

И. М. Дзялошинский

**КОММУНИКАЦИЯ
И КОММУНИКАТИВНАЯ
КУЛЬТУРА**

Учебное пособие

**Москва
Ай Пи Ар Медиа
2022**

УДК 316.77

ББК 60.5

Д43

Автор:

Дзялошинский И. М. — д-р филол. наук, проф.-исследователь НИУ ВШЭ (департамент медиа факультета медиа, коммуникаций и дизайна), заместитель председателя Российского комитета Программы ЮНЕСКО, член Правления Национальной ассоциации исследователей массмедиа, действительный член Евразийской академии телевидения и радио, член редакционного совета Российской коммуникативной ассоциации

Рецензенты:

Горохов В.М. — д-р филол. наук, проф., заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова;

Пильгун М. А. — д-р филол. наук, проф., ведущий научный сотрудник отдела психолингвистики Института языкознания РАН

Дзялошинский, Иосиф Михайлович.

Д43 Коммуникация и коммуникативная культура : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 606 с. — Текст : электронный.

ISBN 978-5-4497-1367-4

Учебное пособие призвано способствовать пониманию студентами глубинных процессов, происходящих в сфере современной коммуникации, трансформирующейся под влиянием глобализации, информатизации и цифровизации. В издании рассмотрены различные трактовки коммуникации, понимаемой как форма реализации человеческой активности, вид человеческой деятельности или социальный институт, который организует деятельность включенных в сферу его влияния людей по определенным правилам, сформировавшимся столетиями и чрезвычайно трудно поддающимся трансформации. Большое внимание уделено рассмотрению понятия «коммуникативная культура», с помощью которого обозначаются накопленные в сфере коммуникации знания, ценности и нормы, которые проявляют себя, во-первых, в разнообразных философско-идеологических концепциях, задающих смысловые рамки понимания коммуникации, и во-вторых, в технологиях коммуникации, которые обозначены понятием «коммуникационные матрицы».

Подготовлено с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Учебное пособие предназначено для бакалавров и магистров укрупненной группы направлений подготовки 42.00.00, изучающих дисциплины «Коммуникационный менеджмент» (42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»), «Основы медиакультуры», «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций», «Социология массовых коммуникаций» (42.03.02 «Журналистика»), а также для студентов всех направлений подготовки высшего образования, учебными планами которых предусмотрено изучение данных дисциплин.

Учебное электронное издание

ISBN 978-5-4497-1367-4

© Дзялошинский И. М., 2022

© ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа», 2022

Редактор *Ю. В. Семенова*
Технический редактор, компьютерная верстка *А. В. Неверова*
Корректор *А. Е. Бондаренко*
Обложка *С. С. Сизиумова*
На обложке использован рисунок *М. Садомской*

Подписано к использованию 31.08.2021 г. Объем данных 12 Мб.

Издание представлено в электронно-библиотечных системах
IPR BOOKS (www.iprbookshop.ru),
Библиокомплектатор (www.bibliocomplectator.ru)

Бесплатный звонок по России: **8-800-555-22-35**

Тел.: 8 (8452) 24-77-97, 8 (8452) 24-77-96

Отдел продаж и внедрения ЭБС:

доб. 206, 213, 144, 145

E-mail: sales@iprmedia.ru

Отдел комплектования ЭБС:

доб. 224, 227, 208

E-mail: mail@iprbookshop.ru

По вопросам приобретения издания обращаться:

