УДК 172.4:316.77

ТОРМОШЕВА В.С.

Социально-философское измерение понятия международная коммуникация

В статье предпринята попытка современного осмысления понятия *международная коммуникация*, традиционно очерченного политическими рамками. Социально-философский анализ позволил выявить факторы влияния на сущностные характеристики данного феномена: множество направлений реализации (институциональная, кризисная, маркетинговая, межконфессиональная, межэтническая, научная, политическая, профессиональная, финансовая и др. коммуникации), различные территориально-иерархические уровни (локальный, региональный, глобальный), все виды коммуникационного воздействия (межличностный, межгрупповой, массовый). Установлено, что международная коммуникация формирует общественное мнение не только в политической, но и в экономической, социальной и культурной среде. Последствия развития международной коммуникации носят дуальный характер, проявляя как созидательный, так и разрушительный потенциал.

Ключевые слова: глобализация, глобальная коммуникация, международная коммуникация, мировая коммуникация, международные отношения, постиндустриальная эпоха.

Феномен международной коммуникации, по утверждению ряда учёных (англ. H. Mowlana[1]; N. Schoonraad, E. Bornman & Z. Lesame[2]; M. Stephens[3]), имеет такую же долгую историю как человеческое общество и возник, когда люди стали объединяться в общественные группы и обмениваться товарами и идеями. Так, Ингрид Фолкмер (англ. Ingrid Volkmer) отмечает[4], что новости приобрели международный характер уже в XV в., когда торговцы из Антверпена, Венеции, Нюрнберга обменивались со своими зарубежными партнёрами информационными письмами для урегулирования экономических вопросов и выработки общих ценностей.

Однако глобальный охват международная коммуникация приобрела благодаря развитию технических средств. Этот процесс, по мнению Ховарда Фредерика (англ. Howard H. Frederick)[5], начался с развития транспортных технологий, а именно создания парового двигателя и двигателя внутреннего сгорания. Последовавшая за этим коммерциализация прессы привела к созданию международных новостных агентств (Reuters, Associated Press, AFP) в XIX в. Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в конце XX в. привело к появлению новых форм международного взаимодействия не только на межгосударственном уровне, но и на внегосударственном: между бизнес-структурами, общественными движениями и отдельными индивидами. Национальные, территориальные и культурные границы стали более прозрачными. Мир превратился в глобальную электронную деревню, где информация выступает основным товаром и ресурсом.

Все эти изменения не могут не коснуться понятийной сферы международной коммуникации. Однако до сих пор широко распространено традиционное понимание термина *международная коммуникация*, связанное с процессами взаимодействия между двумя или более национальными государствами. Хамид Моулана (англ. Hamid Mowlana)[6] объясняет это тем, что *международная коммуникация* как область исследования изначально представляет собой одно из направлений международных отношений. Как следствие, *международная коммуникация* ассоциируется с

взаимодействием на межгосударственном и межправительственном уровнях посредством дипломатии и правительственной пропаганды, с помощью которых сильные государства навязывают миру коммуникационную повестку дня.

На наш взгляд, отождествление международной коммуникации исключительно с внешней политикой государства является сегодня терминологически неверным. Мы предлагаем рассматривать искомый феномен в социально-философском контексте, что позволит вывести его за традиционные рамки политической сферы. Для получения социально-философского портрета международной коммуникации мы: 1. определим её сущностные характеристики на основе современных трактовок понятия *международная коммуникация*, предложенных отечественными и зарубежными исследователями; 2. выявим последствия влияния международной коммуникации на общественные процессы.

Терминологические искания исследователей привели к тому, что наряду с использованием понятия *международная коммуникация* получили распространение и такие понятия как *глобальная коммуникация* ("global communication"[7]) и *мировая коммуникация* ("world communication"[8]). Данные сочетания можно обнаружить в заголовках ряда авторитетных социофилософских работ конца XX – начала XXI в. Часто они используются в качестве синонимов понятия *международная коммуникация.* Кроме того, существует мнение, что термин *международная* устарел и не отражает глобальный характер коммуникации постиндустриальной эпохи. Так, вопрос об актуальности использования данного термина поднимается уже с середины 90-х годов XX в.

