

**В.Ф. Иванов**

# **Массовая коммуникация**

**Киев  
Академия Украинской Прессы  
Центр Свободной Прессы  
2013**

УДК 616.77  
ББК 60.56  
И20

ISBN 978-966-2123-40-1

**Иванов Валерий Феликсович**

**И20** Массовая коммуникация: Монография / В.Ф. Иванов. — Киев: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. — 902 с.

**Рецензенты:**

д. соц. н., проф. Костенко Н.В.  
д. филол. н., проф. Почепцов Г.Г.  
д. филол. н., проф. Ризун В.В.

«Массовая коммуникация» посвящена рассмотрению различных подходов к информационным и коммуникационным явлениям. В частности, исследованы понятия информации, коммуникации, массовой коммуникации, их структура и свойства. Много внимания уделено составляющим массовокоммуникационного процесса, теориям и моделям массовой коммуникации. Исследована проблематика информационного общества и глобализации, теория и практика их развития.

Предназначена для студентов, аспирантов, преподавателей и научных работников, в сферу интересов которых входят вопросы массовой коммуникации.

ISBN 978-966-2123-40-1

© Иванов В. Ф., 2013  
© Академия Украинской Прессы,  
Центр Свободной Прессы, 2013

# Содержание

Вступление .....	6
<b>1. Информация и коммуникация</b>	
1.1. Общее представление об информации.....	10
Понятие информации. Информационное взаимодействие .....	10
Информация и знание .....	28
Классификация информации.....	33
Исследования информации .....	35
Формы существования информации .....	40
Свойства информации. Информационный взрыв .....	43
1.2. Понятие коммуникации и массовой коммуникации.	
Составляющие массовой коммуникации.....	44
Понятие «коммуникация» .....	44
Виды коммуникации .....	54
Общение и коммуникация .....	57
Актуальность изучения общения и коммуникации .....	57
Понимание как цель общения.....	60
Сущность общения и коммуникации .....	61
Общение и массовая коммуникация .....	64
Определение массовой коммуникации .....	69
Особенности массовокоммуникационного процесса .....	86
Условия функционирования массовой коммуникации .....	89
Функции массовой коммуникации .....	89
Элементы массовокоммуникационной системы .....	92
Понятие инфосферы .....	95
1.3. Социальная информация и ее свойства .....	97
1.4. Информация в журналистике .....	106
1.5. Документ в массовой коммуникации .....	118
Понятие документа .....	118
Классификация документов .....	123
Надежность и достоверность документов .....	127
Резюме .....	131
<b>2. Массовая коммуникация: компоненты</b>	
2.1. Масс-медиа: теоретические, исторические	
и практические аспекты .....	142
Понятие о масс-медиа .....	142
Структура масс-медиа .....	155
Значение масс-медиа.....	161
Признаки и черты масс-медиа .....	168
2.2. Направления исследования массовокоммуникационных	
процессов .....	175
2.3. Коммуникатор и аудитория .....	186
2.4. Массы.....	188

2.5. Влияние масс-медиа на аудиторию.....	199
Резюме .....	209
<b>3. Теории и модели массовой коммуникации</b>	
3.1. Теории массовой коммуникации.....	218
Методология изучения массовой коммуникации .....	218
Изучение эффектов массовой коммуникации .....	230
Теория стереотипов .....	243
Теория когнитивного диссонанса.....	245
Теория пользы и удовлетворения.....	250
Теория обучения и теория познания .....	253
Структурно-функциональный подход.....	264
Теория спирали молчания.....	276
Теоретические воззрения Г.М. МакЛюэна .....	278
Информационная теория .....	292
Неомарксистское направление в изучении массовой коммуникации .....	297
Теории представителей Франкфуртской школы .....	299
Коммуникационные воззрения Н. Лумана.....	307
Структурализм и постструктурализм .....	313
Коммуникационные взгляды теоретиков постмодернизма .....	330
Масс-медиа в теоретических воззрениях П. Бурдьё .....	335
Культурологические теории массовой коммуникации .....	344
Теоретические обобщения Д.МакКуэла.....	355
Другие концепции массовой коммуникации.....	361
Теории журналистики.....	366
Теоретические основы свободы прессы .....	366
Современные теории журналистики.....	370
Иные теории и модели журналистики .....	382
Теория повестки дня М.МакКобса и Д.Шоу .....	391
Теория гейткиперов К.Левина .....	395
Теоретические разработки новостных программ .....	397
Профессиональные и этические стандарты журналистики.....	402
3.2. Модели массовой коммуникации.....	418
Резюме .....	457
<b>4. Информационное общество</b>	
4.1. Основные представления об информационном обществе.....	480
4.1.1. Определения и характеристики информационного общества .....	480
4.1.2. Теории информационного общества .....	502
Йонэдзи Масуда.....	503
Дэниел Белл.....	508
Элвин Тоффлер .....	514
Мануэль Кастельс .....	533
Том Стоуньер.....	577
Фрэнк Уэбстер.....	581

