

УДК 8.80

DOI: 10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-6

Хорольский В. В.

**Коммуникология в кругу общественных наук:
радиус влияния и конкуренция**

Воронежский государственный университет, Университетская пл., д. 1, г. Воронеж, 394006,
Российская Федерация; *khorolbox@mail.ru*

Аннотация. Проблематика статьи обусловлена необходимостью уточнить наши представления о месте коммуникологии в содружестве гуманитарных наук, что актуально в ситуации цифровой революции и медийной глобализации. Метод исследования – интегративный, информационно-культурологический, основанный на идеях компаративистики и лингвокультурологии, намеченных в трудах Ж. Бодрийара, Л. Земляновой, М. Бахтина, Н. Хомского. Коммуникология (англ. *Communicology*, близкие понятия: *Communication science*, *Media Studies*, нем. - *Medienwissenschaft*), становится магистральным направлением науки о коммуницировании, предполагающей укрупнение и углубление общей картины гуманитарных знаний, обогащающей теорию журналистики и коммуникативистики новыми подходами к изучению медиа. Анализ поведения людей в области медийных взаимодействий определен во многом структурой и функционированием медийных дискурсов. Ключевой идеей и показателем актуальности статьи служит лексема «незаменимость», несводимость данной науки к методам смежных наук и особенно к парадигмам политэкономии, социологии и психологии. В результате анализа проблемы сотворчества и конкуренции наук сделаны выводы о месте коммуникологии в социуме, показаны противоречия взаимодействия гуманитарных наук в сфере анализа политической жизни. Коммуникология, выступая в качестве вектора и показателя степени медиатизации всей социальной жизни, помогает всем общественным наукам выявить общеэстетические параметры социокультурных процессов, влияет на понимание роли СМИ в повседневной жизни, фиксирует рост цифровой активности.

Ключевые слова: коммуникология; теория журналистики; медийный текст; медийный дискурс; границы наук; конфликт интересов

Для цитирования: Хорольский В. В. Коммуникология в кругу общественных наук: радиус влияния и конкуренция // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2023. Т. 9. № 1. С. 73-83. DOI: 10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-6

V. V. Khorolsky

**Communicology among the social sciences:
radius of influence and competition**

Voronezh State University, 1 Universitetskaya Sq., Voronezh, 394006, Russian Federation;
khorolbox@mail.ru

Abstract. The problematic nature of the article stems from the need to clarify our ideas about the place of communicology in the commonwealth of the humanities, which is

relevant in the situation of the digital revolution and media globalization. The research method is informational and culturological scrutiny, based on the ideas of comparative studies and linguoculturology outlined in the works of J. Baudrillard, L. Zemlyanova, M. Bakhtin, N. Chomsky. Communicology (related concepts: Communication science, Media Studies, Medienwissenschaft), becomes the main direction of the scientific matrix, involving the consolidation and deepening of the overall landscape in humanitarian knowledge, enriching the theory of journalism and communication studies with new approaches to the study of media. The analysis of people's behavior in the field of media interactions is largely determined by the structure and functioning of media discourses. The key idea and indicator of the relevance of the article is the lexeme "irreplaceability", the irreducibility of this science to the methods of related sciences and especially to the paradigms of political economy, sociology and psychology. As a result of the analysis of co-creation and competition of sciences, conclusions were drawn about the place of communication in society, about the contradictions in interaction in the field of political life. Communicology, acting as a vector and indicator of mediatization in all social, helps social sciences to identify the general aesthetic parameters of socio-cultural processes, it influences the role of the media in everyday life, records the growth of digital activity.

Key words: communicology; journalism theory; media text; media discourse; boundary between sciences; conflict of interests

For citation: Khorolsky V. V. (2023), "Communicology among the social sciences: radius of influence and competition", *Research Result. Social Studies and Humanities*, 9 (1), 73-83, DOI: 10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-6

Введение

Медийное атрибутирование, установление источников и авторства идей, как и конституирование реальности в науках о коммуникации (и о коммуникациях), особенно актуально в связи с появлением лавины схожих трендов и интерпретаций, школ и авторитетов, зачастую имеющих оттенки (характер, привкус) околонучного администрирования. Привычным признаком современных научных поисков стала гибридизация и слияние разных отраслей знания, решение проблем «на стыке», что сделало феномен интердисциплинарности одним из двигателей научного прогресса. Наблюдается актуализация проблемы границ смежных наук. В гуманитарной сфере процесс слияния и «взаимоопыления» разных наук, синтезирующих в ходе «взаимодействия» новые идеи, сопровождается интенсивным «отпочкованием» и разветвлением дополнительных теорий, появле-

