

Актуальные смыслы современной социокультурной среды

Т.З. АДАМЬЯНЦ*

*АДАМЬЯНЦ Тамара Завеновна – доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник Института социологии ФНИСЦ РАН. Адрес: 101000, Москва, Мясницкая ул., д. 11. E-mail: tamara-adamiants@yandex.ru

В статье идет речь о смыслах, составляющих социокультурную среду, и латентно, а в ряде случаев и вербально наличествуют в любых произведениях, материалах, пропагандистских кампаниях. Для социальной науки важно изучение актуальных смыслов, влияющих на социально значимые процессы. Такая задача особенно актуальна в ситуации современных информационных (смысловых) войн, направленных на кардинальное переформатирование “картин мира” миллионов людей. Концепт “смысл” рассматривается как сложная многоуровневая виртуальная структура (конструкт), ориентированный на интенциональную (мотивационно-целевую) доминанту. Рассматриваются такие методы создания смыслов манипулятивной направленности, как вариативность терминов и значений на средних уровнях константной смысловой структуры; создание моды на деструктивные способы общения; неоправданное сужение значений устоявшихся терминов; манипуляция интересом большинства людей к проявлениям безнравственности и несправедливости. Массовое развитие навыков понимания в сфере социальной коммуникации является, по мнению автора, одним из важнейших условий для противостояния “смысловым снарядам” современных смысловых войн, гармоничного развития и успешной социальной адаптации людей.

Ключевые слова: социокультурная среда; информационные (смысловые) войны; семиосоциопсихология; смысл; смысловая структура; понимание; навыки понимания; “картины мира”.

DOI: 10.31857/S086904990012327-1

Цитирование: Адамьянц Т.З. (2020) Актуальные смыслы современной социокультурной среды // Общественные науки и современность. № 5. С. 121–130. DOI: 10.31857/S086904990012327-1

Current meanings of the modern sociocultural environment

Tamara Z. ADAM'YANTC*

*Tamara Z. Adam'iantc – Dr. Sci. (Sociol.), professor, chief researcher of Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of RAS. Address: Bed.11, Myasnitskaya st., Moscow, Russian Federation, 101000. E-mail: tamara-adamiants@yandex.ru

Abstract. The article refers to the meanings that make up the sociocultural environment and latent, and in some cases verbally have in any works, materials, propaganda campaigns. For social science it is important to study the current meanings that influence socially significant processes. Such a task is especially important in the situation of modern information (meaningful) wars, which are aimed at radically reformatting the "pictures of the world" of millions of people. Concept "meaning" is seen as a complex multi-level structure (construct) that is focused on the institutional (motive-target) dominant. Methods of creating manipulative meanings are discussed in the article: it is the variability of terms and meanings at the middle levels of the constant semantic structure; creating fashion on destructive ways of communicating; manipulation of the interest inherent in most people to immorality and injustice. Mass development of understanding skills in the field of social communication is, according to the author, an important condition of people's ability to resist the "meaningful projectiles" of modern semantic wars and the success of social adaptation processes.

Keywords: sociocultural environment; informational (meaning) wars; semio-sociopsychology; meaning; meaning structure; understanding; understanding skills; pictures of the world.

DOI: 10.31857/S086904990012327-1

Citation: Adam'iantc T.Z. (2020) Current meanings of the modern sociocultural environment. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no. 5, pp. 121-130. DOI: 10.31857/S086904990012327-1 (In Russ.)

Социальные и межличностные взаимодействия людей осуществляются посредством и благодаря *социальной коммуникации* – изначально присущего человеческому обществу средства (механизма, способа) создания, трансляции и распространения *смыслов*, являющихся основой постоянно меняющейся *социокультурной среды*, которая традиционно определяется как совокупность различного рода социокультурной продукции (художественных произведений, материалов массмедиа, законов, норм, правил и т.д.), которой располагает социум и, при желании, человек в социуме. В более широком варианте толкования социокультурная среда – это прежде всего *смыслы*, латентно, а в ряде случаев и вербально наличествующие во всех произведениях, материалах, пропагандистских кампаниях и т.д.