Поддерживая многочисленные идеи о необходимости нового осмысления терминологии международной коммуникации, отражающего реалии современного мира, мы в настоящей работе, тем не менее, придерживаемся понятия *международная коммуникация.* Приведём ряд аргументов. *Во-первых*, за разделом науки о коммуникации, занимающимся вопросами глобальной коммуникации, закреплено название *международная коммуникация*. *Во-вторых*, использование данного термина принято как российским, так и зарубежным академическими сообществами. *В-третьих*, многочисленные аспекты данного феномена делают возможным параллельное использование понятий *мировая коммуникация* и *глобальная коммуникация.*

Мы провели обзор современных трактовок понятия *международная коммуникация*, предложенных отечественными и зарубежными исследователями (И.В. Алёшиной, Ж.-П. Бодуаном, Г.Г. Почепцовым, Р.Л. Стивенсоном, Д.К. Туссу, И. Фолкмер и др.), что позволило нам выявить ряд сущностных характеристик искомого феномена применительно к постиндустриальной эпохе.

Во-первых, данный феномен выходит далеко за рамки исключительно политической сферы и имеет социокультурный характер. Об этом, к примеру, пишет Д.К. Туссу (англ. Daya Kishan Thussu), определяя международную коммуникацию как "коммуникацию, преодолевающую международные границы"[9] . Согласно Роберту Л. Стивенсону (англ. Robert L. Stevenson), социокультурный характер международной коммуникации выражается в том, что она является "разновидностью культурного империализма и характеризуется использованием мультинациональной информационной индустрии в качестве замены колониальным армиям XVIII–XIX веков"[10]. Г.Г. Почепцов, описывая международную коммуникацию, акцентирует внимание на том, что это "особый объект", обладающий рядом социокультурных характеристик[11]. Она осуществляется между структурами, имеющими принципиально разные системы кодирования (национальные картины мира, национальные логики), и проходит под более жёстким контролем, чем коммуникация в рамках одной культуры, что вызывает резкое возрастание искусственности, т.е. более сильное соответствие коммуникантов своему социокультурному коду. И.В. Алёшина считает международную коммуникацию фактором общественного прогресса и определяет её как "обмен информацией между двумя и более людьми, пересекающий национальные и культурные границы"[12]. В.Б. Кашкин выделяет традиционный и современный

уровни осуществления международной коммуникации. Традиционный уровень характерен для политической сферы и представлен официальной дипломатией. В свою очередь современный уровень представлен в виде народной дипломатии[13]. Следует отметить, что наряду с использованием методов *народной дипломатии* получило развитие и достаточно новое явление *культурная дипломатия* (cultural diplomacy), под которой понимается "коммуникация посредством культурных ценностей и идей"[14].

Во-вторых, данный феномен реализуется в большом разнообразии направлений общественной жизни. Вслед за специалистом международного уровня в сфере общественных связей Жаном-Пьером Бодуаном (фр. Jean-Pierre Beaudoin) назовём некоторые из них[15]: международная коммуникация как часть институциональной (корпоративной) коммуникации; международная коммуникация как часть коммуникации товаров, торговых марок и услуг; международная финансовая коммуникация; международная коммуникация с органами государственной власти; международная кризисная коммуникация.

Н.А. Багдасарова[16] и Н.Г. Попова[17] акцентируют внимание на международной научной коммуникации, т.е. коммуникации международного академического сообщества, в которую реально или виртуально вовлечены участники международных конференций, симпозиумов или совещаний. Неоспоримое доминирование английского языка в мировой науке, политике, технике, бизнесе, туризме, спорте, попкультуре делает его *lingua franca*, или контактным языком эпохи глобализации. При этом, по справедливому замечанию Н.Г. Поповой, процесс достижения взаимопонимания в межлингвистическом общении усложняется значительным влиянием помех – социокультурных ингибиторов коммуникации: стереотипов, предрассудков, несовпадения уровней культурной компетенции акторов коммуникации[18].

А.С. Изотова, в свою очередь, выделяет такое направление как международное профессиональное сотрудничество, в котором значительная роль принадлежит англоязычным коммуникациям[19]. Характеризуя данное направление, исследователь наряду с необходимостью достаточно высокого уровня владения иностранным языком отмечает умение адекватно интерпретировать и принимать социокультурное многообразие партнёров по коммуникации. Это означает коммуникативно ориентированное владение иностранным языком в профессионально значимых ситуациях межкультурного делового общения, которое обеспечивает принятие коммуникантами социокультурной специфики иносоциума и эффективную передачу информации профессионально-делового характера на иностранном языке.