нием новых «цехов» и научно-педагогических дисциплин. Коммуникология, будучи наукой о самых общих закономерностях человеческого общения, в первую очередь наукой о массовых коммуникационных и коммуникативных процессах в медиа, расширяет радиус своего воздействия на «соседей» и радиус влияния на сознание интернет-пользователей. Она изучается представителями разных ветвей гуманитаристики, причем объект (предмет) науки и методика ее академического изучения, как правило, выступают маркерами делинеации (разграничения) разнородных явлений. Сотрудничество наук породило немало продуктивных зон пересечения, но конкуренция в вопросах тактики исследования общения остается заметной.

Цель данной статьи состоит в выявлении и/или уточнении зыбких границ между родственными областями знания, связанными с передачей сообщений и (или) обменом социально значимой информацией в

рамках технологически обусловленных форм массовой коммуникации. *Задачи статьи* – а) уточнить источники теоретических противоречий между коммуникологией и другими отраслями не новой, но стремительно меняющейся и заново формирующейся науки о человеческом общении; б) уточнить границы коммуникологии и коммуникативистики в условиях цифровой (дигитальной) революции, изменившей инструментарий и, нередко, когнитивные стратегии ученых-гуманитариев, изучающих медийные тексты (МТ) и медийные дискурсы (МД); в) определить основные факторы, влияющие на развитие коммуникологии в ситуации всеобщей интернетизации бытия современного человека.

Коммуникология нередко сливается с коммуникативистикой, для многих авторов это синонимичные термины (Землянова, 2004: 68-69), в то же время она приобретает значение более статусной и более «обобщающей» (генерализирующей) общенаучной гуманитарной дисциплины, забирающей под свой «зонтик» как коммуникативистику, так и целый ряд смежных отраслей знания, выходя на передний край общественных наук с лозунгом тотальной медиатизации социума, о чем уже писали Бернард Берельсон, Рой Берко, а также Ричард Лэниган, Фрэнк Уэбстер, Исаак Кэт и др. (Berelson, 1960; Berko, Wolvin, 2016; Lanigan, 2013; Catt, 2010). В России значительный вклад в решение проблем коммуникологии и коммуникативистики, проблем опосредованного (медийного) общения, которое часто выводит нас в пространство чистой политологии или лингвистики, внесли М.А. Василик, А.Г. Пастухов, Ф.И. Шарков, А.П. Чудинов, Т.Г. Добросклонская, А.П. Короченский, Е.А. Кожемякин, А.В. Полонский и др. (Кожемякин, 2018; Пастухов, 2012; Полонский, 2014; Чудинов, 2006). Широко известны в России труды таких авторов, имеющих прямое или опосредованное отношение к теме данного исследования, как Л.М. Землянова, Н. Хомский, Н. Фэарклоу, Б.Ф. Скиннер (Землянова,

2004; Хомский, 2016; Скиннер, 2015; Fairclough, 1997), поясняющих особенности языка СМИ, реакций аудитории на поток МД, а также уточняющих сами законы медиатизации (иногда встречается термин «медиализация» (Пастухов, 2012; Uncapher, 2018), но он сливается с понятием медиатизации при анализе ускорения – в геометрической прогрессии – объемов МД и темпов информатизации-интернетизации (Зотов, 2018)). Изучение более общих перспектив и генерализаций, расширение дефиниционного «прокрустова ложа» с выходом на общенаучные универсалии представляется актуальной задачей многих направлений в гуманитаристике.

Наиболее общими закономерностями исследования подобных проблем выступают принципы контекстуальности и интертекстуальности любого МТ и МД, тотальная визуализация при создании МТ, вытесняющая вербальный слой коммуникации, всеобщий закон корпускулярно-волнового распространения информации в мире, законы диалогического общения (М. Бахтин), самореферентный (аутопойетический) характер бытования любой медиасистемы, правило «консенсуального взаимодействия самоорганизующихся систем» (Умберто Матурана), а также целый ряд герменевтических установок и практических процедур, обуславливающих медиаэффекты и реакции потребителей. Важна, например, идея конструирования реальности в СМИ, помогающая разграничить реальные события и их медийные образы (Бергер, Лукман, 1995). Это не прямая экстраполяция идей соседней науки, но присутствие социологических идей в науках о массмедиа усиливается, что и размывает границы, к обоюдной выгоде.

