

К КАНДИДАТСКОМУ ЭКЗАМЕНУ «ИСТОРИЯ И ФИЛОСОФИЯ НАУКИ»

И. П. Кужелева-Саган

ОСНОВНЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПАРАДИГМЫ В СФЕРЕ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АСПЕКТ

Томский государственный университет

Целью публикации является обзорный анализ работ отечественных авторов последних десяти лет с точки зрения типологизации (классификации) исследовательских парадигм, существующих в области социальных коммуникаций. Со времен Т. Куна, впервые введшего понятие «парадигма» [1] в общенаучный категориальный аппарат, данный термин, благодаря активному использованию теоретиками, получил различные трактовки¹. В настоящее время под парадигмой понимается не только «концептуальный каркас и нормативная рамка научной деятельности» [2], разделяемые определенной группой или научным сообществом, но и «наиболее общая схема, в рамках которой мыслит человек» [3]. В данной публикации мы будем употреблять этот термин в разных значениях в зависимости от контекста, в том числе в значении «совокупности философских и/или научных взглядов» и «для различения одного научного направления от другого» [4].

Знание существующих «коммуникационных» парадигм и их типологизаций весьма актуально: в распоряжении исследователя оказывается определенный спектр методологических рамок, через призму которых возможно изучение различных видов социальной коммуникации: паблик рилейшнз, рекламы и др. Первоначально предполагалось выделить представленные в отечественной научной литературе направления-парадигмы и сгруппировать их по тем или иным принципам. Но по мере изучения источников мы все больше приходили к мнению о неприемлемости такого алгоритма, поскольку выяснилось, что в некоторых случаях авторы по-разному трактуют одни и те же подходы. Поэтому мы решили сразу остановиться на авторских концепциях с последующим обобщением их в некоторую картину состояния отечественной рефлексии

по поводу как уже реализовавшихся, так и наиболее перспективных парадигм коммуникационных исследований. Критериями отбора концепций послужило следующее: их соотнесенность с областью гуманитарного знания (социально-философского и социально-научного); наличие в них какой-либо типологизации подходов к коммуникации той или иной степени общности.

Обзор авторских концепций мы начнем с позиции В. Паринава, согласно которой существуют два наиболее общих подхода к пониманию сущности и роли коммуникации в обществе: *субстанциальный* и *атрибутивный*. В соответствии с первым, информационно-коммуникативная реальность наделяется свойствами социальной субстанции. Во втором случае коммуникация рассматривается как один из атрибутов современного общества. По мнению В. Паринава, «субстанциальный подход содержит большое преувеличение роли информационно-коммуникативной реальности в обществе, которая на самом деле является лишь функциональным средством...» [5]. Соответственно сам В. Паринков предпочитает атрибутивный подход, отмечая при этом, что тенденции развития современной информационно-коммуникативной реальности дают повод рассматривать ее как новое субстанциальное начало общественной жизни. Нельзя не отметить противоречивости позиции автора, а также то, что наличие предиката «информационный» указывает на вполне определенное понимание им коммуникации как *информационного* феномена.

Мы не могли пройти мимо исследования М. Гундарина, поскольку одной из главных его задач была именно «типологическая парадигмальная дифференциация существующих подходов к определению сущности и социальной роли процессов массовой коммуникации» (МК) [6]. М. Гундарин приходит

¹ А. Резаев, ссылаясь на М. Мастерман, пишет, что у самого Т. Куна в книге «Структура научных революций» термин «парадигма» имеет, по крайней мере, двадцать одно значение (Masterman M. The Nature of Paradigm//Criticism and Growth of Knowledge. Cambridge, 1970).

к выводу, что с 20-х годов XX в. в мировом масштабе сложились две обширные исследовательские парадигмы – *структурно-функционалистская* и *социокультурная*. Для первой из них характерно понимание МК как одного из многих процессов, выполняющих строго определенные, прагматически заданные функции, что обуславливает инструменталистски-утилитаристскую направленность исследований. В рамках второй парадигмы МК – это социокультурный феномен, определяющий развитие общества. Здесь реализуется смыслопостигательный, ценностно-гуманистический подход к пониманию масс-медиа, которые исследуются как «творцы, трансляторы и трансформаторы смыслов, как средства формирования “новой социальности”, “сотворения” культуры XX века» [6, с. 7]. К первой парадигме автор относит концепции и теории Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, У. Шрама, Дж. Клаппера, Б. Берельсона и др., ко второй – М. Маклюэна, В. Беньямина, Т. Адорно, М. Хоркхаймера, Г. Маркузе, Р. Барта, Ж. Бодрийяра и др. По мнению М. Гундарина, социокультурная парадигма до сих пор остается «белым пятном» в отечественных исследованиях МК. И если в 60–80-х годах это было связано с идеологическими причинами, то сегодня – это осознанное увлечение методологией исследований именно функционалистского толка, изучающих вопросы эффективности МК, «поэтому большинство современных отечественных работ посвящено проблемам рекламы и public relations в указанном прагматическом аспекте» [6, с. 5].

А. Ситников и М. Гундарин, являясь сторонниками социокультурного подхода, считают типологизацию, основанную на «географическом» принципе и подразумевающую существование «американской» и «европейской» парадигм, некорректной [7]. В то же время они полагают возможным и актуальным обсуждение «западной» и «восточной» коммуникационных парадигм, базирующихся на различных философско-мировоззренческих системах. В первом случае – это «мир по Аристотелю», в котором «точка – начало линии» и «достоинство определяется в выборе цели и немедленном движении к ней». Во втором – это «мир Дао», где «центр посередине, между крайностями», «Дао – ось мира», в котором главным является не «цель», а «движение» [7, с. 213–214]. Можно предположить, что «западной» парадигме более всего соответствует *целевая* коммуникация, выстроенная по принципу рационального (целерационального – М. Вебер) действия; «восточной» – *не имеющая цели*, «коммуницирующая коммуникация» (Н. Луман). Последнее является нашей собственной гипотезой. К сожалению, сами А. Ситников и М. Гундарин не развивают достаточно подробно идею «западной» и «восточной» парадигм коммуникации.