К проявлениям международной коммуникации Е.В. Толстихина добавляет следующие виды[20]: межэтническая коммуникация, межконфессиональная коммуникация, коммуникация на межперсональном уровне между иноязычными социальными субъектами, а также коммуникация между различными этносоциальными общностями и разными национальными социальными институтами. Тем самым международная коммуникация представлена большим количеством направлений (институциональная/корпоративная, кризисная, маркетинговая, межконфессиональная, межэтническая, научная, политическая, профессиональная, финансовая и др.), которые осуществляются на различных территориально-иерархических уровнях (локальном, региональном, глобальном) и реализуются через все виды коммуникационного воздействия: от межличностного до межгруппового и массового.

В-третьих, современная трактовка международной коммуникации в обязательном порядке учитывает фактор влияния на общественное мнение.

Так, согласно данным Центра международных исследований Массачусетского университета (MIT Center), "слова, действия или отношения могут быть определены как международная коммуникация, когда они оказывают влияние на умы отдельных индивидов, официальных лиц или групп из других стран"[21].

В этой связи приведём мнение Р.Л. Стивенсона относительно влияния международной коммуникации в глобальном масштабе[22]. Оно выражается в следующем: *англо-американском доминировании* (The Anglo-American Dominance), *триумфе*

независимой журналистики (The Triumph of Independent Journalism) и *появлении новых медиамагнатов* (The Growth of a New Generation of Media Moguls). Рассмотрим каждую из тенденций подробнее.

Наиболее наглядно *англо-американское доминирование* проявляется в сфере производства и распространения новостей. Так, англо-американскими являются три из четырёх крупнейших мировых новостных агентств (AP, UPI, Reuters) и крупнейшие агентства теленовостей (CNN, Visnews, Worldwide Television News, CBS International). Значительное влияние имеют ежедневное англоязычное издание *the International Herald Tribune* и международные выпуски *the Wall Street Journal, Time, Newsweek, the Economist.* Во многих уголках земного шара такие ресурсы как the BBC World Service и the Voice of America, являются основными источниками информации. Что касается влияния англо-американской поп-культуры, то исследователи отмечают его дальнейшее усиление по сравнению с политическим влиянием, которое несколько утратило позиции в мире. В сфере технологий США по-прежнему являются мировым лидером, производя портативные спутниковые системы глобальной телекоммуникации, навигации и связи новейшего поколения.

Триумфом независимой журналистики Р.Л. Стивенсон называет беспрецедентную роль в борьбе с коммунистическим режимом, которую сыграли западные медиа. Медиасистемы коммунистического лагеря, созданные по образцу ленинской модели пропаганды, агитации и централизованного контроля, потерпели крах в борьбе с западными медиа. Так, перестала выходить газета “Правда”, радио “Москва” было вынуждено продать свои передатчики западным вещательным станциям. Показательно, что Президент СССР М.С. Горбачёв, находясь в изоляции во время неудачной попытки государственного переворота, получал информацию из западных коротковолновых радиостанций.

Подобная участь постигла и считавшуюся альтернативой западной и коммунистической медиамоделям модель развивающей журналистики (Development journalism). Новостные агентства NANA (The Non-Aligned News Agencies) и PANA (The Pan-African News Agency), строившие свою работу по принципу развивающей журналистики, не добились успеха и к 90-м гг. XX в. находились на грани краха. Жители развивающихся стран обратились в поисках информации и модели развития к западным медиа.

Развитие глобальной коммуникационной системы сопровождается *появлением нового поколения медиамагнатов.* Наиболее известным с точки зрения англо-американского влияния считается американец австралийского происхождения Руперт Мёрдок (англ. Rupert Murdoch), владеющий СМИ в разных уголках земного шара: Австралии, Великобритании, Гонконге, Северной Америке, Фиджи. Широкое распространение получило понятие *мёрдокизация СМИ* (‘Murdochization’ of the media)[23]. Влиятельные медиамагнаты существуют и среди политиков европейских и латиноамериканских стран. Причём многие из них имеют тесные связи с США: Hersant and Lagardere (Франция), the Springer House (Германия), Berlusconi (Италия), Marinho (Бразилия), O”Farrill (Мексика). Американское доминирование в новостной сфере проявляется в том, что новостная сеть CNN является самой влиятельной в мире.

