Медиаграмотность как свойство личности // Язык и национальное сознание. Вып. 20 / ред. И. А. Стернин. Воронеж, 2014. С. 146–148.

Студенты *экономического факультета* отметили для себя самыми важными маркерами в тексте «знаки абзаца», затем «цветовые выделения по тексту», «фото и знаки автора». Самыми незначительными маркерами для них являются «шрифт», а также «фото и рисунки к тексту». Популярными темами являются: «красота и здоровье» – 46 %, «политика и экономика» – 44 %, «психология» – 41 %.

Исследование подтвердило наличие индивидуальных особенностей восприятия информации в медийном пространстве. На выбор приоритетных графических и смысловых «навигаторов» при прочтении медийного текста, как мы предполагаем, оказывает влияние та знаковая система координат, в которой обучающийся чувствует себя адекватно и комфортно. Как показало исследование, при восприятии медийной информации студенты-филологи руководствуются, прежде всего, абзацным членением, а студенты исторического факультета при чтении следят за знаками цветового выделения, в то время как для экономистов популярным знаком навигации становится визуальный знак – картинка или фото, и в оценке навигационной функции знаков они отдают свои предпочтения визуальному образу и шрифтовому кодированию. К сожалению, не стали приоритетными и значимыми функции гиперссылок при обработке информации медийного текста, что является показателем недостаточно сформированной у всех групп студентов *общекультурной информационной компетентности* в современном медийном пространстве.

На следующем этапе мы использовали известные психологические методики: «Опросник терминальных ценностей» (И. Г. Сенин), направленный на диагностику жизненных целей (терминальных ценностей) человека, опросник «Уровень субъективного контроля» (Е. Ф. Бажин, А. М. Эткин), позволяющий оценить уровень субъективного контроля над разнообразными ситуациями, определить степень ответственности человека за свои поступки и свою жизнь. Так нам удалось установить «уровень включенности и объективности» при оценке информации, соотнесение информационных потоков и «собственных жизненных ценностей», умение «отбирать информацию» и «контролировать» свою оценку информационного контента.

В ходе обработки и анализа материалов психологического тестирования мы получили следующие результаты: для *студентов-филологов* характерен при оценке информации показатель терминальных ценностей «Сфера профессиональной жизни», что

свидетельствует о высокой значимости для человека сферы его профессиональной деятельности. Такие люди отдают много времени своей работе, включаются в решение всех производственных проблем, считая при этом, что профессиональная деятельность является главным содержанием жизни человека. Второй важный показатель при отборе информации для филологов – «Сфера обучения и образования», который отражает стремление человека к повышению уровня своей образованности, расширению кругозора. Такие люди считают, как правило, что самое главное в жизни — это учиться и получать новые знания. Замыкал шкалу показателей информационной включенности показатель «Сфера увлечений», который указывает на то, что основное место в жизни человека занимает его увлечение, хобби. Наличие такого показателя – свидетельство, что среди студентов-филологов достаточно людей, которые уже уверенно отдают своему увлечению свободное время и считают, что без увлечения жизнь человека во многом неполноценна. Но в то же время студенты-филологи имеют низкие показатели по шкале «Общая интернальность», что соответствует низкому уровню субъективного контроля. Такие люди не видят связи между своими действиями и значимыми событиями, которые они рассматривают как результат случая или действия других людей. К сожалению, в информационных потоках подобные люди ищут «навигационные знаки сопровождения» и ждут «выверенных оценок» экспертного мнения.

Для студентов-историков, так же как и для студентов-филологов, характерно преобладание таких терминальных ценностей, как «Сфера профессиональной жизни», «Сфера обучения и образования», однако, в отличие от первой группы, для студентов-историков приоритетной и важной является «Сфера общественной жизни», высокая значимость проблем жизни общества. Такие люди, как правило, быстро вовлекаются в общественно политическую жизнь, считая, что самое главное для человека – это его общественно-политические убеждения; они самостоятельны в информационных предпочтениях.

Проанализировав результаты по методике «Уровень субъективного контроля», можно констатировать, что для студентов-историков большинство важных событий в их жизни есть результатом их собственных действий и то, что они могут ими управлять, и, таким образом, они чувствуют свою собственную ответственность за эти события

и за то, как складывается их жизнь в целом. Эти данные позволяют говорить о них как о более уверенных в себе, более спокойных и благожелательных людях. Их отличает более позитивная система отношений к миру и большая осознанность смысла и целей жизни.

Для студентов-экономистов характерно преобладание тех же терминальных ценностей, что и для студентов-историков, а именно: «Сфера профессиональной жизни», «Сфера обучения и образования» и «Сфера общественной жизни». Проанализировав результаты по методике «Уровень субъективного контроля», можно утверждать, что для студентов-экономистов большинство важных событий в их жизни есть результат их собственных действий и то, что они могут ими управлять, и, таким образом, они чувствуют свою собственную ответственность за эти события и за то, как складывается их жизнь в целом.

Подводя итоги этой серии экспериментальной работы, можно сказать, что для *медийной и информационной грамотности студентов разных гуманитарных факультетов* характерны как общие, так и частные характеристики. Так, например, одинаково значимой для современной коммуникативной личности студента-гуманитария является профессионально ориентированная информация и информация развлекательная, обеспечивающая полноценный досуг. Для большинства студентов, принявших участие в нашем исследовании, характерно преобладание информационных идей, связанных с обучением и саморазвитием; приоритетна и информация, обеспечивающая «свободу увлечений». Важно отметить, что у студентов-филологов, в отличие от студентов-экономистов и студентов-историков, выявлен низкий уровень «субъективного контроля» в управлении информационными потоками: студенты этой профессиональной области нуждаются в экстернальном контроле в освоении и оценке информационного материала.

Безусловно, мы понимаем, что данные итоговые материалы изучения сферы информационных предпочтений и уровня субъективного контроля при восприятии информации современной коммуникативной личности гуманитария можно рассматривать как предварительные. Необходимо продолжить наблюдение за индивидуальными процессами декодирования и интерпретации медийной информации, адресованной профессиональному гуманитарному сообществу, чтобы получить более качественные дифференциальные языковые характеристики и выявить отличительные черты «коммуникативного портрета» гуманитария как востребованного типа коммуникативной личности современного социума.

Ссылки

1. Конечкая В. П. Социология коммуникации. М., 1997. 164 с.
2. Карасик В. И. Язык социального статуса. М., 2002. 333 с.
3. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации. Воронеж, 2000. 175 с.
4. Саломатина М. С. К трактовке понятия коммуникативная личность // Культура общения и ее формирование: межвуз. сб. науч. тр. Воронеж, 2005. Вып. 4. С. 85–86.
5. Крысин Л. П. Социальный аспект владения языком // Социальная психоллингвистика. М., 2007. С. 96–124.
6. Федоров А. В. Сравнительный анализ уровней показателей развития медиаграмотности студентов // Инновации в образовании. 2007. № 1. С. 43–75.
7. Чичерина Н. В. Концепция формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов на основе иноязычных медиатекстов. СПб., 2008. 50 с.
8. Антонова Л. Г. Современные коммуникативные процессы. Ярославль, 2010. 61 с.