доб. 208, 201, 222, 224

E-mail: izdat@iprmedia.ru, author@iprmedia.ru

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
РАЗДЕЛ 1. ИНФОРМАЦИЯ И КОММУНИКАЦИЯ: ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ	15
<i>Глава 1.1.</i> Информация: основные характеристики	15
<i>Глава 1.2.</i> Коммуникация как предмет исследования	31
<i>Глава 1.3.</i> Философский подход	42
<i>Глава 1.4.</i> Социологический подход	51
<i>Глава 1.5.</i> Семиотический подход	64
<i>Глава 1.6.</i> Активистско-деятельностный подход	87
<i>Глава 1.7.</i> Социально-психологический и психолингвистический подходы	104
РАЗДЕЛ 2. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ	124
<i>Глава 2.1.</i> Линейные модели коммуникации	124
<i>Глава 2.2.</i> Модели с обратной связью (нелинейные модели)	139
<i>Глава 2.3.</i> Циркуляционные и объемные модели	149
<i>Глава 2.4.</i> Секторально-спиральная модель коммуникации	159
<i>Глава 2.5.</i> Информационно-коммуникационный универсум как новый подход к пониманию коммуникации	177
<i>Глава 2.6.</i> Метатеоретический подход	192
РАЗДЕЛ 3. ИГРОВАЯ МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИИ	201
<i>Глава 3.1.</i> Теории игровой коммуникации	201
<i>Глава 3.2.</i> Функции игр	225
<i>Глава 3.3.</i> Типы игр	251
<i>Глава 3.4.</i> Карнавальные формы коммуникации	282
<i>Глава 3.5.</i> Карнавальные игры в эпоху глобализации	315
РАЗДЕЛ 4. ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ	333
<i>Глава 4.1.</i> Межличностное общение и межличностная коммуникация	335
<i>Глава 4.2.</i> Внутригрупповая и межгрупповая коммуникации	353
<i>Глава 4.3.</i> Корпоративные (организационные) коммуникации	362
<i>Глава 4.4.</i> Межкультурная коммуникация	367
<i>Глава 4.5.</i> Межкультурная адаптация	378

РАЗДЕЛ 5. КОММУНИКАТИВНАЯ КУЛЬТУРА:

СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА	393
<i>Глава 5.1.</i> Коммуникативная культура как зонтичное понятие	393
<i>Глава 5.2.</i> Технологический комплекс коммуникативной культуры	398
<i>Глава 5.3.</i> Правовой комплекс в системе коммуникативной культуры	418
<i>Глава 5.4.</i> Этический комплекс коммуникативной культуры: история становления и день сегодняшний	434
<i>Глава 5.5.</i> Медиаэтический комплекс в системе коммуникативной этики	448

РАЗДЕЛ 6. КОМПОНЕНТЫ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

<i>Глава 6.1.</i> Культура общения и речевая культура в системе коммуникативной культуры	459
<i>Глава 6.2.</i> Книга и книжная культура	468
<i>Глава 6.3.</i> Информационная культура	480
<i>Глава 6.4.</i> Цифровая и сетевая культуры	485
<i>Глава 6.5.</i> Трансформация коммуникативной культуры в условиях цифровой и социокультурной глобализации	497

РАЗДЕЛ 7. КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД

К КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ	508
<i>Глава 7.1.</i> Коммуникативная компетентность как проявление коммуникативной культуры	509
<i>Глава 7.2.</i> Структурные компоненты коммуникативной компетентности	518
<i>Глава 7.3.</i> Медиакомпетентность	530
<i>Глава 7.4.</i> Уровни коммуникативной компетентности	534
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	554
ПРИМЕЧАНИЯ	556

ВВЕДЕНИЕ

Много лет назад Ю. А. Шерковин писал о том, что коммуникация, возникнув на заре человечества как процесс обмена осмысленными сообщениями в знаковой форме, стала необходимым элементом социального бытия человека. Развитие общества, начиная с самых ранних стадий, всегда сопровождалось совершенствованием средств общения и шло по пути отыскания все более емких каналов для передачи мыслей и эмоций с наименьшими искажениями. Изобретение письменности, позволившей зафиксировать устное слово и передать совокупный результат психической деятельности многих поколений людей во времени и пространстве, было одним из важнейших революционных скачков в эволюции человеческого общества. Принцип знаковой регуляции деятельности и поведения, послуживший психологической основой филогенетического развития человека и его выделения из мира животных, стал одновременно и психологическим фундаментом для возникновения и закрепления форм социального взаимодействия и человеческой культуры. Коммуникация с помощью слова и образа, зафиксированных в какой-либо форме, вытеснила господствовавший в течение многих тысячелетий способ передачи опыта — имитацию. Последняя с появлением средств фиксации изображений и письменности уступила свои когда-то доминирующие позиции знаковой коммуникации, которая сделала возможной передачу и восприятие тончайших оттенков человеческой мысли и эмоциональных переживаний людей, отражавших в своей психической деятельности факты их социального бытия и материального производства¹.

С тех пор системы коммуникации радикально изменились. Но вывод о том, что коммуникация представляет собой необходимое универсальное условие жизнедеятельности человека и одну из фундаментальных основ общества, подтвержден огромным количеством исследований. Вот лишь несколько свидетельств: «Коммуникация — фактор и условие существования любых человеческих общностей, от малых социальных групп до наций и государств»², «Человеческие отношения, да и сама общественная жизнь невозможны без коммуникации»³.