Гуманитарное знание базируется на принципе историзма, означающем, что процессы коммуникации следует рассматривать в зависимости от исторического контекста, конкретных исторически обусловленных обстоятельств. МД зависят от условий взаимодействия коммуникатора и ре-

ципиента, находящихся как в едином временном и пространственном, в том числе национально-языковом, контексте, так и в условиях «трансгредиентности» (М. Бахтин). В то же время никто не редуцирует историю журналистики к национальной или мировой истории.

Медиадискурсы, которые, естественно, не ограничиваются журналистскими, рекламными или PR-текстами (ЖТ, РТ, PR-текст), порой не поддаются полной расшифровке с помощью филологических или же культурологических методов, и в таких ситуациях содружество наук неизбежно, причем новые веяния обычно проходят долгосрочную проверку в практике научного сообщества. Сегодня возникает множество новых подходов к анализу медийных сообщений, сливающихся с пропагандистскими текстами. Анализ политических материалов в СМИ последнего времени также способствует пониманию особенностей коммуникативных актов, ставших частью объекта общенаучной метатеории о массовых коммуникациях. Интерпретация (и нередко поиск) смысла в безграничном, малоуправляемом (эмерджентном, или эмергентном, как транскрибируют это слово переводчики трудов Н. Хомского (Хомский, 2016: 597)), синергетическом по своей природе, потоке ЖТ, например, текстов о политических событиях 2021–2023 годов, заставляет резче ставить вопрос о конкуренции наук в ходе анализа текущей информации о мире, о положении дел в мире, о плюрализме в политике и СМИ.

Основная часть

Коммуникологию, основную науку о глобальных законах общения, опосредованного технологическими приспособлениями, не могут не затрагивать специальные приемы привлечения внимания аудитории и законы воздействия медийной информации на группы людей и на отдельного человека. Социальная психология, лингвокультурология и социолингвистика – это фундамент всех наук о коммуникативных актах,

однако и здесь возникают вопросы о степени воздействия этих наук на коммуникологию и коммуникативистику, сюжеты и мотивы которых более корреспондируют не с анализом психотипов, а с реакцией массового человека на сообщения СМИ, с воспитательным потенциалом МТ. Процесс формирования стереотипов восприятия в массмедиа изучается в теории журналистики и в родственных эпистемологических областях не так, как в более строгих науках, вектор коммуникологии отличается от вектора познания в других смежных науках, в частности от методов и миссии теории журналистики. Во-первых, журналист, будучи омбудсменом в сфере обыденной жизни, стимулирует теоретиков в данном направлении мысли, подталкивая их к регулярному анализу категории «повседневность». Репортеры изначально стремились к идеалу оперативности и заставляли медиакритиков идти в гущу событий и типологизировать горячие темы МТ, что не характерно для коммуникологов.

Во-вторых, в МТ значителен эстетический потенциал; МТ приближаются к универсалиям художественного текста, как к линии горизонта, что заставляет аналитиков в сфере «журналистиковедения» более тщательно разбираться в приемах экспрессивности и метафоризации высказывания. В-третьих, личностные аспекты журналистской нарратологии, идиолекты, языковая игра и т. п. волнуют исследователей МТ и МД гораздо больше, чем психологов, экономистов, политологов и даже культурологов. Политология не интересуется второстепенными деталями повседневности, именами конкретных журналистов, оперируя скорее законами поведения масс и вождей. И это заметная демаркационная линия, зона диалога-согласия и в то же время пограничного диалога-спора. Пример из области медиапотребления. Идеи радикального бихевиоризма могут помочь коммуникативистам при анализе поведения массового потребителя в зонах повышенного пропагандистского давления, но судить о любителях художественных сторон МТ все

же помогает прежде всего филология. И конкуренция тут налицо: многие коммуникологи, идя навстречу принципу точности, законам информатизации и требованиям Больших Данных, увлеклись в эпоху дигитализации математическими расчетами и схематизацией суггестивных образов, что не дает большого результата, а времени отнимает много. Много шума почти из ничего... Пример из цеха иркутских коллег: нередко выводы в неглупых статьях известного иркутского журнала «Вопросы теории и практики журналистики» достаточно банальны, хотя аргументация внешне очень солидная, визуализация потрясает оригинальностью, но доказывать с помощью мощного аппарата то, что понятно и так, контрпродуктивно. Аналогичные мысли возникают и при чтении важного официального журнала «Коммуникология» (редактор Ф.И. Шарков). Но это тема отдельного разговора.

