



УЧЕБНЫЕ ИЗДАНИЯ ДЛЯ БАКАЛАВРОВ

Ф.И. Шарков

КОММУНИКОЛОГИЯ

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

учебник



Серия «Учебные издания для бакалавров»

Ф. И. Шарков

КОММУНИКОЛОГИЯ

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Учебник

5-е издание, стереотипное

*Допущено Министерством образования и науки РФ
в качестве учебника для студентов высших
учебных заведений, обучающихся по специальности
«Связи с общественностью»*



Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
2020

Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2020. — 487 с. : ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Библиогр. : с. 450—451.

ББК 60.524.224я73

Чит. зал №1 — 2 экз.

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.

Оглавление

Введение	5
Глава 1. Исторические вехи возникновения, развития коммуникации и становления коммуникологии	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
Глава 2. Разновидности коммуникаций. Межличностные, специализированные и массовые коммуникации	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