С другой стороны, все более отчетливой и всеми понимаемой становится глубокая внутренняя связь культуры и коммуникации. Еще основоположник теории межкультурной коммуникации Э. Холл высказал идею об однородности и взаимодетерминированности коммуникации и культуры. По его мнению, культура — это коммуникация, а коммуникация есть культура⁴. М. Гирдхам по этому поводу пишет: «Культуры — это не что иное, как одинаковый образ

мыслей и способ деятельности, существующие по причине относительно изолированной внутригрупповой коммуникации. Культуры различаются одна от другой потому, что уровень общения между представителями разных культур ниже, чем между представителями одной культуры. Если бы люди из разных культур общались между собой столько же, сколько они общаются в рамках своей культуры, то сами культуры скоро бы исчезли»⁵. Б. Хаслетт отмечает, что культура и коммуникация приобретаются одновременно и не могут существовать одна без другой⁶. На органическую связь между культурой и коммуникацией указывал Ю. М. Лотман, который отмечал, что культура является коммуникационной системой, обслуживающей коммуникативные функции⁷.

У. Эко полагал, что все явления культуры, являясь знаковыми системами, являются одновременно феноменами коммуникации⁸. Недостаточность познавательных способностей индивида превращает коммуникацию в чередование того, что мы знаем, с тем, чего мы не знаем. А как вообще может быть сообщено нечто неизвестное? Противопоставления и различия заставляют неизвестное всплывать из глубин неведомого⁹. Выявление различий, стремление поведать о них ведет к акту коммуникации. «Другой» всегда вторит голосу «Я». А «Я» структурируется, ассимилируя «Другого». Бесконечность различий, лежащих в основе человеческого бытия, заставляет человека вопрошать о неведанном и сообщать о нем. Обосновывая различие сущего и бытия по месту, У. Эко проговаривает платоновскую идею об «изначальном месте», где помещено бытие: «Но мы-то не там. Мы всегда в *другом месте*»¹⁰.

Впредь всякий, кто хочет объяснить феномен коммуникации, если он последователен, должен считать, что:

- а) язык предшествует человеку и даже учреждает его как такового;
- б) не человек говорит на том или ином языке, но язык «проговаривает» человека (согласно тем законам и правилам, которые человеку не дано познать)¹¹.

К. Ясперс в лекциях «Философская вера» писал, что человек существует, осознавая бытие другого человека, находя в нем ту действительность, с которой он может объединиться в понимании, в общении. Для К. Ясперса очень важно то, что экзистенциальная коммуникация для человека, который уничтожается массой, это путь противостояния массе, ее всеобщности и обезличенности, это путь к истине. Ученый отмечает, что отдельный человек не может обладать истиной и только коммуникация «являет собой образ открытия истины во времени». В коммуникации содержатся те истоки, что объединяют

и протягивают ниточку из прошлого в будущее и наоборот, соединяют людей, и это истоки истины¹².

Впрочем, по поводу связи культуры и коммуникации есть разные точки зрения. В частности, некоторые авторы, например Л. Лоуэнталь, полагают, что конкретный способ общения людей, то или иное средство распространения художественных ценностей не затрагивают глубинных закономерностей самой культуры. Характер общения изменяет внешние, как они полагают, формы духовной деятельности, имеющие отношение к распределению культурных благ, к способу их существования. Поэтому Л. Лоуэнталь не опровергает того факта, что массовая коммуникация на самом деле способна породить определенную разновидность культуры, которая получила сегодня название «массовой». Однако все это, по его словам, лишь углубляет конфликт между подлинным духовным творчеством, имеющим якобы автономный характер, и растиражированными суррогатами культуры¹³.

В противовес данной точке зрения З. Бжезинский полагает, что именно средства массовой информации (радио, печать, телевидение) определяют и сам процесс общения, и фактическое содержание духовных явлений. Заимствуя и переосмысливая некоторые идеи Г. М. Маклюэна, З. Бжезинский утверждает, что структура и содержание общественного сознания зависят не от социально-классовых отношений, а от технических средств распространения информации. Некоторые из этих средств, по его словам (например, печать), содействуют выработке универсального взгляда на мир, что, естественно, накладывает отпечаток и на облик культуры. Другие (например, телевидение), по мнению З. Бжезинского, в силу своей специфики, т. е. способности манипулировать зрительно-слуховым образом, формируют мозаичную картину мира¹⁴.