Изучение медиаэффектов, манипуляций, рекламных дискурсов и т. п. заставляет говорить о конкуренции и борьбе качественной журналистики за свою аудиторию, которая растет очень медленно. Ответ на вопрос о разграничении характерных зон (эпицентров) коммуникологии и других социальных наук зависит от ответов на предварительное вопрошание о законах функционирования СМИ и управления развитием социальной коммуникации в постиндустриальном обществе, об общих закономерностях эволюции рассматриваемых наук (Полонский, 2014; Кожемякин, 2007; Соколов, 2014; Хорольский, 2016а; Верко, 2016). Самым очевидным методологическим схождением любых наук, как и трактовок любых текстов, можно считать принцип взаимосвязи внутрисистемных элементов и элементов разных объектов (систем), при этом соединение системности и целостности объекта исследования может быть различным по степени проявления этих базовых признаков объекта. Интенсивность функционирования одних и тех же элементов системы и динамизм интеракций

внутри данной системы также служит существенной линией, маркером делинеации. Авторы-психологи, изучая выбор медиапотребителей, центральными элементами своей измерительной системы считают факторы воздействия, связанные с эволюцией общественного бытия и сознания, а для коммуникологии центром когниции при обсуждении выбора потребителей считается специфика создания и распространения МТ и МД, контент МД, мода и т. п.

Целостность высказывания в журналистике может и не зависеть от композиционной гармоничности или когезивности МТ. Это неочевидный маркер «границы» между общественными науками, тяготеющими к логике и стройности высказывания, и коммуникологией, допускающей больший авторский «произвол», фрагментарность, эссеизм и большую и более интенсивную метафоричность изложения идей, что достаточно характерно для «нестрогой» гуманитаристики, требующей «вчувствования», а не только знания фактов, достоверности нарративов и логики научной аргументации. Если принцип системности в науке предполагает «центрированность» и иерархичность критических высказываний, что диктует наличие субординационных ценностных установок авторов и, в частности, определяет структурную иерархичность МТ, при которой в аналитических построениях есть элементы доминирующие и подчиненные, то для принципа целостности важнее идея «овейности», проникнутости каждого элемента МТ духом целого, наличие фрактального принципа в построении МТ и понимание неразложимости идеи (контента) и формы (стиля). Принципиальным можно считать и фактор понимания единства смысла и домысла, порожденного духом «музыки», то есть творческой органичности и свободы. Системность более присуща общественным наукам политико-экономического ареала, а целостность чаще встречается у исследователей человеческого общения и художественной речи.

Иногда универсальный (общенаучный) принцип системности дополняется

понятием «дискурсивности», конструирующей реальность в лоне массмедиа. Социолог П. Бергер писал об этом так: «По сравнению с реальностью повседневной жизни другие реальности оказываются конечными областями знаний, анклавами в рамках высшей реальности, отмеченными характерными значениями и способами восприятия. Высшая реальность окружает их со всех сторон, и сознание всегда возвращается к высшей реальности как из экскурсии» (Бергер, Лукман, 1995: 47). Е. Кожемякин справедливо пишет, что «конструирование» нельзя воспринимать как зеркальное отражение, тем более материальное воссоздание реальности, хотя в его фразе «масс-медиа не отражают реальность, а конструируют ее» (Кожемякин, 2018: 160), на наш взгляд, не хватает слова «не только». Масс-медиа не только отражают, но и трансформируют картину мира с позиций трансгрессивности, ведь журналисты в идеале оценивают события и факты текущей «незастывшей современности» (М. Бахтин) и исторического прошлого, опираясь как на научные данные, так и на личный здравый смысл, на трезво-рациональное личностное мироощущение (Я-субъектность, проявляемая, например, в отборе фактов для новостей). В этом отношении наука о массмедиа более личностно-эмоциональна, чем, скажем, социология, а художественная креативность авторов МТ обуславливает, говоря словами Берреса Скиннера, «оперантно обусловленные реакции» (Скиннер, 2015: 24) масс. Пример из сферы медиапотребления в странах догоняющего развития: в республике Мали все жители хорошо знают, что радио более популярно, чем газеты, так как покупают газеты далеко не все граждане (по экономическим и образовательным причинам). Медиакритикам не надо искать конкретные цифры, тем более что робастная статистика в стране, охваченной гражданскими столкновениями, часто отсутствует. Однако если в этой стране будут проводить свои исследования социологи и демографы, они проведут замеры,

опросы, дадут более строгие данные о ситуации в Мали и о специфике медиапотребления. И будут настаивать на более точном дискурсе своей науки. Это и есть граница между науками, говорящая о разных предметах или разных стратегиях изучения объекта.