Классификация Н. Богомоловой включает *медиацентрированную* и *человеко-центрированную* коммуникационные парадигмы. Ее основание – направленность интереса исследователей к той или иной стороне массовой коммуникации: к функциям МК в обществе или к реципиенту, получателю сообщения [7, с. 16]. Высокой степенью общности обладает и типологизация, приведенная В. Териным в монографии «Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада». Он пишет, что уже с начала 60-х годов в США и Европе стал развиваться единый исследовательский комплекс, целью которого было изучение управленческих, идеологических и культурных аспектов воздействия МК на человека и общество. Ссылаясь на М. Шадсона [8], В. Терин выделяет в этом комплексе три взаимосвязанных, но вполне самостоятельных направления. Первое – *неовеберовское*, реализуемое последователями М. Вебера, интересующимися проблемами рационализации производства массовой культуры посредством масс-медиа в условиях конкуренции. Второе – *неомарксистское*, актуализирующее символическое значение сообщений МК в контексте понимания идеологического принуждения, характерного для представителей франкфуртской школы и «грамшианского» подхода к «культурному аппарату» как средству поддержания политической гегемонии. Третье – *неодюркгеймовское*, осуществляемое научными наследниками Э. Дюркгейма, акцентирующими «вещное» рассмотрение представлений, формируемых масс-медиа, сообщающих аудитории чувства «коллективной солидарности» [9]. В. Терин рассматривает особенности становления исследований МК, в основном, на примере двух стран – США и ФРГ. При этом он отмечает, что исследования МК в ФРГ «не пережили периода розовых надежд – в отличие от США, где еще в начале века Ч. Кули искренне полагал, что массовая коммуникация “поднялась над миром как утренняя заря, пробуждая, просветляя и наполняя сердца ожиданиями”» [9, с. 56].

М. Назаров полагает, что «исходным пунктом рассмотрения основных направлений изучения МК является представление о сложной природе данного явления» [10]. Пытаясь системно представить направления в исследованиях массовой коммуникации в социологии, он также ссылается на зарубежную классификацию. Ее автор – Д. Маккуэл [10, с. 11], выделивший два основания для дифференциации. Первое связано с различием медиа-ориентированных и социально-ориентированных подходов; второе – с различием культурологических и «материалистических» подходов к МК. Применительно к другим научным дисциплинам М. Назаров склонен видеть три традиции в анализе МК: *структурную*, *бихевиористскую* и *культурологическую*.

Структурная традиция ориентирована на изучение функций МК. По мнению М. Назарова, ее истоки принадлежат не только социологии, но и сфере права, экономики и истории. Бихевиористская, родоначальными дисциплинами которой являются социология и социальная психология, изучает поведение индивидов, групп, общества в МК как реципиентов. Культурологическая, основанная на аналитических принципах, принятых в философии, литературоведении, антропологии, лингвистике, исследует проблемы смысла, значения и языка сообщения МК [10, с. 11–12]. Отметив эти три традиции, М. Назаров сосредотачивается на нескольких конкретных направлениях как наиболее актуальных для современных исследований массовой коммуникации. К ним автор относит *структурно-функциональный, идеологический, семиологический, критический и постмодернистский* подходы. При этом автор указывает на сильные и слабые стороны каждого из них. Книга М. Назарова интересна также и тем, что в ней представлены не только современное состояние отечественных исследований МК, но и анализ традиций социологического изучения массовой коммуникации в России, заложенных еще в дореволюционный период. Этот материал дает определенное основание для оптимизма в оценке состояния теории МК в России.

Принятие западных классификаций подходов к изучению коммуникации в качестве базовых достаточно характерно для отечественных авторов. Так, Т. Науменко ссылается на одну из наиболее популярных на Западе «периодических» типологизаций концепций МК в интерпретации Э. Дэнниса. В соответствии с ней выделяются три этапа в исследованиях МК, «на каждом из которых учеными определялась та или иная роль в их воздействии на современное общество». Первый этап (20–30-е годы XX в.) – наделение массовых коммуникаций «безграничным влиянием на общественное мнение и поведение людей». Второй этап (40–60-е годы XX в.) – «уверенность во всемогуществе прессы сменилась более сдержанным отношением к ее возможностям воздействия на массовую аудиторию». Третий – (начало 70-х годов – настоящее время) – «возвращение к научным парадигмам первого этапа, однако измененным новыми социальными реалиями» [11].

И. Архангельская в своей статье [12] приводит еще одну классификацию исследовательских направлений коммуникаций, популярную на Западе. В данном случае она принадлежит Р. Крейгу, который выделяет семь дисциплинарных подходов к изучению коммуникации: 1) *риторический* (коммуникация как практическое искусство дискурса); 2) *семиотический* (коммуникация как система знаков); 3) *феноменологический* (коммуникация как

человеческое общение); 4) *кибернетический* (коммуникация как процесс обработки и передачи информации); 5) *социопсихологический* (коммуникация как способ воздействия на поведение человека, групп, общества в целом); 6) *социокультурный* (коммуникация как создание общественного порядка, взаимодействия людей в социуме); 7) *критический* (коммуникация как «отражение дискурса»).

Л. Кибардина также ссылается на дисциплинарный характер исследований массовой коммуникации, в соответствии с которым *культурологический* подход ориентирован на МК как социокультурный феномен; *политэкономический* – на рациональность индустрии массовой культуры, распространяемой посредством МК; *политологический* – на возможности манипулирования общественным сознанием с помощью инструментов МК; *социологический* – на структуру и функции МК как социального института; *социопсихологический* – на символический интеракционизм МК и др. Сама Л. Кибардина исследует МК с позиций *деятельностного* и *синергетического* подходов, считая их взаимодополняющими [13].

Альтернативой дисциплинарному подходу к коммуникации является *междисциплинарный* подход, о котором рассуждает в своей статье И. Анисимова. «Констатация междисциплинарного характера коммуникационных исследований – общее место разноплановых рефлексий по поводу их статуса и динамики. Ругательное прежде слово “эkleктика” обрело ныне значение принципиальной методологической ориентации, которая реализуется на всех уровнях научного поиска: от простой дефиниции до многомерной концептуальной модели» [14]. Автор говорит о том, что «архитекторам и глашатаям» междисциплинарности предъявляются серьезные претензии. В их числе: «консервативная приверженность идеалам классической рациональности, утверждающей дисциплинаризм в качестве главного принципа научных исследований». На наш взгляд, эта «претензия» предъявлена явно «не по адресу»: в данном случае следовало бы апеллировать к *оппонентам* междисциплинарного подхода, т.е. тем, кто предпочитает исследовать коммуникацию, не выходя за рамки своей «родной» дисциплины. Автор говорит также о «ложном пафосе новизны и радикализма, свойственном дизайнерам современных познавательных практик, владеющих приемами модно-перспективной стилистики, слабо легитимированной научным сообществом»; «идеологизации и архаизации актуальных исследовательских программ в условиях экспансии прикладного, феноменологического, контекстуального, ситуативного, операционального знания»; «эпистемологическом фундаментализме, ... стремящемся сохранить привилегированные репрезентации нововро-

пейской ... системы знаний»; «отсутствию классического (базового) образования... и тотальном дилетантизме, всеядности, “легкости в мыслях”, неумении работать с “чистой” проблематикой» [14, с. 45–46]. Судя по всему, И. Анисимова считает эти претензии вполне справедливыми. Автор строг и тогда, когда «выносит приговор» американской и российской традициям в исследовании коммуникации: «Американская коммуникативистика – это теоретически оформленный здравый смысл янки, прагматическое кредо науки (опыт, ситуация, успех), репертуар успешного поведения и триумф человека манипулирующего. Отечественный опыт коммуникационных исследований скромнен, своего лица, по-видимому, не имеет. Имеет маску, скроенную по западным образцам» [там же].