В этой связи стоит напомнить о том, что задолго до З. Бжезинского К. Маркс писал о новых каналах информации, которые не столько служат интересам большинства общества, сколько используются господствующими классами для формирования удобного им общественного сознания. Применение технических средств связи в сфере культуры ознаменовалось при капитализме не приобщением масс к высшим духовным ценностям, как полагали просветители, а насаждением политической мифологии. «Ежедневная пресса и телеграф, — писал К. Маркс, — который моментально разносит свои открытия по всему земному шару, фабрикует больше мифов (а буржуазные ослы верят в них и распространяют их) за один день, чем раньше можно было изготовить за столетие»¹⁵.

Подчеркивая связь культуры и коммуникации, В. Ю. Боров и А. В. Коваленко вводят понятие культурно-коммуникативной системы, определяя ее как «интегрированное множество всех основных способов передачи культурной информации»¹⁶. Культурно-коммуникативная система «характеризует комплекс средств, способов и форм накопления, фиксации, трансляции и распространения культурного арсенала, осуществляет механизм функционирования социальной (внегенетической) памяти человечества»¹⁷.

О. Бузская утверждает, что коммуникации являются первичным условием взаимопонимания и согласования ценностей, интересов людей, координации социальных институтов, организаций, национальных, этнических, конфессиональных, профессиональных и других общностей. Они по-своему моделируют и организуют социокультурную систему, представляя ее как специфическую матрицу, в которой отражается многомерность бытия современного человека. Поэтому можно сказать, что коммуникации выражают как субъективные (коллективные и индивидуальные) позиции людей, так и объективные системные процессы в культуре и обществе. Более того, они обеспечивают связь и согласование этих и всех других отношений в бытии социокультурной системы в целом. Закономерно, что преобразование и усовершенствование коммуникаций стало в XX в. необходимым фактором и условием развития пространства культуры всего планетарного человечества. Это значит, что изменение социокультурных коммуникаций, способа их организации и функционирования сегодня является важной детерминантой реформ культуры и преобразований общества¹⁸.

Критикуя эту позицию, Л. П. Буева¹⁹ говорит о том, что в этих определениях игнорируется тот факт, что распространение информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм) с помощью технических средств (печати, радио, кинематографа, телевидения) на большие, рассредоточенные аудитории протекает в различных социально-экономических условиях и что функционирование массовой коммуникации и ее содержание в государствах с различными системами общественных отношений принципиально различны. Средства массовой информации, процесс массовой коммуникации социально обусловлены экономическими и политическими факторами и зависят в конечном счете от социальной структуры конкретного общества, системы материальных и идеологических отношений, его истории и культуры. Они активно влияют на все стороны социальной жизни. Именно поэтому общество небезразлично к средствам общения, оно целенаправленно влияет на характер и содержание деятельности различных каналов информации. Средства массовой информации могут быть не только инструментом преобразований общества и че-

ловека, но и инструментом манипулирования общественным сознанием. Средства массовой информации включаются в идеологические процессы, распространяя те или иные социально-политические взгляды. Исследователи, выявляя специфическое содержание культуры и присущие ей особенности формирования и функционирования, подчеркивают, что данное социальное явление носит исторический характер и развивается в зависимости от смены социально-экономических формаций. С точки зрения философии культура и типы общения не противостоят друг другу. Средства общения вовсе не выступают по отношению к культуре как ее нейтральный посредник, своеобразный курьер, доставляющий «нечто» безличному адресату. Они накладывают отпечаток и на содержание духовных процессов²⁰.

Таким образом, констатируем, что между культурой, коммуникацией и информацией есть нерасторжимая связь, без понимания которой невозможно ни понять, что происходит в современной цивилизации, ни использовать открывающиеся возможности для совершенствования нашего жизненного мира. Однако эта связь носит довольно сложный характер и зависит от господствующей системы социальных отношений.

К сожалению, понятия «коммуникация», «информация», «культура» настолько широко распространены и так часто употребляются, что возникает ощущение, будто они всем понятны и тратить время на написание очередной книги на эту тему, а уж тем более на ее чтение, — занятие неблагодарное. Но что-то же заставляет тысячи ученых: философов, социологов, психологов, культурологов, филологов, лингвистов — снова и снова всматриваться в те процессы, которые обозначаются этими привычными словами? Что-то очень важное не схватывается никакими формулировками, и возникает настойчивая потребность сделать это «ускользающее что-то» понятным. В последние десятилетия эти процессы стали интересовать не только гуманитариев, но и бизнесменов, политиков, военных, да и всех людей, поскольку выяснилось, что коммуникация (что бы мы под ней ни понимали) оказывается главной стратегической игрой, в которой определяется успех или неуспех отдельного человека, организации, социальной группы или страны в целом.