В-четвёртых, международная коммуникация является процессом неоднородным, неравномерно осуществляемым в масштабе земного шара.

Так, ряд учёных не разделяют идею о существовании универсальной глобальной среды, создание которой стало возможным благодаря глобализирующей роли Интернета. К примеру, И. Фолкмер пишет о региональных особенностях медиа как факторе прямого влияния на включённость территорий в международную коммуникацию. В зависимости от специфики развития медиа исследователь выделяет пять типов регионов[24]:

· среда, которая характеризуется низким уровнем развития технической инфраструктуры (Spillover Environment): африканские, азиатские и югоамериканские территории;

· среда ограниченного доступа к международной коммуникации (State-regulated limited international communication environment), т.е. территории, где существует

практика жёсткой цензуры местных медиа при минимальном контроле над международными (коммерческими) программами: Бангладеш, Индия, Китай, Малайзия, Мьянма, Сингапур;

· посткоммунистическая среда (Post communist transition), где коммерческий медиарынок формируется на фоне использования социалистических принципов медиаполитики и проблемы лицензирования деятельности местных и региональных вещательных станций: Россия и бывшие республики СССР;

· плюралистическая среда (Pluralist Environment), которая характеризуется минимальным вмешательством государства в медиарегулирование, а сами медиа выступают в качестве коммерческих предприятий: США;

· дуалистическая среда (Dualist Environment), где параллельно существуют общественные и коммерческие каналы, медиа и телекоммуникации регулируются государством, а развитие Интернета происходит медленными темпами.

Резюмируя, отметим: приведённая классификация регионов свидетельствует о том, что в современном мире соседствуют технологический прорыв и технологическая отсталость, информационная открытость и ограничение доступа к информационным ресурсам, плюрализм мнений и жёсткое государственное медиарегулирование. Как следствие, ткань международной коммуникации имеет неоднородную плотность и разнонаправленность информационных потоков, что не позволяет говорить о её стройности и упорядоченности. Тем самым международная коммуникация пребывает в динамичном состоянии эволюционных изменений, оказывая значительное влияние на современные глобальные, национальные и локальные системы.

Что касается последствий развития международной коммуникации в XXI веке, то они многочисленны, разнообразны, противоречивы, касаются широкого круга проблем и влекут за собой ещё более значительные изменения. Рассмотрим экономические, политические, социальные и культурные последствия глобализации коммуникации.

В экономическом плане, согласно Э. Борнман и Н. Скунраад (англ. Elirea Bornman & Norlй Schoonraad)[25], возникновение коммуникационных сетей сыграло главную роль в усилении интернационализации и либерализации экономической деятельности. Благодаря стремительному развитию ИКТ географические и временные расстояния больше не являются препятствием для международной торговли, движения капитала и другой экономической активности. Возник глобальный рынок, не имеющий границ. Глобальные коммуникационные сети дают возможность транснациональным корпорациям управлять своими подразделениями, находящимися в любом уголке земного шара. Связи внутри глобального рынка стали во многом зависимы от потоков международной информации, обеспечиваемых современными ИКТ. Таким образом, доступ к информации и современным ИКТ является сегодня определяющим условием экономического развития.

В политическом плане глобальные коммуникации, согласно Э. Борнман[26], помогают не только поддерживать законность, суверенитет и авторитет государства, но и имеют серьёзные последствия для международных отношений. Национальные границы в современном мире не могут служить препятствием для потоков информации. В этом смысле глобальная коммуникация бросает вызов авторитету национальных правительств и одновременно придаёт силу голосам малочисленных групп общественности, проживающих в данной стране. Разнообразные интерактивные формы глобальной коммуникации обеспечивают пространство общения для самых разных групп общества. Принадлежность к определённой территории больше не служит определяющим фактором для идентификации общественной группы.