Культурология сливается с коммуникологией в сфере философии языка там, где речь идет о глобальных закономерностях знаковых систем и о воздействии языка на когнитивные структуры реципиента. Но различие наук очевидно: культурология рассматривает медийную культуру как часть своего «хозяйства», но не претендует формулировать законы этой науки. Территория соприкосновения слишком мала, чтобы говорить о слиянии, хотя лингвокультурологические проблемы близки медиалингвистике, изучаемой на факультетах журналистики. Медиалингвистика отчасти опирается на законы «генеративной (трансформационной) грамматики», как их толковали Н. Хомский, Й. Петефи, Г. Ризер, В. Маунткасл и др., что упрощенно можно пояснить тезисом о порождении разумных суждений с помощью интуитивного малоконтролируемого слияния образно-метафорических и рационально обусловленных усилий авторов МТ. Английский лингвист Н. Фэаклоу (Фэарклаф) справедливо полагает, что язык СМИ отражает и конструирует социальную и культурную динамику в обществе (Fairclough, Wodak, 1997: 128), СМИ чутко реагируют на любые социокультурные изменения в обществе, а продуцируемые ими тексты служат уникальным источником информации об общественной морали и психологии. Политологи все чаще обращаются к проблематике коммуникологии, в частности, говоря об этнических конфликтах и информационных войнах (ИВ), но при всей близости терминологии, которая в последние десятилетия переживает небывалый расцвет, не свидетельствующий, впрочем, о расцвете наук, коммуникологи говорят о политике как о важной, но не центральной проблеме своего исследо-

вания. Количественное преобладание политологических штудий о конфронтации России и Украины и вспыхнувшей ИВ – наглядный тому пример.

Коммунология и медиалингвистика формировались в эпоху Постмодерна. Игра с читателем, прецедентность в МТ, эстетизация информационного сообщения – вот показатели динамичной эволюции современного МТ и, соответственно, знания о языке СМИ. Особенно это проявляется в заголовках. Релятивизация ценностей и самоцельная ирония (игра в игру) становится правилом. Лингвокультурологические знания помогают глубже проникнуть в психологию творцов МТ, о чем говорят материалы журналов “The Western Journal of Communication”, “Westminster Papers in Communication and Culture” (WPCC), “Global Media and Communication” и др.

«Новые медиа» в значительной мере поменяли исследовательский инструментарий и методы познания, поэтому приобрел новую актуальность и новизну старый спор о значении общенаучной методологии и логике генерализаций при изучении массмедиа, произошли события, которые поменяли отношение к СМИ, что обуславливает значимость разговора о границах и конфронтациях в сфере гуманитарных наук. Что это за события? Во-первых, НТР, которая привела к резкому увеличению количества и объемов МД и скорости их движения в социуме. Естественно, успехи НТР породили издержки, которые можно было предугадать: преобладание некачественной информации превратило развлекательные медиа в угрозу для массового сознания. Медиаобразование осталось «пунктирной» стратегией для большинства стран. Пропаганда и официальная цензура отеснили объективные и достоверные нарративы на периферию МД. Во-вторых, массово-среднестатистическое восприятие МТ и МД стало более критическим по отношению к работе журналистов, а данные социологов о росте недоверия к СМИ не оставляют со-

мнения в глобальном кризисе медиапотребления, видимым признаком которого можно считать растущую популярность как развлекательных СМИ, особенно ТВ, так и экзотических МТ (Костина, 2005: 43). Перцептивный кризис и дефицит качественной медийной информации усугубили проблему доверия к СМИ. В-третьих, политизация медиа в течение последних десятилетий возвращает нас в эпоху холодной войны, поставившей мир на грань всемирной катастрофы. Движение за мир стало первоочередной задачей человечества, что не может не влиять и на теоретиков науки о массмедиа.

В отличие от объекта каждой гуманитарной науки, тесно связанного с эмпирическим материалом, с артефактами истории, предмет рассматриваемых наук зависит больше от методологического направления, школы, от предпочтений отдельного автора. МТ и МД характеризуются синергетическим эффектом, наличием усилий коллективного разума (Соколов, 2014; Шарков, Юдина, 2013: 36-43; Хорольский, 2016b; Baudrillard, 1972). МТ не всегда являются типизацией реальных событий, деформация картины мира – универсалия в сфере массмедиа и наук, изучающих медиа. Нет авторитетной схемы разграничения основных и второстепенных медийных событий. Актуализация *виртуальной событийности*, создаваемой в Сети, а это отдельный вид событий, создаваемых нередко самими потребителями инфопродукции, не может не влиять на эволюцию трансграничного знания о СМИ. Сетевая коммуникация может быть частью МТ, базой онлайн-журналистики. Новостной дискурс СМИ обладает признаками, которые позволяют охарактеризовать его как своего рода новейший фольклор. Массовое сознание структурируется в значительной степени принципом селекции новостных сюжетов. Эта особенность фольклорно-мифологической функции СМИ сочетается с *умолчанием* как манипулятивной технологией. В связи с этими специфичными чертами современных СМИ