Обратимся теперь к работе С. Бориснева, для которого является очевидным, что первые исследования коммуникации как социального явления (конец XIX – нач. XX в.) рассматривались в русле четырех «общетеоретических построений»: *бихевиоризма* (Д. Уотсон); *символического интеракционизма* (Дж. Г. Мид); *персонализма* (Н. Бердяев, Дж. Ройс, Ж. Лакруа, Э. Мунье) и *экзистенциализма*, как религиозного (Н. Бердяев, К. Ясперс, Г. Марсель), так и атеистического (Ж.П. Сартр, А. Камю) [15]. После Второй мировой войны, по мнению автора, оформляются два основных направления в изучении коммуникации: *рационалистическое* и *иррационалистическое*. Первый представлен концепциями психологического детерминизма, в частности, теорией информационного общества Д. Белла, З. Бжезинского, с позиций которой информация – это основа культуры и всех культурных ценностей. Второй – «понимающей» социологией, видящей основной результат коммуникации в понимании и взаимопонимании (А. Шюц). Подавляющая часть современных эмпирических исследований коммуникации, по С. Борисневу, реализуется в рамках социологии МК (коммуникативистики). Истоками же современных коммуникационных исследований автор считает ряд направлений, которые можно условно разделить на три группы в зависимости от доминирующего аспекта коммуникации: *языкового*, *социального* и *собственно коммуникативного (теоретического)*. Отдельно С. Бориснев ссылается на работы по кибернетике, математике и информатике Н. Винера, К. Шеннона, Э. Барноу, Д. Гербнера, У. Шрамма, Г. Шиллера и А. Колмогорова, которые позволили не только описать движение информации в физических, биологических, искусственных системах, но и давали новое коммуникационное видение систем социальных объектов. После этого далеко не простая типологизация С. Бориснева тем более усложняется «возвращением» автора к началу XX в. и изложением им еще одного взгляда

на развитие коммуникационных исследований в прошедшем веке, согласно которому изучение социокommunikации, и особенно массовой коммуникации, началось в контексте общей социологии (М. Вебер) и затем продолжилось в трех аспектах: *теоретическом*, *прагматическом* и *экспериментально-прикладном*. Так же, как и М. Гундарин, С. Бориснев отмечает функциональный подход как основу теоретических направлений в исследованиях МК. С. Бориснев упоминает и теории информационного общества, составляющие в его классификации отдельную группу. В их основе лежит концепция постиндустриального общества Д. Белла, истоки которой обнаруживаются в работах американских социологов Р. Парка и Ч. Кули. Этим попытки автора представить классификацию подходов к изучению коммуникации не ограничиваются: он дает еще один вариант таковой, более частный, теперь уже на основе принадлежности к определенной научной дисциплине.

В чем, безусловно, следует согласиться с С. Борисневым, так это в том, что «задача интегрирования имеющихся теоретических положений и экспериментальных данных в области социальной коммуникации сложна и ответственна» [15, с. 29]. Его собственный опыт, на наш взгляд, не во всем удался и является одним из примеров избыточности и того самого «размывания границ классификации», о котором говорилось в начале публикации. Однако, пространные и сложно структурированные представления С. Бориснева могут, на наш взгляд, послужить материалом для построения других менее объемных, но более четко просматриваемых типологизаций.

Значительно более четкой и продуманной представляется концепция А. Резаева, описанная в его книге «Парадигмы общения», в которой понятия «общение» и «коммуникация» на уровне характеристики человеческих контактов используются как синонимы. Автор отмечает, что традиционно в философской литературе существуют два воззрения на процесс социального общения (коммуникации): *номиналистское* и *реалистское*. Первое подразумевает под знаниями об общении только то, что поддается непосредственному наблюдению. Второе основано на посылке, что эмпирические явления суть следствия других реально существующих явлений, недоступных непосредственному наблюдению. Номиналистский терминологический аппарат приспособлен для описания отдельных актов-событий и является результатом семантической конвенциональности в исследовательской среде. Реалистские термины описывают реальные объекты, процессы, связи, обладающие онтологической самостоятельностью. Автор пишет, что «наряду с тенденцией к объединению парадигм, в социально-

философской литературе определена тенденция «центробежная». По мере накопления эмпирического материала и разработки теоретико-методологических представлений артикулируется мотив дивергенции парадигм» [1, с. 19]. Автор убежден, что полипарадигмальный статус исследования общения (коммуникации) задается внутренней полимодальностью самого феномена. Собственный исследовательский интерес А. Резаева ориентирован на исследовательские парадигмы XX в. Весь «пестрый калейдоскоп» изысканий в области общения представляется ему в виде параллельного существования двух основных более общих парадигм: *экзистенциально-феноменологической* (Европа) и *инструментально-прагматической* или *информационно-инструментальной* (США). Вместе с ними он выделяет еще и *марксистскую* парадигму исследования, которая не противопоставляется двум названным.

Информационно-инструментальная парадигма, по А. Резаеву, включает несколько преимущественных сфер и проблемных полей. Первая связана с социальными интеракциями как системами поведения человека. Вторая область предполагает анализ сознательных компонентов коммуникативных актов – кодирования и декодирования и их целенаправленности. Третья – фокусирует внимание на понимании взаимодействия, на анализе его механизмов, форм и средств. Четвертая – это социальный контекст коммуникационного процесса. А. Резаев формулирует пять основных постулатов данной парадигмы: общение – это процесс; процесс общения – системный процесс; процесс общения есть процесс взаимодействия (интеракции); процесс общения – процесс функциональный; информационно-инструментальная парадигма общения не предполагает аксиологическую характеристику феномена социального взаимодействия [1, с. 64–67]. Если информационно-инструментальная парадигма в научно-методологическом плане опирается больше на социологию и лингвистику, то *экзистенциально-феноменологическая* – на классическую немецкую философию, с присутствием в ней и рационализма, и иррационализма. В экзистенциально-феноменологической парадигме общение – это проблема, еще не получившая своего разрешения. А. Резаев выделяет три грани этой проблемы. Первая – это понимание того, «есть ли общение... лишь мгновение, случайное звено, замыкающее иллюзорное бытие, либо это прорыв глубинных возможностей человеческого бытия, в котором сам человек открывает себя». Вторая грань связана с «необходимостью характеристики интенциональной направленности, возможности и действительности общения». Третья – «требует раскрытия смысловой структуры коммуникативных поступков, их рас-

шифровки в слове» [1, с. 125]. Экзистенциально-феноменологический анализ общения относится к критическому типу философствования, т.к. начинается с критики технологической рациональности, жесткого прагматизма мышления.