Питер Дракер .....	609
Рольф Йенсен .....	610
Александр Бард и Ян Зодерквист .....	612
Френсис Фукуяма .....	614
Владислав Иноземцев .....	617
Другие подходы к теории информационного общества .....	624
4.1.3. Критика информационного общества .....	645
4.2. Основные составляющие информационного общества.....	656
4.2.1. Экономика.....	656
4.2.2. Государство и политика в информационном обществе.....	672
4.2.3. Доступ к информации и цифровое неравенство в информационном обществе.....	679
4.3. Роль информационных технологий в развитии общества .....	683
4.3.1. Информационные технологии как инструмент развития общества .....	683
4.3.2. Интернет и виртуальная реальность.....	702
4.4. Особенности информации в информационном обществе.....	716
4.5. Переход к информационному обществу: общие закономерности и специфика регионов .....	728
Резюме .....	753
<b>5. Глобализация</b>	
5.1. Глобализация как новая парадигма существования человечества.....	772
Определение глобализации .....	772
Теории глобализации .....	787
5.2. Глобализация в экономике, политике, культуре, технологиях.....	831
5.3. Глобализация в сфере масс-медиа .....	841
Резюме .....	847
<b>Заключение.....</b>	<b>849</b>
<b>Литература.....</b>	<b>850</b>
<b>Указатель .....</b>	<b>900</b>

## ВСТУПЛЕНИЕ

Последние десятилетия характеризуются острыми дискуссиями о природе и функциях масс-медиа, характере и глубине их влияния на общество и отдельные социальные группы. При этом установки бытового дискурса существенно отличаются от научного. В частности, ученые не поддерживают расхожие представления о всемогущей массовой коммуникации, которые артикулируются политиками, частью бизнесменов и большинством журналистов. Горячие споры возникают и по поводу ответственности журналиста за результаты своего труда. Тут традиционно сталкиваются несколько основных точек зрения. Различие во взглядах, естественно, диктуется разными методологическими подходами и установками при изучении массовокоммуникационного процесса. Однако различия возникают также из-за слабой разработанности основных дефиниций. Традиционно размытым является содержание термина «информация», ее классификация и формы существования. По-разному понимается сущность процесса коммуникации и его целей.

Проблемы массовой коммуникации широко рассматривались в трудах отечественных и зарубежных ученых. Это, прежде всего, попытки разработать общую методологию процесса массовой коммуникации Г. Лассуэлла, Г. МакЛюэна, Ю. Хабермаса, У. Шрамма, А. Алексеева, Н. Костенко, Г. Почепцова, В. Ризуна и многих других. Исследователи исходили из разных представлений о сущности массовой коммуникации, процесса восприятия информации человеком, закономерностей формирования общественного мнения. Однако нужно отметить, что большинство ученых, которые занимались этими важными, до сих пор еще нерешенными вопросами, были социологами, философами, психологами, а не журналистами. Естественно, они пытались найти решение этих проблем, исходя из представлений своих наук. Так случилось, что журналистика рассматривалась, и это продолжается и в наше время, как сугубо практическая сфера, исследовать которую должны представители других наук.

Масс-медиа охватывают фактически все общество и определенным образом влияют на него. В настоящий момент масс-медиа играют роль инструмента формирования общественного мнения, т.к. делают возможным дискурс в масштабах всего общества.

Существует настоятельная потребность изучить разные пути оптимизации их работы. Существующие научные разработки уже не удовлетворяют, так как новые реалии требуют также и новых подходов. Оптимизировать деятельность масс-медиа можно только в результате их полного и всестороннего изучения.

Предлагаемое монографическое исследование является результатом работы последних лет и попыткой систематизировать знания, накопленные наукой в области изучения массовокоммуникационных процессов.