становятся очевидными роль и цели специалистов, создающих новости на основе селекции информации. Английский лингвист Н. Фэклоу показал, что «суконный язык политического дискурса отражает извечную борьбу за власть» (Fairclough, 1997: 204). Поэтому цензура считается неизбежной, но теоретики не должны убеждать свою аудиторию в желательности такого положения дел. В РФ ситуация в этом отношении крайне тревожная.

Заключение

Рассмотрев некоторые аспекты «пограничных конфликтов» в гуманитарных науках, можно сделать несколько выводов, переходящих в предварительные рекомендации.

1. Коммуникология в медиатизированном постиндустриальном обществе изучает самые общие вопросы общения посредством (через) медиа, затрагивая, конечно, и частные проблемы, например, проблемы создания медиаэффектов, уточнения специфики волнообразного «излучения»-влияния массовых коммуникаций на социум. Мы убеждены, что коммуникология, коммуникативистика, медиалингвистика и теория журналистики обладают общей предметной областью, которую составляют медийные феномены в области человеческой коммуникации. Эти феномены обозначаются такими концептами, как «коммуникация», «информация», «медийность», «журнализм», «публицистика», «текст», «дискурс», «сообщение», «рецепция», «манипулирование» и другие. Будучи эмерджентными и неравновесными системами, которые конструируются и видоизменяются в массмедиа, зачастую спонтанно и непредсказуемо, МТ и МД воплощают по своей природе когнитивную идеологию незаменимости СМИ в социальной жизни, идеологию глобальной медиатизации, исследование которой (идеологии) дает конкретную иллюстрацию революционных преобразований.

2. Неоднозначность объекта, предмета и методов коммуникологии в значительной степени обусловлена множественными и гетерогенными связями этой научной области со смежными науками. Диалог народов и культур, сопровождающийся конфликтами и информационными войнами, стал ферментом пограничных конфликтов в гуманитаристике, обострив споры о назначении и сути каждой из родственных ветвей знания. Коммуникативистика, как одна из составляющих частей, ипостасей (несущих конструкций) коммуникологии, конкретизирует теоретическую значимость рассматриваемой проблематики, превращая науку о медиа в удел не только кабинетных разговоров о специфике общения наций и этносов, но и в сугубо практическую отрасль дипломатических переговоров, в практические рекомендации для журналистов, освещающих сегодняшние ИВ, холодные и особенно горячие войны. Журналистика превращается в пропаганду, в «пиарналистику», в рекламный симулякр. Кризис налицо, наступит ли «смерть Автора» – пока сказать невозможно.

3. Непроходимых границ в науке нет и не будет, однако проблемы пограничных зон актуальны и с точки зрения авторства идей, и с точки зрения творческой конкуренции научных школ, и с точки зрения разграничения объектов смежных наук. Зонтичная терминология коммуникологии оказалась востребованной в эпоху терминологического бума в гуманитаристике, и особенно в филологии, что не стирает границ между родственными и смежными отраслями знания. Разграничение наук по признакам объекта, методов познания и стиля изложения помогает сделать кооперацию специалистов более плодотворной. Несомненна перспективность диалога схожих, но неслиянных дисциплин в рамках изучения глобальной проблемы «постправды» в массмедиа.

Литература

Бергер, П., Лукман, Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / пер. Е. Руткевич. М.: Медиум, 1995. 323 с.

Дьякова, Е.Г., Трахтенберг, А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург: УрО РАН, 1999. 130 с.

Землянова, Л.М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. 416 с.

Зотов, В.В., Васильева, И.Н., Кривоухов, А.А. Социально-сетевое взаимодействие в сети Интернет: к определению феномена медиа // Коммуникология. 2022. Т. 10. № 4. С. 13-22. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-4-13-22.

Кожемякин, Е.А. Дискурсная матрица институциональной культуры // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Философия. 2007. Т. 5. № 2. С. 58-63.

Кожемякин, Е.А. Медиадискурс в фокусе социального конструирования: эмпирические практики в медиасообществах // Медийный текст: социальные практики, технологии, теории. Монография / А.В. Белоедова, М.Ю. Казак и др. Белгород: НИУ «БелГУ», 2018. С. 158-200.

