

## **Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

### **Парадигмы изучения массовой коммуникации**

***Ямбушев Вилдан Юнирович***

*Студент*

*Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий, Москва, Россия*

*E-mail: prwillwin@gmail.com*

Массовая коммуникация является мощнейшим инструментом влияния на общественное сознание. Это целый комплекс приемов и методов воздействия. Накопление знаний в этой сфере человеческой деятельности началось очень очень давно, постоянно дополняясь и видоизменяясь.

В настоящее время задачи выстраивания массовой коммуникации сводятся к максимально целостной концепции коммуникации на уровне общества.

Теоретическое же осмысление массовой коммуникации является достаточно сложным, учитывая большое количество подходов к изучению данного предмета и возникающие дискуссии в определении парадигмальных основ.

Общепринятой точкой зрения в современном обществознании является выделение трех основных этапов в истории науки: классического, неклассического и постнеклассического. В соответствии этими этапами выделяются соответствующие парадигмы: классическая, неклассическая и постклассическая, что непосредственно касается и такой науки как коммуникология.

Классической модели научного познания соответствует механистическая картина мира, состоящая из простых объектов, полностью открытых для познающего субъекта. Объекты исследования также рассматриваются в качестве механических устройств, которые включают в себя небольшое число элементов. Исследователь классического типа применяет вещественные или логические инструменты, которые конструируются человеческим разумом и могут произвольно применяться к объекту [4, с. 620-621]. В плане организации научного познания переход к классической науке был связан с формированием дисциплинарно организованной науки [2, с. 203].

Становление неклассической модели научного знания было вызвано рядом научных открытий в XIX-XX вв. Неклассическое представление о действительности как о мире вероятностном, лишенном ясных детерминистских начал и состоящем из сложных саморегулирующихся систем привело к появлению нового познающего субъекта, непосредственно включенного в познаваемую им реальность.

Допускается истинность одновременно нескольких различных научных теорий, описывающих один и тот же объект, и научная теория низводится до "символического описания" реальности. Среди ученых распространяется понимание того факта, что процессы создания и развития научного знания во многом зависят от мировоззренческих факторов, от ценностной ориентации познания.

Постнеклассическая модель научного знания начинает зарождаться в последней трети прошлого века [3, с. 626-627]. Постнеклассическая картина мира находится в постоянном процессе количественного и качественного изменения своих параметров, вследствие чего становится все труднее фиксировать ее состояния в простых и ясных терминах,

строить адекватные ей модели, прогнозировать дальнейшее развитие каких-либо социальных процессов. Характеристики постнеклассической социальной реальности можно описать с помощью понятий синергетики, отмечая такие особенности, как: самоорганизация, вариативность изменчивости и развития, спонтанность, постоянное балансирование между порядком и хаосом. Происходит сращивание в единой системе деятельности теоретических и эмпирических исследований, прикладного и фундаментального знаний [1].

Таким образом, рассмотрев три общепринятых парадигмы, видим важность каждой из них, прямое и опосредованное влияние на коммуникологию и ее основу: процессы массовой коммуникации. С одной стороны, массовая коммуникация является механистической и апеллирует к логике; с другой стороны массовая коммуникация зависит от мировоззренческих факторов и, как следствие, является относительной; с третьей стороны массовая коммуникация обладает свойством современности, стремясь к систематизации всех аспектов воздействия на массовую аудиторию.

Подводя черту хочу сказать, что нам следует объединять усилия в успешном синтезировании данных подходов с целью более полного учета специфики массовой аудитории, ее дифференциации.

### **Литература**

1. Делокаров К.Х. Рационализм и социосинергетика // *Общественные науки и современность*. 1997. №1
2. Огурцов А.П. *Дисциплинарная структура науки*. М., 1988
3. Степин В.С. *Теоретическое знание*. М., 2000
4. *PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика*. М., 2002

### **Слова благодарности**

Хочу поблагодарить моего научного руководителя Сергея Николаевича Першуткина за проявленный интерес к работе и поддержку.