Иными словами, социокультурная среда всегда представлена двумя уровнями: явным, материальным, “овеществленным” посредством слов, звуков, изображений и т.д., и неявным, виртуальным – тем, что “между” слов, звуков, кадров и т.д., то есть *смыслами* [Адамьянц 2017], которые с разной степенью распространения и осознания становятся достоянием людей и могут, при определенных условиях, напрямую или опосредованно влиять на значимые социальные, политические, социокультурные и т.д. процессы¹; для иллюстрации вспомним об известном наблюдении К. Маркса о “призраке”, который “бродит по Европе”, а заодно и о реальных результатах такого “хождения-брожения”...

Конечно, далеко не все смыслы, “живущие” в социокультурной среде, инициируют процессы такого масштаба, как в случае с “призраком” Маркса, однако сегодня, например, очевиден факт влияния посредством технологий так называемой “мягкой силы” [Най 2006; Почепцов 2015] на социальные представления значительной части населения бывшего Советского Союза, поверившей в тотальные преимущества западного образа жизни и принявшей на ментальном уровне те события и процессы, которые годами и десятилетиями инициировались извне.

¹ На взаимосвязь между доминирующими в обществе смыслами и социально значимыми процессами и действиями неоднократно указывали классики философской и социологической мысли: В. Дильтей [Дильтей 1996], М. Вебер [Вебер 1990], А. Шютц [Шютц 2004], а также социальные исследователи более позднего времени, например Дж. Александер [Александер 1990], Д. Леонтьев [Леонтьев 2007] и др.

Учитывая вышесказанное, мониторинг наиболее распространенных в конкретном временно-пространственном континууме смыслов, равно как изучение механизмов их создания и влияния на социальные процессы и “картины мира” людей, важны и актуальны для социальной науки, ориентированной на позитивные социально-гуманитарные процессы. Такая задача особенно важна в ситуации продолжающихся и поныне информационных, а точнее, *смысловых войн*, где “на кону” оказываются не только судьбы стран, обществ и сообществ, но и такие значимые грани в “картинах мира” миллионов людей, как представления о патриотизме, смысле жизни, семье, любви, дружбе, совести, чести, добре, зле... то есть такие гуманитарно-нравственные ценности, которые человечество вырабатывало веками и тысячелетиями.

Смысл как предмет понимания. В большинстве современных общепринятых и широко распространенных научных концепций и направлений, придерживающихся идей постмодернизма, задача адекватного понимания смысла произведений, материалов или пропагандистских кампаний не ставится; мало того, в соответствии с идеями постмодернизма здесь распространены представления о многозначности значений и смыслов и о праве личности на бесконечное число интерпретаций относительно смысла, причем безотносительно к тому, что на самом деле хотел сказать автор или каков смысл исходного документа [Адамьянц 2014]. И хотя исследовательские методы большинства концепций постмодернистского толка действенны только для анализа значений слов, фраз, дискурсов, образов, но – не для доказательного выявления смысловых доминант в рамках целостных и завершенных произведений, большинство современных социокультурных процессов и мероприятий, в том числе в системе образования, происходят на основании именно таких концепций.

Одним из негативных результатов следованию постмодернистских концепций оказываются широкое распространение в глобальном социокультурном пространстве технологий манипулирования, применяемых в современных информационных, а точнее, смысловых войнах, а также, как следствие, отсутствие единых смысловых опор между сторонами противостояния, что затрудняет возможность договариваться, искать и находить конструктивные решения. Социальной издержкой оказывается и обесценивание в общественном мнении ментальных способностей людей, их стремления к адекватному пониманию и ориентированию в сфере социальной коммуникации.

Возможность доказательно изучать смысловые составляющие социокультурной среды (а значит, и своевременно реагировать на возникающие вызовы и проблемы) позволяет разработанная в рамках российской академической науки *семиосоциопсихологическая концепция социальной коммуникации* [Дридзе 1984; Дридзе 2000], которая выступает методологической основой настоящей статьи.

Согласно парадигмальной специфике концепции, в любом целостном, завершенном коммуникативном акте, реализованном в любой знаковой системе, например в художественном произведении, материале СМИ, устном выступлении, телепередаче, пропагандистской кампании и т.д., помимо его очевидного, “овеществленного” состава в виде слов, фраз, звуков, изображений и прочих средств выражения, наличествует виртуальная иерархически организованная структура взаимоподчиненных и взаимообусловленных коммуникативно-познавательных программ, ориентированных на коммуникативную (авторскую) интенцию (“равнодействующую мотивов и целей”), которая и является смыслом данного коммуникативного акта.