Важным добавлением к экзистенциально-феноменологической парадигме А. Резаев считает *герменевтический* подход. «Феноменологическая герменевтика, занимаясь анализом дискурса и языкового употребления как средства коммуникации, отталкивается от особого рода правил, реконструирующих *подразумеваемое*» [1, с. 137]. Происходит смещение от «упорядоченного» и «технического» в сторону трансцендентального. Язык здесь – это «среда» (Х.Г. Гадамер), а не «средство». Но среда – как со-предпосылка субъективного конституирования самого мыслительного процесса.

Относительно же *марксистской* парадигмы А. Резаев уверен, что она «далеко не исчерпала свои эвристические возможности» и, в общем виде, может быть представлена тремя концептуальными положениями: 1) общение – это социальное явление, обусловленное законами функционирования общества и общественно-экономических формаций; 2) структура и функции общения отражают его креативно-процессуальный характер; 3) субстанцией общения является исторически конкретные общественные отношения [1, с. 196–197]. Несмотря на достаточно подробную характеристику теорий и концепций, объединенных рамками трех названных парадигм, работа А. Резаева, благодаря четкости принципов классификации и последовательности изложения, не вызывает ощущения избыточности.

В зоне нашего внимания оказалась монография В. Березина [16], поскольку она также посвящена социально-философским проблемам коммуникации. В ней автор приводит типологизацию «историко-концептуальных подходов к определению понятия “массовая коммуникация”». Первый подход позволяет исследовать массовую коммуникацию как феномен, возникший еще «до периода первобытного общества» и представляющий собой «процессы общения древних людей и племен друг с другом». В соответствии со вторым, МК – это явление, возникшее на рубеже XIX–XX вв. в связи с качественным и количественным ростом возможностей технических средств коммуникации, породившее новое социальное образование – *публику* (Г. Лебон) [16, с. 23–25]. Отметим и приверженность В. Березина *деятельностному* подходу к коммуникации: «Коммуникация – это и начало деятельности, и ее инструмент, и ее апофеоз». Автор формулирует основные положения деятельностного подхода к изучаемому социальному феномену: «МК – это деятельность по добыванию, упорядоче-

нию, обработке и передаче информации; МК – это деятельность по добыванию (открытию, изобретению) новых смыслов, приближающих человека к постижению истинного и нравственного знания» [16, с. 18, 21]. Как известно, деятельностный подход являлся и является общей базой для целого ряда социальных наук и активно привлекается в исследованиях социальной коммуникации. Однако в настоящее время отношение к нему неоднозначное. А. Ситников и М. Гундарин, упоминавшиеся выше, считают интерпретацию МК с позиций деятельностного подхода «узкой» и «ограниченной», перешедшей к современным отечественным исследователям «по наследству» от их коллег, изучавших коммуникацию в советские времена в рамках методологии, ограниченной деятельностным подходом «вынужденно» [7, с. 23]. Однако В. Лекторский, приведя ряд серьезных аргументов в статье с характерным названием, убежден, что «деятельностный подход... не только возможен в современных условиях, но и весьма перспективен» [17].

Большое внимание В. Березин уделяет и семиологическому направлению в исследовании массовой коммуникации. Причем значительный вклад в развитие данного направления, по мнению автора, сделан именно русскими философами и лингвистами – С. Булгаковым, П. Флоренским, П. Сорокиным, М. Бахтиным и др., а также представителями тартуско-московской семиотической школы – Вяч. Ивановым, В. Топоровым, Ю. Лотманом [16, с. 139–145]. Семиологический подход ориентирован на изучение текста «не как на реализацию сообщения на каком-либо языке», а как на «сложное устройство, хранящее многообразные коды, способное трансформировать получаемые сообщения и порождать новые» [16, с. 145].

Обратимся теперь к исследованию Г. Бакулева [18]. Поскольку главными его целями были «анализ и обобщение теорий и концепций массовой коммуникации, вызванных к жизни новыми масс-медиа, а также выявление тенденций дальнейшего развития теоретической базы МК» [18, с. 15], мы не могли не обратить на него внимания. Автор сразу «дает настройку» на междисциплинарное восприятие проблемы типологизации МК: «Большую часть своей истории коммуникация была научным “перекрестком”, который привлекал исследователей из различных областей гуманитарного цикла и общественных наук. От этого “перекрестного опыления” коммуникация не только выигрывала, но и постоянно испытывала брожение. Исследователи коммуникации руководствовались новыми теориями в психологии, литературоведении, антропологии, социологии и политологии» [18, с. 5]. Основные успехи в исследованиях МК Г. Бакулев связывает с западной коммуникативистикой. В России же «процесс ос-

воения... теоретической мысли в области массовой коммуникации шел и идет чрезвычайно медленно и осторожно». Отметив «неспешное» развитие отечественных коммуникационных исследований, автор одновременно говорит о наметившемся в 90-х годах в России «определенном оживлении» в области науки о массовых коммуникациях. К классическим концепциям и теориям, образующим фундамент науки о коммуникации, Г. Бакулев относит «теории влияния медиа», «построенные на психологических, социологических и антропологических парадигмах»: теорию пропаганды, «теорию магической пули», теорию многоступенчатого потока информации, теорию диссонанса. Функциональное направление в анализе масс-медиа (1950–80-е гг.), по Г. Бакулеву, отражено в теории диффузии, теории подкрепления, теории элитарного плюрализма, теории социального научения и др. В 1970–80-х гг. автор отмечает рост интереса к культурологическим теориям – символическому интеракционизму, теории культивации, критическим теориям СМК.

На наш взгляд, подход Г. Бакулева к типологизации коммуникационных исследований отличается излишней описательностью, недостаточной концептуальностью, а также противоречивостью, особенно в отношении оценки состояния отечественных изысканий в области коммуникации. Он становится более последовательным, когда пишет: «Массовая коммуникация является ареной борьбы двух основных направлений, отличающихся идейной базой, набором гипотез и методами исследования. Традиционно эти два потока называют *эмпирическим* и *критическим* (курсив наш. – И. К.-С.), хотя эта терминология условна. Первая школа сформировалась в Америке и характеризуется количественным эмпиризмом, прагматизмом, функционализмом и позитивизмом. В отличие от эмпириков с их узкомасштабными проектами европейские ученые-критики, опираясь на философскую базу, сосредотачиваются на анализе масс-медиа в широком социальном контексте и предлагают теории, пытающиеся понять и предсказать важнейшие тенденции в культуре и обществе» [18, с. 31–32]. Можно спорить с автором по поводу «узкомасштабных» проектов американских ученых, но, безусловно, заслуживает внимания следующая мысль: «уже сейчас ощущается влияние новых масс-медиа на характер исследования коммуникаций. Благодаря новым технологиям, научные исследования в области коммуникации становятся “совершенно новой игрой в мяч”, освобождая эти исследования от многих гипотез, парадигм и исследовательских методов прошлого. Обоюдное понимание этих тенденций по обе стороны Атлантики способствует *слиянию* (курсив наш. – И. К.-С.) европейских и

американских подходов к изучению коммуникации» [18, с. 38].

