



И.М. Дзялошинский

**ЭКОЛОГИЯ МЕДИАСРЕДЫ:
ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Монография



Москва 2016

УДК 659.4

ББК 76

Д 43

*Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного
проекта № 15-03-00514 "Экология медиасреды:
проблемы безопасности и рационального использования
коммуникативных ресурсов"*

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью факультета журналистики
Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова

В.М. Горохов;

доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник
научно-исследовательской лаборатории по изучению актуальных
проблем журналистики факультета журналистики

Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова

М.В. Шкондин

Дзялошинский, И.М.

Экология медиасреды: этические аспекты. Монография /
И.М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2016. – 501 с.

ISBN 8-978-5-8429-1318-4

Замысел настоящей монографии – представить читателю
объемную картину состояния современной медиасреды с одной
стороны, и моральных регуляторов поведения людей – с другой.
Необходимость совмещения этих двух предметов рассмотрения
обусловлена настоятельной потребностью разработки универсальной
медиаэтики, которая могла бы стать эффективным инструментом
регулирования поведения участников медиапроцессов.

Монография предназначена для преподавателей
коммуникационных дисциплин, исследователей коммуникационных
процессов, студентов бакалаврских и магистерских курсов, слушателей
МБА и программ переподготовки. Книга будет интересна журналистам,
руководителям и сотрудникам служб по связям с общественностью,
специалистам в области рекламы.

УДК 659.4

ББК 76

ISBN 8-978-5-8429-1318-4

© Дзялошинский И.М., 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
РАЗДЕЛ I. МЕДИАКОММУНИКАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ВОЗМОЖНЫЕ УГРОЗЫ	10
Глава 1. Коммуникация: основные подходы к пониманию	10
1.1. Информационно-кибернетический подход	12
1.2. Коммуникация в системе человеческой активности	17
1.3. Коммуникация как общение	20
1.4. Деятельностный подход к коммуникации	30
1.5. Коммуникация в системе социального взаимодействия	33
1.6. Синкретические модели коммуникации	54
Глава 2. Массовая коммуникация: основные особенности	56
2.1. Теоретические модели массовой коммуникации	56
2.2. Институты массовой коммуникации	71
2.3. Медиа, масс-медиа, СМИ: определение понятий	80
2.4. Масс-медиа = массовая коммуникация в цифровую эпоху	84
2.5. Медиа как универсум и индустрия	102
Глава 3. Экологические проблемы, связанные с развитием массового медиапроизводства	114
3.1. Медиаугрозы и способы защиты: мнения экспертов и населения	114
3.2. Теории медиабезопасности	131
3.3. Теории медиаобразования	137
3.4. Теории медиаэтики	145
РАЗДЕЛ II. МОРАЛЬНЫЕ РЕГУЛЯТОРЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ: ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ	148
Глава 4. Культура, личность, мораль: структурные и динамические взаимоотношения	148
4.1. Социальные и моральные нормы	148
4.2. Основные подходы к пониманию морали	155
4.3. Институционализация морали и проблемы прикладной этики	163
4.4. Мораль в системе культуры	169
4.5. Типы культурно-моральных систем	174
4.6. Мораль и личность	183

Глава 5. Картография морально-этического пространства	237
5.1. От первобытных обычаев к учителям человечества	237
5.2. Эпоха формирования основных религиозно-этических систем	239
5.3. Основные подходы к структурированию этического пространства	252
5.4. Этические системы, ориентированные на поиск смысла жизни	255
5.5. Этические системы, ориентированные на регулирование конкретных поступков	278
5.6. Этические системы, ориентированные на регулирование взаимодействия с другими людьми	296
Глава 6. Четыре общества - четыре морали?	307
6.1. Общественная мораль: содержание, функции, структура	307
6.2. Типы обществ и типы общественной морали	325
6.3. Закрытое и открытое общества: моральные особенности	342
6.4. Гражданское общество и гражданская мораль	359
6.5. Моральные проблемы постиндустриального общества	390
Глава 7. Социальные общности в системе морального регулирования	427
7.1. Социальные общности и социальные сообщества: основные виды	427
7.2. Этнические и национальные общности	430
7.3. Класс, масса, толпа как социальные общности	436
7.4. Социальный круг как социальная общность	451
7.5. Социальная группа: характеристики и виды	454
7.6. Публика как специфический вид группы	471
7.7. Профессиональные сообщества и профессиональная мораль: формирование и развитие	476
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	491
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	493

И.М. Дзялошинский

**Экология медиасреды:
этические аспекты**

Монография

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью
факультета журналистики Московского государственного университета
им. М.В. Ломоносова

В.М. Горохов;

доктор филологических наук, профессор,
ведущий научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории по
изучению актуальных проблем журналистики факультета журналистики
Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова

М.В. Шкондин

Подписано в печать 26.12.2016
Формат 60x84 1/16. Гарнитура Times New Roman.
Печать цифровая. Бумага офсетная.
Усл. печ. л. 30,4. Тираж 500 экз.
Заказ № 1903

Издательство Академии повышения квалификации
и профессиональной переподготовки работников образования
125212, Москва, Головинское шоссе, д. 8, корп. 2.

Отпечатано в типографии
Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»
125319, Москва, Кочновский проезд, д. 3.