Разработан и метод доказательного выявления смысла; имеется в виду *метод интенционального (мотивационно-целевого) анализа* процессов общения, позволяющий “увидеть” и проанализировать латентную многоуровневую структуру, посредством которой автор, он же коммуникатор, доносит доминирующую интенцию, ставшую первопричиной его творчества (см. рис.).

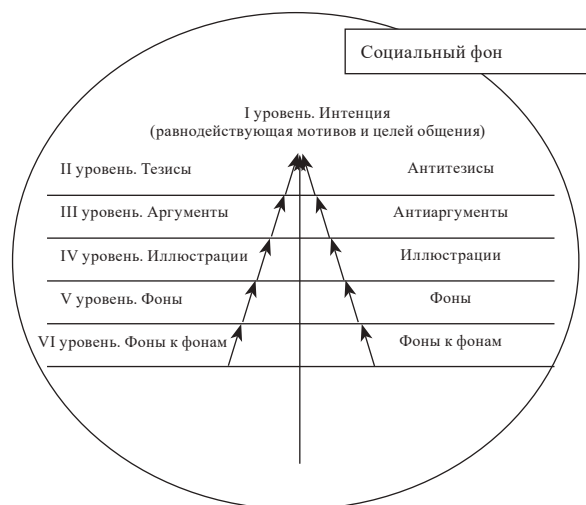


Рис. Типовая мотивационно-целевая структура целостного, завершенного коммуникативного акта².

В рамках самого произведения, то есть на материальном плане, эти уровни, а также и особенности их взаимодействия между собой обычно расположены в прихотливом, одному автору подвластном порядке и следовании, что затрудняет адекватное понимание смысла, или *“равнодействующую мотивов и целей”* автора. Для того чтобы понять смысл, воспринимающая личность должна *“выстроить”* в уме, то есть на ментальном уровне, такую же структуру, что и в исходном материале, и обязательно *“добраться”* до ее вершины, то есть до авторской интенциональности.

Современная социокультурная среда как “поле” смысловых противостояний. В ситуации ведущихся против нашей страны информационных, а точнее смысловых войн, наиболее актуальными (и самыми распространенными) оказываются смыслы, продуцируемые сторонами противостояния.

Интенциональность одной из сторон противостояния связана со стремлением создать негативное отношение населения России к стране, ее будущему и прошлому, представителям властей всех уровней, экономике, культуре, порой даже к погоде и природе. Кроме источников *“извне”*, к которым в современный век расширенных технических возможностей и информационно-коммуникационных технологий несложно обратиться любому представителю аудитории, в рамках отечественного пространственно-временного континуума такую направленность преследуют оппозиционные и, частично, якобы нейтральные СМИ, а также часть сайтов, блогов, комментариев и т.д. Эту сторону противостояния отличает многоуровневая и изощренная агрессивность, использование как явных, так и латентных, неочевидных для широкой аудитории методов воздействия.

Другая сторона смыслового противостояния представлена официальными и частью полуофициальными органами СМИ, официальными сайтами управленческих и властных структур, а также значительной частью личных сайтов, блогов, комментариев, отзывов. Используется, как правило, открытая система логических, фактологических и т.д. разъяснений, объяснений, обсуждений, увещаний и приглашений к диалогу; агрессивной стратегии противостоит стратегия оборонительная, вынужденная реагировать на каждую информационную провокацию.

² Приведенная схема является упрощенным вариантом разработок Т. Дридзе (полный вариант см. Дридзе Т. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., Наука. 1984. С. 88–92).

Какова же реакция аудитории на разные варианты стратегий в смысловых противостояниях? Ставка на искренность и открытость должна вызывать и вызывает одобрение у тех, кто, в силу своих ментальных способностей, различают качество и приемы использующихся коммуникативных методов и приемов. Имеется, однако, часть аудитории, падкая на любую информацию негативного содержания (интенцию “все плохо”). К тому же, судя по данным многолетних исследований, навыки адекватного понимания смысловых составляющих воспринятых материалов свойственны далеко не всем людям (от 9–14% до 30–35%, в зависимости от сложности содержания, жанра воспринимаемого материала, убедительности автора)³, что затрудняет взаимопонимание, конструктивные решения и действия, а также успешную социальную адаптацию людей.