Если целью данного автора было выявление основных «магистральных» направлений в изучении коммуникации и попытка их систематизации, то научно-философский интерес А. Зенковой ориентирован, преимущественно, на *дискурсивный* подход к анализу МК [19], применение которого она связывает с исследованием социальной реальности, конституированной процессами коммуникации, и который, в свою очередь, является своего рода «типологизацией», т.к. включает различные теории. Среди них: идея самореферентности социума, его конституирования процессами МК (Н. Луман); структурно-семиотические теории дискурса (У Эко, А. Греймас, Ж. Курте); концепция диалогичности дискурса (М. Бахтин); синтетический вариант дискурсивного анализа, основанный на методологии структурной и порождающей грамматик, прагматики, когнитивной психологии и теории искусственного интеллекта (Т. Ван Дейк).

Особый интерес для нас представляет то, что автор пытается классифицировать социально-философские подходы к коммуникации. В связи с этим А. Зенкова выделяет *коммуникативно-ориентированные* социально-философские теории и социально-философские теории, в которых *коммуникативный аспект занимает одно из центральных мест*. К первым она относит позитивную социологию О. Конта – как источник многих последующих идей о социальной коммуникации; понимающую социологию Ф. Тенниса, В. Дильтея; теорию социального действия М. Вебера, Т. Парсонса, Р. Мертон; теорию социального обмена Дж. Хоманса и П. Блау. Ко вторым – феноменологическую социологию А. Шюца, Т. Лукмана, П. Бергера; теорию самореферентных систем Н. Лумана; теорию коммуникативного действия Ю. Хабермаса, социологию П. Бурдьё, теорию структуризации Э. Гидденса, структурализм К. Леви-Стросса и некоторые другие [19, с. 11].

Социально-философским проблемам современной коммуникации посвящена монография И. Мальковской «Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы» [20]. Автор констатирует: «Оттенки коммуникации, ее виды, модели, функции, методы коммуникативного анализа, сферы применения и т.д. чрезвычайно разнообразны. А термины – коммуникация, общение, диалог, коммуницируемость, интерактивность и др. – становятся все более емкими по своему содержанию и смыслу. Поэтому исследование в области коммуникации “вообще” может сводиться сегодня и к описанию предметного поля конкретной проблемы ..., и к ретроспективному анализу отдельных составляющих коммуника-

ции..., и к прояснению возможных смыслов и последствий всеобщего тотального “схватывания” коммуникацией – социальной тенденцией, связанной с процессами глобализации и интенсивным развитием информационных технологий» [20, с. 4]. Последний фактор и находится в центре внимания автора. В связи с этим, для И. Мальковской наиболее актуальными являются два подхода. Первый – *технологический*, «определяющий техно-логику развития социума за счет возрастающей коммуницируемости всех составляющих его элементов на основе новых носителей информации». Второй – *семиологический*, «акцентирующий роль знаков, символов в содержательном отображении коммуникации, т.е. в ее сообщениях» [20, с. 11]. Автор, прослеживая тенденцию переноса акцента с изучения «реальной» коммуникации на «символическую», отмечает все большую дополняемость «металогического» подхода (в центре – цель коммуникации) «метасенсорным» подходом (в центре – чувства, эмоции), необязательно предполагающим достижение понимания [20, с. 40]. Для самой И. Мальковской несомненную ценность представляет социокультурная концепция коммуникации, предполагающая обратную связь, диалог [20, с. 160]. На основании всего сказанного, можно сделать вывод, что интерес автора к технологическим и семиологическим аспектам коммуникации реализуется в рамках более общих парадигм – социокультурной и информационной.

Известно, что информационная парадигма коммуникации разделялась и разделяется многими авторами. М.С. Каган, в частности, отмечал популярность информационного подхода в Европе еще с 1960-х гг. При этом коммуникация интерпретировалась как «любой обмен информацией между динамическими системами или подсистемами этих систем» [21]. Для современного поколения исследователей актуальность информационного подхода остается очевидной. Так, например, Е. Яценко пишет, что «социальная коммуникация понимается как обмен *информацией* между человеком и средой посредством той или иной системы кодирования, причем естественный язык является частным случаем одной из таких систем и в своем функционировании подчиняется общим для таких систем правилам» [22]. Информационная парадигма, пришедшая в сферу социальной коммуникации из точных, естественных и прикладных наук (Н. Винер, К. Шеннон и др.), в сочетании с другими подходами, например, синергетическим, дает возможность создавать модели современного общества с его сложнейшими коммуникационными процессами. Иными словами, в настоящее время существуют различные модусы информационной парадигмы. Один из таких вариантов описан в статье Я. Круковского [23],

который считает целесообразным соединить в единую информационную парадигму трех концепций: общества информационного типа, ноосферы и самоорганизации социума. В рамках такой парадигмы социальная коммуникация – это сеть связей, образованных циклическими потоками информации, которые, в свою очередь, являются основанием самоорганизующихся в обществе процессов, инициируемых ноосферой как метасистемой человеческого разума, этой «первичной материей» социальной самоорганизации. «...Общество реализует себя через коммуникативные взаимодействия – обмен информацией, являющейся, по своей сути, тем связующим звеном, без которого невозможно ни одно изменение, ни одно событие, ни один процесс» [там же].