Системы коммуникации становятся не просто средством, но начинают выступать в роли субъекта, формирующего мир и реальность вокруг нас. «Мы являемся свидетелями рождения глобальной, иерархически организуемой системы — Интернет. Это исключительно интересно: наблюдать, как она эволюционирует, хотя и понятно, что в конце концов все это есть результат деятельности человека. Несколько шокирует, что подобные иерархические систе-

мы могут возникать и без участия живого, вполне самопроизвольно», — подчеркивает В. Аветисов из Института химической физики РАН²¹. А. Неклесса, председатель комиссии по социокультурным проблемам глобализации, член бюро научного совета «История мировой культуры» при президиуме РАН, уточняет эту мысль: «Между предметами и людьми существует еще одно сообщество — сообщество программ. Они обладают свободой выбора. В этом зазоре между гибкостью человеческого интеллекта и заданностью программ — большая проблема второй половины XXI в.»²².

По мнению некоторых исследователей, в перспективе ближайших 10–20 лет, то есть еще при жизни нынешнего поколения, сегодняшняя *Homo Sapiens* превратится в *eНОМО* — новый вид, который не успеет заметно измениться биологически, но качественно будет все более отличаться от нас за счет симбиоза с новой ИТ-средой. Эти *eНОМО* не возникнут спонтанно: можно сказать, что сами мы, пусть пока еще в небольшой степени, но уже ими являемся. Мы уже не те, что двадцать лет назад, хотя и еще не такие, какими станем в ближайшем будущем. Наступает новый этап цивилизации, касающийся как всего человечества, так и каждого человека: его личности, тела, образа жизни и даже души. Ясно, что в следующие несколько десятилетий не предвидится включения личности в какую-нибудь мегасеть типа «Матрицы», однако сегодняшнюю электронику сменят технологии следующих поколений с приставками био-, нано-, генно- и многими другими, нам пока неизвестными. При этом ИТ начнут все более широкое внедрение в нас искусственных «помощников» — от чипов до армии микророботов, которые займутся кардинальным реинжинирингом нашего организма²³.

Для *eНОМО* станут доступными все накопленные человечеством данные и знания, глобальные технологии вычислений и поиска, экспертные системы в любой области для анализа, оценки, выводов и обобщений. *eНОМО* с потенциалом среднего человека может оказаться равным современному исследовательскому институту, а то и нескольким. Микророботы внутри *eНОМО* будут направлены на радикальную коррекцию его организма, на оптимизацию каждого органа, а то и перестройку тела под идеал без многочасовых занятий бодибилдингом. Медицина недалекого будущего сделает возможным восстановление ограниченных способностей, компенсацию функций глаза, руки, сердца и т. п. Расширятся возможности коррекции психики: ограничение агрессии, блокирование боли, мобилизация и т. п. Тело человека будет становиться все более управляемым, чуть ли не до каждой клетки.

От этих возможностей коммуникационного общества люди вряд ли откажутся, хотя, с другой стороны, трансформация *Homo Sapiens* в *eHOMO* обеспечит прозрачность члена общества практически под всяким углом, делая его идеальным объектом морально-психологического воздействия в любую «правильную сторону».

Все это делает анализ коммуникационных процессов интересной и важной задачей.

Однако приступая к анализу категории «коммуникация», следует учесть несколько немаловажных обстоятельств.

1. Главная идея заключается в утверждении, что реальным импульсом видимых и скрытых изменений в жизни общества являются не информационная революция, не глобализация, не демократизация: это лишь протуберанцы на поверхности той реальной сущности, которая именуется «родовым человеком». Именно сам человек, медленно, но неотвратно переходящий от представления о самом себе как об орудии и функции к представлению о себе как о самоценности, которую стоит и можно защищать, преобразует среду своего бытия, вызывает к жизни те процессы, которые кажутся многим ученым факторами общественного развития. Как выразился один из исследователей, передовой линией прогресса, наряду с генной инженерией и созданием нейрокомпьютеров, все в большей степени становится так называемый «*high-hume*» — технология корректировки и формирования общественного и индивидуального сознания. Суть произошедшей в мире информационной революции 90-х гг. XX в. заключается именно в том, что впервые в истории человечества самым коммерчески эффективным видом деятельности стало преобразование не мертвой природы, но живого человеческого сознания²⁴. Правда, хотелось бы сразу отвести в сторону плоские представления о том, что кто-то кого-то будет преобразовывать. Речь идет о том, что человечество будет преобразовывать себя.