Исходя из вышесказанного, задача развития навыков понимания в сфере социальной коммуникации имеет не только задачу общегуманитарного плана, но и конкретную, актуальную, продиктованную необходимостью противостояния смысловым воздействиям. При этом действенным вариантом развития таких навыков может быть разъяснение наиболее распространенных манипулятивных приемов (см. [Адамьянц 2019]), что возможно, например, в процессе занятий со студентами по тематике, связанной с социальной коммуникацией.

Приемы длительного манипулятивного воздействия. Распространенный вариант манипулятивного влияния – создание такой многоуровневой смысловой структуры (конструкта), где искомая цель не заявляется, а достигается исподволь, на протяжении длительного времени, скрытыми и скрываемыми приемами. Мало того, в ряде теоретических обоснований она именуется “тайной”, однако фактически такой тайной, которую можно верифицировать только определенным способом, в соответствии с заданной целью воздействия [Pearce, Cronen 1980; Ионова 2010]. Таким образом, “тайна”, которую можно толковать только определенным образом, фактически оказывается константным смыслом, хотя эти же самые концепции (перед нами смоделированный смысловой парадокс) декларируют идею множественности смыслов!

Заявлениями о многозначности смыслов и значений такие концепции пользуются не только декларативно, но и практически, модифицируя, в угоду текущим политическим задачам, общепринятые, устоявшиеся в общественном мнении термины и значения – те, что пользуются бесспорным одобрением в глазах аудитории. Например, такие, как “демократия”, “равенство”, “толерантность”, “свобода слова”, “справедливость”. При этом новая модификация значения подается без предварительного обсуждения в науке и в обществе, без учета возможных социальных последствий, порой довольно агрессивно, якобы как бесспорный результат современных веяний. Легковерная и некритичная часть аудитории, а таких немало, не замечают подмены значений этих понятий и становятся легкой добычей манипуляторов.

В уже знакомой нам типовой мотивационно-целевой структуре целостного, завершенного коммуникативного акта (в анализируемом варианте – в длящейся пропагандистской кампании) такие модификации значений занимают срединные уровни (*аргументов, антиаргументов, иллюстраций*), поэтому факт их “работы” на не обозначенную вербально смысловую доминанту оказывается за бортом внимания значительной части аудитории, равно как логическая несостоятельность используемых модификаций или, что также не редкость, использование недостоверной социологической, исторической, фактологической, экономической и т.д. информации (занимающей в мотивационно-целевой структуре уровни *иллюстраций* или *фонов*).

³ Здесь приводятся данные многолетних исследований с использованием семиосоциопсихологических методов и подходов, начиная от данных проекта “Общественное мнение”, реализованного в 1969–1971 гг. под руководством известного российского социолога Б. Грушина.

В числе подобных приемов и выстраивание в одну “линейку” неоднозначных по роли и функциям событий, фактов, персоналий, создание неправомерных по фактологической или исторической правде образов эмоционального влияния (вспомним о пресловутом “голодоморе”!), занимающих, если проанализировать их место в типовой мотивационно-целевой структуре, позиции *фонов* или *фонов к фонам* и выполняющих фактически роль эмоциональных катализаторов для желаемого манипулятором воздействия.

Известны и случаи целенаправленного создания событий драматического звучания, также неявно “работающих” на создаваемый смысл, подводящих к его проявлению в сознании посредством срединных и нижних уровней мотивационно-целевой структуры. В результате у представителя аудитории, ставшего ментальной “жертвой” длительного воздействия, создается впечатление *самостоятельного прихода* к желаемому для манипулятора выводу, решению или эмоции [Адамьянц 2015].

“Эффект моды” как манипулятивный прием. Кроме неявных, латентных приемов длительного воздействия, при использовании которых искомая цель вербально не называется, в арсенале способов манипуляций имеются и приемы “заявительного”, декларативного плана, когда цель воздействия не скрывается, а объявляется громко и подается как массовое, распространенное в современной социокультурной среде и в умах людей явление, даже если это не так или совсем не так. Благодаря такому приему срабатывает (может сработать) так называемый “эффект моды”: в представлениях той части аудитории, на которую рассчитано воздействие, заданная цель приобретает универсальные, общие для феномена моды атрибутивные ценности, обозначенные известным исследователем феномена моды А. Гофманом как *“современность, универсальность, игра и демонстративность”* [Гофман 2015]. В рамках создаваемого смыслового конструкта общие для феномена моды атрибутивные ценности оказываются взаимодополняющими уровнями (*аргументов, иллюстраций, фонов, фонов к фонам*), “работающими” на реализацию желаемого замысла.