Несмотря на актуальность информационной парадигмы, А. Соколов полагает, что она реализуется не всегда корректно. Он высказывает гипотезу об ошибочности онтологического подхода к данной парадигме и настаивает на возможности применения только методологического подхода к ней. Автор весьма категоричен: «Информации, как и изумрудных городов, нет в объективной действительности. Правы информационные нигилисты: “никто еще не видел ни как субстанцию, ни как свойство эту загадочную информацию”. Информация – искусственно созданный продукт, плод информационного подхода. Причем информационный подход первичен (сперва оденьте “информационные очки!”), а информация вторична. Информационный подход – методологический принцип научного познания, заключающийся в рассмотрении объектов изучения через призму категории информации. Возможны два режима использования информационного подхода: корректный, когда информационные модели и реальная действительность *отделяются друг от друга*, и некорректный, когда информация *отождествляется* с реальными объектами (сигналы, знания). Некорректный подход широко распространен в науке и практике, потому что он способен выполнять *полезные* функции: номинативную, конструктивную, описательно-объяснительную» [24]. Общенаучное распространение информационного подхода, как корректного, так и некорректного его вариантов, А. Соколов объясняет количественным ростом коммуникационных каналов и повышением значимости социальных коммуникаций в индустриальной неокультуре. К наукам, использующим некорректный информационный подход, А. Соколов относит все информационные науки, изучающие социальную информацию или ее разновидности [24, с. 352]. Не вступая в полемику с автором, отметим, что не все, что мы не можем рассмотреть без каких-либо «очков», не является объективной реальностью.

На наш взгляд, одним из вариантов разрешения проблемы, обозначенной А. Соколовым, может стать позиция В. Переверзева. «В самом общем плане можно утверждать, что коммуникация есть процесс передачи информации между людьми. Однако такого понимания явно недостаточно, поскольку само понятие информации различными авторами трактуется в весьма широком диапазоне смысловых значений» [25]. Сам В. Переверзев считает понятие информации первичным по отношению к коммуникации и непосредственно связанным с понятием *знания*. «Знание – это абстрактные объекты (отношения, понятия, числа, функции и т.д.). Знание, выраженное с помощью объективных языковых символов, тем самым отделяется от процесса понимания его конкретным человеком и приобретает статус формализованного знания или информации. Любая информация есть знание, но обратное неверно, поскольку кроме формализованного знания (информации) имеется также неформализованное знание... (например, интуитивные знания экспертов)» [24, с. 30]. С этой точки зрения формализованное знание и есть онто-статус информации.

Известный специалист по американской коммуникативистике Л. Землянова также разделяет информационную парадигму развития общества и коммуникации. В своем толковом словаре она дает характеристику следующим векторам коммуникационных исследований: *маклюднизму* (изучение коммуникаций как технических средств связи); *социологическому* направлению (внимание на коммуникабельности информационных средств межличностных, межгрупповых и международных общений); *теологическому* направлению (акцентуация значения коммуникации для создания комьюнити – сообщества людей, объединенных принципами религиозной веры); *семиотическому* направлению (анализ знаковой атрибутики коммуникационно-информационных языков); *социокультурному* (изучение взаимодействия людей, групп и организаций, государств и регионов посредством информационных связей). Последнее направление Л. Землянова считает главным для коммуникативистики [26].

Еще один специалист по зарубежной коммуникативистике О. Матяш [27], как и многие авторы, констатирует, что на протяжении всего XX в. коммуникационные исследования проводились в рамках различных социальных наук. При этом американская интеллектуальная традиция в изучении коммуникации была всегда «сориентирована на достижение определенного результата», в то время как российская интеллектуально-философская традиция – «сориентирована на познание всеобщих законов “тайнств бытия” и сильна своими концептуализирующими и абстрагирующими сторонами.

Американская коммуникативная школа впитала и во многом воспроизводит принципы интеллектуального прагматизма и заявляет о себе, прежде всего, как практическая теория» [27].

О. Матяш, как и многие авторы, считает, что после Второй мировой войны за рубежом стала доминировать *информационная* парадигма, рассматривающая коммуникацию как передачу информации, составляющими элементами которой являются: источник информации, сообщение, получатель информации, канал передачи и шум. В 60-х годах, по ее мнению, наблюдается «психологизация» коммуникации, которая начинает пониматься, преимущественно, как человеческая коммуникация. Свой вклад в это внесли антропологи, психологи, психиатры и психотерапевты (Г. Бейтсон, П. Вацлавик). Подчеркивается, что «коммуникация есть не просто прием-передача информации, но создание некой общности, некой степени взаимопонимания между участниками» [27]. Особое внимание уделяется проблеме генерирования смысла в двух его аспектах: содержательном и отношенческом. В 80–90-х годах наблюдается системный подход к анализу коммуникации: она начинает рассматриваться как социальный процесс. При этом актуализируется не только интерактивность, но и трансактность коммуникационного процесса: любой субъект является либо получателем, либо отправителем не последовательно, а одновременно.

О. Матяш отмечает, что взгляд на коммуникацию как на социальный процесс характерен для многих направлений и школ: теории систем, социального конструкционизма, социального конструктивизма, критической теории, культурологи, постмодернизма, символического интеракционизма, диалогизма, семиотики, феминизма, социолингвистики, натуралистичности, этнографии коммуникации, конверсационного анализа, дискурсивного анализа, прагматики, теории координированного согласования смыслов, критической социологии, теории социального взаимодействия – и это далеко не полный перечень. «Несмотря на то, что большинство этих школ уходит корнями в другие социальные науки и дисциплины и опирается на использование различных исследовательских методологий и традиций, их объединяет ряд общефилософских и теоретических положений во взглядах на коммуникацию. В коммуникативной литературе 90-х годов это общефилософское единство получило определение: “социальные подходы к коммуникации”» [27]. Кратко эти общефилософские и общетеоретические положения выглядят следующим образом:

– Коммуникация – это основной социальный процесс со-творения, сохранения-поддержания и преобразования социальных реальностей.

– Коммуникация – это не просто процесс обмена информацией, но генерирование смысла, создание социальных смыслов – постоянно изменяющихся, «текущих» образований.

– Коммуникация имеет смысл только в определенном контексте; наиболее общим контекстом для коммуникации является культура в целом.

– Коммуникация – это не только процесс конструирования социальности, но и процесс конструирования своего собственного «Я» – постоянно модифицируемого в зависимости от того, с кем субъект вступает во взаимодействие в данном случае.

– Коммуникация – это процесс создания смыслов с помощью символов, среди которых наиболее важная роль принадлежит языку.

– Коммуникация как объект исследования предполагает влияние на исследователя и наоборот.

На этом мы считаем возможным завершить обзор концепций, появившихся в отечественной научной литературе в последние годы, касающихся основных исследовательских парадигм в сфере социальной коммуникации в XX в., и перейти к резюмирующей части.