Глобальная коммуникация меняет правила международных отношений. Во-первых, современные ИКТ способствуют распространению научных достижений, технологий, разного рода идей из силовых центров к периферии. Международные отношения, с одной стороны, получили дальнейшее развитие благодаря глобальной коммуникации. С другой стороны, глобальная коммуникация

оказывает и негативное влияние на международные отношения. Появление глобального гражданского общества, которое характеризуется наличием большого количества негосударственных акторов, неправительственных и межправительственных организаций, транснациональных корпораций, включая транснациональные медиакорпорации, в значительной степени усложняет контекст международных отношений и дипломатии. Транснациональные корпорации продолжают изменять экономическую инфраструктуру, торговые, внутренние и политические отношения, что влияет на национальную безопасность, урегулирование военных вопросов, сбор, анализ и распространение разведданных, противодействие терроризму. Ещё одним фактором, усложняющим контекст международных отношений, является обострение межнациональной проблематики, что выражается "в политике религиозного, этнического и/или расового фетишизма"[27]. Глобальные медиасистемы используют пропаганду и публичную дипломатию в качестве важных факторов влияния в международных отношениях. Таким образом, глобальная коммуникация радикально меняет природу силовых и информационных составляющих в международных отношениях.

В социальном плане глобальные коммуникационные сети привели к реализации идеи МакЛюэна о глобальной деревне, где существует глобальная взаимозависимость и глобальное сотрудничество между неправительственными организациями в различных областях, а именно: права человека, права женщин, вопросы охраны окружающей среды. Общественные отношения сегодня не ограничиваются территориально. Напротив, они носят глобальный характер, поскольку современные ИКТ создают и поддерживают их вне каких-либо пространственных или временных ограничений.

В культурном плане глобальные коммуникации, по мнению Маджида Теграняна (англ. Majid Tehranian), создают новую потребительскую культуру фетишизации посредственности ("a new global Coca-Colonized pop culture of commodity fetishism"[28]), которая поддерживается глобальной индустрией рекламы и развлечений. В человеческом измерении новая общественная, политическая и экономическая ситуация привела как к взаимодействию культур, так и к конфронтации между ними. Таким образом, международная коммуникация влияет на природу межкультурной коммуникации.

Однако, как отмечает М. Тегранян, одним из наиболее важных последствий является стирание границ между технологической, экономической, политической, социальной и культурной сферами. И традиционные медиа (печать, фотография, кино, радио, телевидение и видео), и современные ИКТ (телефон, телеграф, спутники и компьютеры), которые развивались практически независимо друг от друга, сегодня объединены в глобальную цифровую телекоммуникационную сеть. Каждая из технологий, которая ассоциировалась с определённой индустрией, сегодня является частью единой мультимедийной среды. Международная коммуникация, с одной стороны, выступает одним из главных факторов, способствующих глобализации, развитию и распространению таких явлений, как национализм, регионализм, фундаментализм. С другой стороны, возможности международной коммуникации используются силами, выступающими против глобализации.

Таким образом, нам удалось показать, что именно социально-философское измерение понятия *международная коммуникация* позволяет отразить современное состояние данного феномена: его многогранность, динамичность и противоречивость. Это измерение заключается в ряде принципиальных положений. Международная коммуникация имеет сегодня глобальный охват, формируя общественное мнение через множество направлений (институциональная/корпоративная, кризисная, маркетинговая, межконфессиональная, межэтническая, научная, политическая, профессиональная, финансовая и др.), реализуясь на различных территориально-иерархических уровнях (локальном, региональном, глобальном) через все виды коммуникационного воздействия: от межличностного до межгруппового и массового. Наиболее значительным в международной коммуникации является англо-американский ракурс влияния, что выражается в деятельности крупнейших мировых медиа и медиамагнатов. Последствия

развития международной коммуникации наблюдаются во всех сферах общественной жизни – экономической, политической, социальной, культурной. При этом они носят дуальный характер, проявляя как созидательный, так и разрушительный потенциал. Сложность и неоднозначность феномена международной коммуникации делает его, на наш взгляд, перспективным с точки зрения дальнейших социально-философских исследований.

---

[1] Mowlana, H. 1996. Global communication in transition: the end of diversity? Thousand Oaks, CA: Sage.

[2] Schoonraad, N., Bornman E. & Lesame Z. 2001. The media and technology of international communication. In International communication: only study guide for COM305-C. E. Bornman, P. Fourie, Z. Lesame and N. Schoonraad (eds), 51–146. Pretoria: Department of Communication, University of South Africa.

[3] Stephens, M. 1988. History of News. From the Drum to the Satellite. New York: Viking.