В ситуациях современных смысловых войн методы создания *моды* используются для желаемого воздействия как негативного, так и позитивного, по отношению к определенному движению, партии, политическому деятелю, публичной персоне, социально значимому результату, ситуации, событию и т.д.; для создания впечатления массовости и общепринятости используются в ряде случаев митинги, шествия (и шумиха вокруг них), скандальные публикации в оппозиционных изданиях, сайтах, блогах (и не менее скандальные отклики на публикации); распространяются посредством оппозиционных СМИ, социальных сетей, блогов и сайтов, тенденциозные анекдоты и изображения, нелестные прозвища, недостоверные сведения, слухи, ложные прогнозы или псевдонаучные данные.

Одним из модных смыслов деструктивного влияния, распространенным в современной социокультурной среде и поддерживаемым значительной частью аудитории, прежде всего молодежью, является *представление о пропаганде как о нежелательном и даже постыдном явлении*, почти как о “силе зла”, вредящем позитивным процессам. При этом представление о пропаганде в рамках данного смыслового образования неоправданно сужено и трактуется в единственном варианте, то есть как поддержка коммуникатором государственной политики; напомним, что концепт “пропаганда” определяется в словарях и справочниках гораздо шире: это “...распространение политических, правовых, научно-технических, философских, социологических, медицинских, религиозных и др. знаний, идей, взглядов с целью формирования определенных убеждений и соответствующей организации деятельности людей” [Социологическая... 2003].

Возникшее в постсоветское время негативное отношение к коммунистической идеологии неоправданно и нелогично распространилось и на термин, означающий такой вариант оценки процессов и событий, который близок по основным параметрам к госу-

дарственной. В результате такого переноса значения возникло сужение значения термина, что повлекло появление своеобразного смыслового парадокса, поддерживаемого и ныне усилиями стороны, которой это выгодно: если, в силу своих убеждений и понимания реальности, орган СМИ, журналист или общественный деятель оказываются на стороне власти, то их позиция, в соответствии с такой (манипулятивной по сути и ставшей модной в определенных кругах) точкой зрения, – это пропаганда, и ее надо осуждать. Если же орган СМИ, журналист или общественный деятель, также в силу своих убеждений, выступает *против* решений и действий власти – это уже независимая позиция (или независимая журналистика), которую, следуя *mode*, надо одобрять, хотя на самом деле это тоже пропаганда, только с противоположным знаком! В силу такого изоэщенного сдвига значений в “картинах мира” людей, не очень искушенных в коммуникационных процессах, создаются заданные поведенческие и эмоциональные реакции. В результате, как следствие, значительная часть современной молодежи к материалам государственных СМИ, а также к материалам СМИ нейтральной направленности, объясняющих точку зрения страны и властей, обращается крайне редко⁴; понятно, какой стороне смыслового противостояния выгодна такая ситуация.

Интенция “все плохо” как манипулятивный прием. Создаваемые и поддерживаемые инициаторами манипулятивных способов общения смысловые новообразования, обретшие в глазах определенной части аудитории статус модности, начинают использоваться в том числе и потому, что “так принято” (современно, модно, “круто” и т.д.); примером может служить неоправданно широкое использование интенции “все плохо”. С одной стороны, выявление недостатков всегда было, есть и будет одной из основных сфер внимания СМИ, управленческих структур, общественных организаций и обычных людей; с другой же – следует различать мотивацию обращения к “разоблачительной” тематике. Во-первых, это может быть задача назвать, проанализировать и предложить конструктивный способ решения проблемы. Во-вторых, нередко за подобным целеполаганием, как за маскирующим занавесом, скрывается еще один уровень мотивов и целей коммуникатора, связанных со стремлением создать негативное отношение к власти, конкретным личностям во властной или социальной сфере, к той или иной партии, движению, событию, решению, организовать массовые несанкционированные выступления. Наконец, в-третьих, эксплуатацией интенции “все плохо” может быть банальное стремление привлечь внимание посредством так называемого “хайпа”. Основной организующий центр в материалах второго и третьего типа, казалось бы, связан со стремлением искоренить недостатки (то, что “плохо”); при этом активно используются призывы к духовности, нравственности, справедливости. Однако реальный социальный результат, а это “картины мира” людей, подчас неоправданно оказываются окрашенными в негативные тона и оттенки.