Многие из приведенных выше типологизаций представляют собой комплексы одних и тех же парадигм, сгруппированных по разным принципам (основаниям). Одним из результатов нашего анализа является их структурирование («вторичная классификация») по следующим основаниям:

1. Принадлежность к а) *социально-философскому* или б) *социально-научному знанию*. В первом случае – это концепции И. Анисимовой, В. Березина, М. Гундарина, А. Зенковой, Л. Кибардиной, И. Мальковской, В. Парина, В. Терина, Е. Яценко. Во втором – И. Архангельской, Г. Бакулева, Н. Богомоловой, С. Бориснева, Д. Гавры, Л. Земляновой, Я. Круковского, О. Матяш, М. Назарова, Т. Науменко, В. Переверзева, А. Соколова. Заметим, что основанием данной структуризации является не столько формальная принадлежность авторов концепций к профессиональным сообществам социальных философов, с одной стороны, и социологов, психологов и филологов – с другой, сколько содержательная характеристика привлекаемых ими парадигм, а также общий контекст осуществленных исследований. Такое разделение на группы весьма условно, поскольку, фактически, все «социально-научные» парадигмы-направления выстроены на тех или иных философских идеях. Более глубокий анализ подтверждает, что «частная» методология так называемых узких эмпирических коммуникационных исследований, организуемых с очень конкретными целями и задачами, всегда может быть *домыслена* до философских и научных теорий более высокого (и самого высокого) уровня, стоящих за ней (частной методологией) и изна-

чально во многом определяющих результаты исследования.

2. *Степень общности* выделяемых направлений-парадигм. Примерами более общих подходов к коммуникации являются концепции В. Паринова (субстанциальный – атрибутивный), М. Гундарина (социокультурный – структурно-функциональный), Н. Богомоловой (человеко-центрированный – медиа-центрированный) и др.; менее общих, «частных» – С. Бориснева (лингвистические направления коммуникации), А. Зенковой (теории и методы дискурсивного анализа), Г. Бакулева (направления изучения новых медиа) и др. Иерархия исследовательских парадигм – понятие относительное. Иначе говоря, статусы «общая», «универсальная», «широкая» парадигма, с одной стороны, или «частная», «прикладная», «узкая» – с другой, не закреплены за ними в научной сфере раз и навсегда. Они зависят от конкретных позиций исследователей. Например, в одном случае социокультурная парадигма – это один из двух наиболее общих направлений, «глобальных» мировоззренческих подходов к коммуникации (М. Гундарин), в другом – она рассматривается в ряду дисциплинарных парадигм (И. Архангельская – Р. Крейг).

3. Еще одно основание «вторичной» классификации авторских позиций – *оценка состояния отечественной сферы коммуникационных исследований*. По этому признаку условно выделяются три точки зрения. Первая отражает глубокий пессимизм: «отечественный опыт коммуникационных исследований скромн, своего лица, по-видимому, не имеет. Имеет маску, скроенную по западным образцам» (И. Анисимова). Вторая – это сдержанный оптимизм в нескольких вариантах: исследования коммуникации проводились в СССР и проводятся в России, но – а) имеет место «увлечение методологией функционального толка, социокультурная парадигма остается «белым пятном» (М. Гундарин и др.); б) превалирует социально-психологическая направленность (М. Каган и др.); в) преобладает парадигма конструктивизма (С. Клягин и др.); г) «наблюдается серьезный крен в сторону лингвистики, а теория коммуникации находится в процессе становления». Третья позиция – явно оптимистическая: заимствование российскими исследователями из зарубежного опыта «магистральных» концепций – явление нормальное, «тем более, что многие из них имели начало или пересекались с трудами русских мыслителей – П. Чаадаева, П. Флоренского, В. Вернадского, М. Бахтина и других». Более того, значение вклада отечественных философов и лингвистов в общую теорию коммуникации еще только предстоит оценить [16, с. 49]. Как видим, оценки развитости сферы российских коммуникационных исследований относительно ее

традиций, «самодостаточности», оригинальности очень различаются.

Аргументом в пользу оптимистической оценки состояния отечественной области исследований коммуникации, все-таки имеющей свое собственное «лицо», является мнение одного из самых известных в США специалистов в области речевой коммуникации Ф. Дэнса. Он выражает сожаление по поводу того, что американцы долгое время оставались в неведении о работах выдающихся советских и российских ученых и философов по проблемам коммуникации, особенно в ее психологическом и лингвистическом аспектах. Он упоминает имена И. Павлова, А. Лурии, М. Бахтина, Л. Выготского. Ф. Дэнс пишет, также о том, что в конце 50-х – начале 60-х годов теория коммуникации не была столь важной дисциплиной в американских университетах, каковой она является сейчас. В то время словосочетание «теория коммуникации» употреблялось чаще в контексте сферы электротехнических коммуникаций [28]. Что касается современного состояния американской коммуникативистики, то оно характеризуется наличием огромного количества отдельных теорий коммуникации. М. Василик, ссылаясь на американские источники, говорит о существовании в США, по крайней мере, 249 различных коммуникационных теорий и 129 определений коммуникации [29]. Как видим, у американцев, несмотря на их огромный опыт в исследованиях коммуникации, по сути, те же проблемы: отсутствие единой теории и далеко не полные знания о том, что происходит в исследовательских сферах коммуникации в других странах, в частности в России.

Наиболее же важным считаем следующее. Проанализировав классификации самых общих парадигм в изучении коммуникации, представляющие, как правило, *бинарные* оппозиции, и сопоставив соответствующие части этих оппозиций друг с другом, мы пришли к выводу о существовании определенного «родства» между ними. Речь ни в коем случае не идет об их тождественности, но только о том, что все эти парадигмы, отражающие многообразие точек зрения на сущность и роль (статус) коммуникации в обществе, можно свести к двум принципиальным позициям (таблица).

Первая позиция характеризуется большей *философичностью*, восприятием коммуникации как субстанции современной социальной реальности, ориентацией на изучение социокультурных контекстов и смыслового содержания (семантико-коммуникативного аспекта) коммуникационных процессов, интересом к экзистенциально-феноменологическим и сенсорным проблемам коммуникации, критическим осмыслением роли масс-медиа в обществе. Она включает интуитивно-герменевтическое познание коммуникации и более характерна для

Парадигмы исследований коммуникации		Авторы бинарных концепций-типологизаций
Первая позиция	Вторая позиция	
СУБСТАНЦИАЛЬНАЯ	АТРИБУТИВНАЯ	В. Паринов
СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ	СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ	М. Гундарин
ЧЕЛОВЕКО-ЦЕНТРИРОВАННАЯ	МЕДИА-ЦЕНТРИРОВАННАЯ	Н. Богомолова и др.
СОЦИАЛЬНООРИЕНТИРОВАННАЯ	МЕДИА-ОРИЕНТИРОВАННАЯ	М. Назаров – Д. Маккуэл
РЕАЛИСТСКАЯ	НОМИНАЛИСТСКАЯ	А. Резаев и др.
ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНО-ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКАЯ (+ ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКАЯ)	ИНСТРУМЕНТАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ	А. Резаев
----- “-----”	ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ	И. Мальковская
ИРРАЦИОНАЛИСТИЧЕСКАЯ	РАЦИОНАЛИСТИЧЕСКАЯ	С. Бориснев
МЕТАСЕНСОРНАЯ	МЕТАЛОГИЧЕСКАЯ	И. Мальковская
КРИТИЧЕСКАЯ	ЭМПИРИЧЕСКАЯ	Г. Бакулев и др.
«ЕВРОПЕЙСКАЯ»	«АМЕРИКАНСКАЯ»	М. Гундарин, А. Ситников, А. Резаев и др.
«РОССИЙСКАЯ»	----- “-----”	О. Матяш, В. Березин и др.