Костина, А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Моск. гуманит.-социал. акад., 2005. 404 с.

Пастухов, А.Г. Модель научной гуманитарной культуры: язык – тематизация – медиализация // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 10 / отв. ред. А.Г. Пастухов. Орёл: ООО «Горизонт», 2012. С. 36-53.

Полонский, А.В. Массмедийность как категория дискурса и текста // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: I междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 1-4 апр. 2014 г.: сб. науч. работ / под ред.: Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.Г. Ходеева. Белгород: КОНСТАНТА, 2014. С. 110-122.

Скиннер, Б.Ф. По ту сторону свободы и достоинства / пер. с англ. А.А. Федорова. Можайск: Оперант, 2015. 189 с.

Соколов, А.В. Социальные коммуникации. СПб.: Профессия, 2014. 288 с.

Хомский, Н. Избранное / под ред. Э. Арноува; пер. с англ.: С. Александровский, В. Глушаков. М.: Энциклопедия-ру, 2016 (2015). 717 с.

Хорольский, В. «Красота» и «польза» в медийном тексте: к вопросу о путях развития теории массмедиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 3. С. 72-90. DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2018.7290

Хорольский, В.В. Коммуникативистика и теория журналистики: siamoские близнецы или дальние родственники? // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2016. Т. 5. № 2. С. 8-16. <https://doi.org/10.12737/18961> (a)

Хорольский, В.В. Медийность текстов в средствах массовой информации: (исторические и теоретические проблемы): монография. Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. 150 с. (b)

Чудинов, А.П. Политическая лингвистика. М.: Флинта: Наука, 2006. 256 с.

Шарков, Ф.И., Юдина, Е.Н. Регулирование отношений в современном медиaprостранстве // Коммуникология. 2013. Т. 1. № 1. С. 36-43.

Baudrillard, J. Requiem pour les Medias // Baudrillard J. Pour une Critique de L'economie Politique du Signe. Paris: Editions Gallimard, 1972. Pp. 200-228.

Berelson, B. Communications and Public Opinion // Mass Communications / Ed. by W. Schramm. Urbana: University of Illinois Press, 1960. Pp. 527-543.

Berko, R.M., Wolvin, A.D., Wolvin, D.R., Aitken, J.E. Communicating. A Social, Career, and Cultural Focus. New York: Routledge. 12th edition. 2016. 478 p. <https://doi.org/10.4324/9781315506937>

Catt, I.E., Eicher-Catt, D. (eds). Communication: The New Science of Embodied Discourse. Fairleigh Dickinson University Press, 2010. 242 p.

Fairclough, N., Wodak, R. Critical Discourse Analysis // Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction / T. van Dijk (ed.). Vol. 2. London: Sage, 1997. Pp. 258-284.

Uncapher, M.R., Wagner, A.D. Minds and brains of media multitaskers: Current findings and future directions // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2018. Vol. 115. No. 40. Pp. 9889-9896; DOI: 10.1073/pnas.1611612115.

