

**УДК 659**  
**ББК 76.0**  
**Ш26**

**Шарков Ф. И.**

**Ш26**

Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. — 4-е изд., перераб. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 488 с.

ISBN 978-5-394-02089-6

В учебнике излагаются теории коммуникации, генезис коммуникологии, типы и модели коммуникации, истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций, теоретические проблемы интеграции различных маркетинговых коммуникаций. В конце каждой главы приводятся вопросы для самоконтроля.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Может быть полезен магистрантам, аспирантам и преподавателям высших учебных заведений, а также исследователям и специалистам, связанным с теорией и практикой коммуникации, и в большей мере — социальной коммуникации.

**УДК 659**  
**ББК 76.0**

ISBN 978-5-394-02089-6

© Шарков Ф. И., 2012

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2012

# Оглавление

---

<b>Введение</b> .....	5
<b>Глава 1. Исторические вехи возникновения, развития коммуникации и становления коммуникологии.</b> .....	7
1.1. Коммуникология и теория коммуникации в системе наук и учебных дисциплин .....	8
1.2. Перспективы становления науки “коммуникология” и ее терминологического аппарата .....	29
1.3. Генезис массовых коммуникаций .....	50
1.4. Истоки и основные парадигмы социальной коммуникации .....	57
1.5. Развитие теорий массовой коммуникации и информации в XX веке (парадигмы и функции массовой коммуникации) ...	76
<b>Глава 2. Разновидности коммуникаций. Межличностные, специализированные и массовые коммуникации</b> .....	102
2.1. Типы, виды, формы и модели коммуникации .....	103
2.2. Особенности возникновения и развития межличностной и массовой коммуникаций .....	145
2.2.1. Межличностные коммуникации .....	145
2.2.2. Сеть и структура социальной коммуникации .....	149
2.2.3. Сущность массовой коммуникации .....	151
2.2.4. Функции и характеристики массовой коммуникации .....	168
2.3. Специализированные коммуникации .....	171
2.3.1. Теоретические проблемы интеграции различных маркетинговых коммуникаций .....	171

2.3.2. Межкультурные коммуникации .....	201
2.3.3. Коммуникации в организациях.....	220
2.3.4. Офисные коммуникации.....	223
2.3.5. Электронные интерактивные коммуникации .....	255
2.3.6. Визуальные коммуникации.....	292

## **Глава 3. Коммуникативные процессы ..... 344**

3.1. Коммуникативный процесс: производство, мультипликация, распространение, прием, распознавание, использование информации.....	345
3.2. Прохождение информации по элементам коммуникативной системы.....	353
3.3. Обеспечение процесса коммуникации. Общение как коммуникативный процесс .....	362

## **Глава 4. Коммуникаторы и коммуниканты в системе социальной коммуникации ..... 378**

4.1. Цели коммуникатора. Коммуникативные роли. Коммуникативная сфера .....	379
4.2. Коммуникативная личность. Требования к качествам коммуникатора. Личность в системе социальной коммуникации.....	382
4.3. Коммуникативная культура личности и организации.....	395

## **Глава 5. Содержание, средства и язык коммуникации ..... 431**

5.1. Содержание и средства речевой коммуникации.....	432
5.2. Семиологические подходы в исследовании массовой коммуникации. Семиотика языка: синтактика, семантика, прагматика .....	441

## **Литература ..... 450**

## **Глоссарий ..... 452**