европейских и отечественных исследований. Главный тезис: «Социальная коммуникация есть движение смыслов в социальном времени и пространстве» [24, с. 27].

Вторая позиция более *социологизирована*, трактует коммуникацию как один из атрибутов современного социума, обладающих соответствующими функциями и структурой; тяготеет к позитивизму и прагматизму. Она делает акцент на цели (металогический аспект) коммуникации и направлена на изучение объективных коммуникационных феноменов (например, эффектов масс-медиа, различных коммуникативных технологий), поддающихся эмпирическим наблюдениям и количественным описаниям. Данная позиция обнаруживает предпочтение социолингвистическим методикам. В целом она более свойственна американской исследовательской традиции. Главный тезис: «коммуникация – это обмен информацией», которым можно управлять, т.е. делать его более эффективным с точки зрения поставленных целей.

Эти две позиции, долгое время бывшие самостоятельными, сегодня не являются закрытыми по отношению друг к другу. Как было отмечено Г. Бакулевым, в контексте новых масс-медиа начинает просматриваться тенденция к «слиянию европейских и американских подходов к изучению коммуникации» [18, с. 38]. Происходит «скрещивание»,

взаимообогащение парадигм, принадлежащих ранее к противоположаемым исследовательским традициям.

Общую «матрицу» всех возможных подходов к изучению коммуникации смоделировать пока невозможно. Можно предположить, что построение такой «матрицы», которая бы органично объединяла все возможные парадигмы (школы, направления) исследований, принадлежащие изначально к различным научным дисциплинам и отражающие различные позиции в понимании сущности коммуникации, ее функций в обществе, да и самого общества, как раз и означало бы создание метатеории коммуникации, того самого «философского камня», который пытаются найти современные теоретики. Ясно одно, что такая матрица может быть только *многомерной* и *способной дефрагментироваться*, перестраиваться в зависимости от темпов, уровней и качества «прирастаемого» знания о коммуникации, о человеческом сознании, о мире.

Таким образом, анализ существующих исследовательских парадигм в области коммуникации способствует выстраиванию различных связей между ними, их взаимному обогащению, возникновению «синтетических» направлений в исследовании коммуникации и выявлению новых, ранее не использовавшихся ресурсов в изучении данного

феномена и его производных. Все вместе это позволяет выявить наиболее перспективные и актуальные подходы, создать свой собственный рациональный и, одновременно, эвристичный методологический «сценарий», адекватный целям конкретного исследования.

Литература

1. Резаев А.В. Парадигмы общения: Взгляд с позиций социальной философии. СПб., 1993.
2. Резник Ю.М. Введение в социальную теорию: Социальная системология / Ю.М. Резник; Ин-т человека. М., 2003.
3. Ханнабас С.: Hannabas S. Knowledge Paradigms and Change // Internationale journal of Sociology and Social Policy. Hull, 1988. Vol. 8. № 1: См. указ. соч. А.В. Резаева.
4. Ritzer G. Sociology: A Multiple Paradigm of Science. Boston, 1975: Указ. соч. А.В. Резаева.
5. Паринов В.Н. Атрибутивная концепция информационно-коммуникативной реальности // Информация-Коммуникация-Общество (ИКО-2001): Тез. докл. и выступлений Междунар. науч. конф. СПб., 13-14. XI. 2001. СПб., 2001.
6. Гундарин М.В. Теоретико-методологические основания анализа роли массово-коммуникационных процессов в современном социокультурном развитии: Дис. ... к. филос. наук. Барнаул, 2000.
7. Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей: Очерки прагматических коммуникаций. М., 2003.
8. Schudson M. The Menu of Media Research. Media, Audience and Social Structure / Ed. By Ball-Rokeach S.J., Cantor G.C. Newbury Park, 1986.: см. Терин В.П. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. М., 1999.
9. Указ. соч. В.П. Терина.
10. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999.
11. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. СПб., 2005.
12. Архангельская И.Б. Творческое наследие Г.М. Маклюэна в контексте развития теории коммуникации / Российское лицо PR // Материалы науч.-практич. конф. 28 февр. – 1 марта 2003 г. Н. Новгород, 2003.
13. Кибардина Л.Н. Массовая коммуникация в социальной самоорганизации: Автореф. дис. ... к. филос. наук. Омск, 2002.
14. Анисимова И.И. Коммуникационные исследования: междисциплинарный статус и национальные традиции. Российское лицо PR // Материалы науч.-практич. конф. 28 февр. – 1 марта 2003 г. Н. Новгород, 2003.
15. Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учеб. пособие для вузов. М., 2003.
16. Березин В.М. Сущность и реальность массовой коммуникации: Монография. М., 2002.
17. Лекторский В.А. Деятельностный подход: смерть или возрождение? // Вопросы философии. 2001. № 2.
18. Бакулев Г.П. Современные концепции и теории массовой коммуникации в контексте новых медиа. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. М., 2003.
19. Зенкова А.Ю. Дискурсивный анализ массовой коммуникации: проблема саморепрезентации общества: Автореф. дис. ... к. филос. наук. Екатеринбург, 2000.
20. Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М., 2004.
21. Каган М.С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. М., 1988.
22. Яценко Е.Ю. Культурологически мотивированные номинации и адекватность коммуникации / Информация-Коммуникация-Общество (ИКО-2001): Тез. докл. и выступлений Междунар. науч. конф. СПб., 13–14. XI. 2001. СПб., 2001.
23. Круковский Я.В. Информационная парадигма самоорганизации в обеспечении устойчивого развития общества: <http://pur.tsu.ru/Public/art2002/sbornik/029.htm>
24. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. СПб., 2002.
25. Переверзев В.Н. О логической теории коммуникации // Материалы Междунар. науч.-практич. конф. «Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах» – «Коммуникация-2002». Ч. 1. Пятигорск, 2002.
26. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999.
27. Матяш О.И. Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование: <http://www.russcomm.ru/rca-biblio/m/matyash01.shtml>
28. Дэнс Ф.: Dance Frank E.X. Selective Reflections: Contributions of Soviet/Russian Scholars to Human Communications Theory in the Twentieth Century: http://www.ruscomm.ru/rca_biblio/d/dance02_eng.shtml
29. Василик М.А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации // Сб. науч. тр. СПб., 2004: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/v/vasilik.shtml