References

- Baudrillard, J. (1972), "Requiem pour les Medias" [Requiem for the Media], *Pour une Critique de L'economie Politique du Signe* [For a Critique of the Political Economy of the Sign], Editions Gallimard, Paris, France, 200-228 (in Fr.).
- Berelson, V. (1960), "Communications and Public Opinion", *Mass Communications*, in Schramm, W. (ed.), University of Illinois Press, Urbana, USA, 527-543.
- Berger, P. and Lukman, T. (1995), *Sotsial'noe konstruirovaniye realnosti. Traktat po sotsiologii znaniya* [The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge], Translated by E. Rutkevich, Medium, Moscow, Russia (in Russ.).
- Berko, R. M., Wolvin, A. D., Wolvin, D. R. and Aitken, J. E. (2016), *Communicating. A Social, Career, and Cultural Focus*, 12th edition, Routledge, New York, US, <https://doi.org/10.4324/9781315506937>.
- Catt, I. E. and Eicher-Catt, D. (ed.) (2010), *Communicology: The New Science of Embodied Discourse*, Fairleigh Dickinson University Press, New Jersey, US.
- Chudinov, A. P. (2006), *Politicheskaya lingvistika* [Political Linguistics], Flinta: Nauka, Moscow, Russia (in Russ.).
- Diyakova, E. G. and Trakhtenberg, A. D. (1999), *Massovaya kommunikatsiya i problema konstruirovaniya realnosti: analiz osnovnykh teoreticheskikh podkhodov* [Mass communication and the problem of constructing of reality: analysis of the main theoretical approaches], UrO RAN, Ekaterinburg, Russia (in Russ.).
- Fairclough, N., & Wodak, R. (1997). "Critical Discourse Analysis", In T. van Dijk (Ed.), *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*, vol. 2, Sage, London, UK, 258-284.
- Homsky, N. (2016), *Izbrannoe* [Selections], in E. Arnouv (ed.), Transl. by S. Aleksandrovskiy and V. Glushakov, Entsiklopediya-ru, Moscow, Russia (in Russ.).
- Khorolsky, V. V. (2018), "'Beauty' and 'Usefulness' in a Media Text: Towards the Development Paths of Mass Media Theory", *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistsika*, 3, 72-90, DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2018.7290 (in Russ.).
- Khorolsky, V. V. (2016a), "Communication science and theory of journalism: Siamese twins or distant relatives", *Scientific research and development. Modern communication studies*, 5 (2), 8-16, <https://doi.org/10.12737/18961> (in Russ.).
- Khorolsky, V. V. (2016b), *Mediynost tekstov v sredstvakh massovoy informatsii: (istoricheskiye i teoreticheskiye problemy)* [Media texts in the media: (historical and theoretical problems)], VSU Publishing House, Voronezh, Russia (in Russ.).
- Kostina, A. V. (2005), *Massovaya kultura kak fenomen postindustrialnogo obshchestva* [Mass culture as a phenomenon of post-industrial society], Moscow humanitarian and social Academy, Moscow, Russia (in Russ.).
- Kozhemyakin, E. A. (2018), "Media Discourse in the focus of social construction: Empirical practices in media communities", *Mediyniy tekst: sotsialnye praktiki, tekhnologii, teorii* [Media text: social practices, technologies, theories], Publishing House of Belgorod State University, Belgorod, Russia, 158-200 (in Russ.).
- Kozhemyakin, E. A. (2007), "The discourse matrix of institutional culture", *Bulletin of Novosibirsk State University. Series: Philosophy*, 5 (2), 58-63 (in Russ.).
- Pastukhov, A. G. (2012), "The model of scientific humanitarian culture: language, thematization-medialization", *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediynom diskurse* [Genres and types of text in scientific and media discourse, inter-university collection of scientific works], iss. 10, in Pastukhov, A.G. (ed.), Gorizont, Orel, Russia, 36-54 (in Russ.).
- Polonsky, A. V. (2014), "Mass media as a category of discourse and text", *Diskurs sovremennykh mass-media v perspektive teorii, socialnoy praktiki i obrazovaniya* [The discourse of modern mass media in the perspective of theory, social practice and education], in Kozhemyakin, E.A. and Polonskiy, A.V. (ed.), CONSTANTA, Belgorod, 110-122 (in Russ.).
- Sharkov, F. I. and Yudina, E. N. (2013), "Regulation of relations in the modern media space", *Communicology*, 1 (1), 36-43 (in Russ.).
- Skinner, B. F. (2015), *Po tu storonu svobody i dostoinstva* [Beyond Freedom and Dignity], Translated by A. A. Fedorov, Operant, Mozhaysk, Russia (in Russ.).
- Sokolov, A. V. (2014), *Sotsialnye kommunikatsii* [Social Communications], Professiya, St. Peterburg, Russia (in Russ.).
- Uncapher, M. R. and Wagner, A. D. (2018), "Minds and brains of media multitaskers: Current findings and future directions", *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115 (40), 9889-9896, DOI: 10.1073/pnas.1611612115.
- Zemlyanova, L. M. (2004), *Kommunikativistika i sredstva informatsii. Anglo-russkiy tolkovyy slovar' kontseptsiy i terminov* [Communication and

Media. An English-Russian Explanatory Dictionary of Concepts and Terms], Publishing House of Moscow University, Moscow, Russia, (in Russ.).

Zotov, V. V., Vasilyeva, I. N. and Krivoukhov, A. A. (2022), "Social and network interaction on the Internet: to the definition of the media phenomenon", *Communicology*, 10 (4), 13-22, <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2022-10-4-13-22> (in Russ.).

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для деклараций.

Conflict of Interests: the author has no conflict of interests to declare.

ОБ АВТОРЕ:

Хорольский Виктор Васильевич, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры истории журналистики и литературы факультета журналистики, Воронежский государственный университет, Университетская пл., д. 1, г. Воронеж, 394006, Российская Федерация; khorolbox@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR:

Viktor V. Khorolsky, Doctor of Philology, Professor, Department of History of Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Voronezh State University, 1 Universitetskaya Sq., Voronezh, 394006, Russian Federation; khorolbox@mail.ru