[4] Volkmer, I. International Communication Theory in Transition: Parameters of the New Global Public Sphere // [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://web.mit.edu/comm-forum/papers/volkmer.html.

[5] Frederick, H.H. 1993. Global communication & international relations. Belmont, CA: Wadsworth.

[6] Mowlana, H. 1997. Global information and world communication: new frontiers in international relations. Thousand Oaks, CA: Sage.

[7] Frederick, H.H. 1993. Ibid.; Hamelink, C.J. 1983. Cultural autonomy in global communications. New York: Longman; Mowlana, H. 1996. Ibid; Stevenson, R.L. 1994. Global communication in the twenty-first century. New York: Longman; Tehranian, M. n.d.. Global communication and international relations: changing paradigms and policies // The International Journal of Peace Studies. Vol. 2, № 1, Jan. 1997; Tehranian, M. 1999. Global communications and world politics: domination, development and discourse. Boulder: Lynne Riener; Thussu, D.K. 2005. From MacBride to Murdoch: the marketisation of global communication. Javnost – The Public 12(3): 47–60.

[8] Hamelink C.J. 1994. Trends in world communication – on disempowerment and self-empowerment. Penang: Southbound; Mowlana, H. 1997. Global information and world communication: new frontiers in international relations. Thousand Oaks, CA: Sage.

[9] Thussu, D.K. 2000. International communication: continuity and change. London: Arnold. P. 1.

[10] Stevenson, R.L. Defining International Communication as a Field // Journalism quarterly Vol. 69, № 3, Fall 1992. P. 544.

[11] См. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер". 2001. С. 567.

[12] Алёшина И.В. Постиндустриальное общество и международные коммуникации // Международное сотрудничество, 2000, № 2. С. 22–26.

[13] Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации // [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://kachkine.narod.ru/CommTheory/3/Web Comm3.htm.

[14] Ryniejska-Kieldanowicz, M. Cultural Diplomacy as a Form of International Communication // [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://instituteforpr.org.

[15] Бодуан Ж.-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство: Пер. с фр. – М.: ИНФРА-М, 2001. С. 163–176.

[16] Об этом подробнее см.: Багдасарова Н.А. Многополярная межкультурная коммуникация: публичные выступления // Филологические науки в МГИМО. М.: МГИМО-Университет, 2008; Багдасарова Н.А. Новая ситуация в статусе английского языка и публичные выступления в контексте межкультурной коммуникации // Материалы межвузовского семинара по лингвострановедению. МГИМО МИД РФ. 2008. МГИМО-Университет, 2008; Багдасарова Н.А. Lingua franca эпохи глобализации // Материалы конференции "Пути повышения конкурентоспособности экономики России в условиях глобализации", МГИМО (У) МИД РФ. МГИМО-Университет, 2008.

[17] Попова Н.Г. Межлингвистическая коммуникация как вид социокультурного взаимодействия. Автореф. дис. … канд. соц. наук. Екатеринбург, 2008.

[18] Там же. С. 12.

[19] Изотова А.С. Англоязычные коммуникации в контексте межкультурного и социального взаимодействия. Автореф. дис. … канд. соц. наук. М., 2006. С. 15.

[20] Толстихина Е.В. Коммуникативный дискурс в межкультурной коммуникации. Автореф. дис. … канд. филос. наук. Ростов-на-Дону, 2010. С. 9.

[21] Mowlana H. 1996. Ibid. P. 9.

[22] Stevenson R.L. Ibid. P. 543–553.

[23] См., например: Thussu D.K. The "Murdochization" of news? The case of Star TV in *India* // Media, Culture & Society. July 2007, vol. 29 no. 4: 593–611.

[24] Volkmer, I. Ibid.

[25] Bornman E. & Schoonraad, N. *Globalisation and international communication: an introduction*. In *International communication: only study guide for COM305-C.* E. Bornman, P. Fourie, Z. Lesame and N. Schoonraad (eds), 1–50. Pretoria: Department of Communication, University of South Africa, 2001.

[26] Bornman E. *Struggles of identity in the age of globalization* // Communicatio 29 (1&2), 2003. P. 24–47.

[27] Madikiza L., Bornman E. Ibid. P. 15.

[28] Tehranian, M. n.d.. Ibid.