2. Проблемам коммуникации посвящены сотни и даже тысячи великолепных работ известных западных ученых, которых с упоением изучают и цитируют отечественные исследователи. Имена Г. М. Маклюэна, Ю. Хабермаса, Н. Лумана, Э. Гидденса у всех на слуху. Однако читая работы этих и других именитых авторов, все время ощущаешь какое-то беспокойство. Что-то никак не складывается. Ответ подсказал Р. Д. Брэдбери. В его рассказе «Ночная встреча» есть любопытный эпизод. Встретились двое — землянин и марсианин: Томас протянул руку. Марсианин повторил его жест. Их руки не соприкоснулись — они растворились одна в другой²⁵. Похожая ситуация теоретической несоприкасаемости наблюдается сейчас и в сфере теории коммуникации.

3. Стоит напомнить, что на прошедшем 6 сентября 2000 г. под эгидой ООН Саммите тысячелетия главы 185 государств пришли к согласию относительно необходимости совместными усилиями искоренить нужду и несправедливость, обеспечить устойчивое развитие мирового сообщества с учетом соблюдения экологической безопасности и рационального использования природных ресурсов. На этом форуме неоднократно подчеркивалось, что информация и культура пронизывают и определяют все сферы жизнедеятельности современного человека. При этом отмечалось, что существующие социально-экономические и экологические проблемы свидетельствуют не о недостатке производительных сил человечества, а о социокультурном, духовно-нравственном кризисе межнациональных и социальных отношений. Однако произнесенные на этом форуме прекрасные слова так и остались словами, а вместо мира взаимодействующих ради общих целей сообществ людей мы имеем мир противоборствующих государств, каждое из которых стремится доказать всем другим, что его сегодняшние интересы важнее интересов всех остальных стран. В угоду этим интересам, очень часто никак не сформулированным, разворачивается открытая и скрытая борьба, результатом которой является продолжающееся уничтожение мировых ресурсов и очень часто — человеческих жизней.

Былые надежды на то, что Интернет и новые информационно-коммуникационные технологии помогут преобразовать мир в лучшую сторону, остались в прошлом. Да, информационные технологии сделали возможным мгновенное распространение контента на весь мир. Заинтересованный потребитель может при желании (или без него) получить последние новости из Нью-Йорка, Токио, Сиднея в течение нескольких секунд. Вместе со скоростью доставки и площадью охвата аудитории резко увеличился и объем предоставляемой информации. Однако на практике основу распространяемого контента составляют зрелища, а в хаосе предъявляемых образов действительности и мнений уже невозможно найти какую-либо логику. Вклад Интернета в экономику и жизнь в целом также явно переоценен. Пришло время разбираться в том, почему интеграционные процессы в мировом медиапространстве привели к доминированию транснациональных корпораций, которые совсем не заинтересованы в установлении нового информационного порядка. Почему люди, оказываясь встроенными во все более всеохватную и быстродействующую коммуникационную сеть, располагают все меньшей возможностью лично влиять на объем циркулирующей в ней информации или темп быстрого действия, не говоря уж о том, чтобы контролировать их?

Почему увеличение возможностей для свободного участия людей в производстве информации приводит к росту объемов агрессивного контента? Почему со всех сторон слышны жалобы на взлом средств защиты информации, вирусные атаки и т. п.? И еще много других «почему».

Завершая предварительный ввод в проблему, необходимо сделать терминологическое уточнение. Речь идет об употреблении в тексте данного учебного пособия таких определений, как «коммуникационный» и «коммуникативный». Строго говоря, понятие «коммуникационный» предпочтительно использовать, когда анализируются соответствующие процессы в институциональной сфере, а понятие «коммуникативный» — когда обсуждаются проблемы коммуникации, осуществляющейся между неинституционализированными субъектами: в сфере межличностного, группового общения. Однако поскольку коммуникация как процесс и как деятельность в реальной жизни достаточно часто затрагивает систему отношений, складывающуюся между социальными институтами и индивидами, отчетливое разведение этих определений представляется затруднительным. Поэтому в данном пособии определения «коммуникационный» и «коммуникативный» используются как синонимы. То же самое относится к понятиям «массовая коммуникация» и «массовые коммуникации». Некоторые авторы описывают очень тонкие различия между ними, но на наш взгляд, этими различиями можно пренебречь и использовать данные понятия как синонимы.