Нравственный императив в современной социокультурной среде. Стимуляция внимания населения России к различным нарушениям нравственности (несправедливости, нечестности, жестокости, неуважению, невниманию и т.д.) не зря в арсенале любителей манипуляций: требование нравственности во всех сферах общественной жизни, а также в словах и поступках представителей власти всех уровней и публичных персон

⁴ Так, по данным проекта РФФИ “Задачи и методы социоментального развития современной молодежи: теория, исследования, эксперименты, 2015–2017 гг.”, в ответ на содержащуюся в анкете просьбу назвать телепрограммы, которые респондент смотрит, всего 2% от общего числа участвующих в опросе учащихся вузов и старшеклассников заявили, что смотрят телепрограмму “Время” и телепрограмму “Вести”; 4% от общего числа опрошенных молодых рабочих заявили, что смотрят программу “Воскресный вечер с В. Соловьевым”, и 2% – программу “Время”; 7% представителей молодой интеллигенции заявили, что смотрят телепрограмму “Новости”; 5% – “Время”; 4% – “Воскресный вечер с В. Соловьевым” и 3% – “Вести” (перечислены все названные респондентами информационные и общественно-политические телепрограммы). Всего в исследовании приняли участие 572 человека в возрасте от 17 до 35 лет включительно; исследование позиционируется как качественное и междисциплинарное.

свойственно большинству россиян, более чем активно откликающихся в социальных сетях, блогах, сайтах и комментариях на выявленные сбои, нарушения и проблемы в сфере морали и нравственности. Такого рода информационные послы создают популярность многочисленным сайтам, блогам и прочим инициативным материалам в Интернете, держащихся “на плаву” только за счет интереса аудитории. Многомиллионную аудиторию собирают заполонившие телеэкраны сериалы, в основе сюжетов которых, как под копирку, душещипательные истории о несправедливо обиженных персонажах и об обязательном возмездии обидчикам. Реальные истории даже с незначительными элементами нравственных нарушений становятся основой слухов, пересудов и обсуждений на бытовом уровне.

Безусловно поэтому, что при анализе актуальных для современной социокультурной среды смыслов нельзя оставить за бортом внимания особое качество в иерархии смысловых ценностей огромного числа россиян: требование нравственности как условие личностной поддержки, а следовательно, и стабильности социальных устоев.

* * *

Тенденции и направленность современных социальных, политических, социокультурных и т.д. процессов теснейшим образом связаны с циркулирующими в социокультурной среде смыслами и особенностями их влияния на “картины мира” миллионов людей. Сегодня, в настоящий момент, это прежде всего смыслы глобальных противостояний, направленных, с одной стороны, на кардинальную перестройку “картин мира” наших соотечественников, особенно молодежи, и с другой – на отстаивание права нашей страны на суверенитет, развитие, процветание и жизнь по традиционным нравственным устоям, которые импонируют большинству россиян и составляют основу их жизненных ценностей.

В ситуации современных смысловых противостояний даже нейтральные, казалось бы, материалы, нередко “встраиваются” в многоуровневые мотивационно-целевые структуры смыслов длительного действия, “работая” в комплексе на манипулятивную и разрушительную по своему результату цель. Поэтому для максимально большого числа людей, наших соотечественников, крайне важно умение отличать честные, открытые смысловые нюансы от закрытых, основанных на скрытых и скрываемых способах манипулирования; важно *не только знать* о том, что происходит в мире и стране, не только владеть неким объемом разносторонней информации, но и *понимать* смысловую направленность воспринимаемых материалов, текстов, произведений, информационных блоков, длящихся пропагандистских кампаний, независимо от источника, автора, жанра, семиотической (знаковой) системы, в которой они созданы.

И поскольку “полем битвы” оказывается (почти по Ф. Достоевскому) сознание человека, его умение понимать и анализировать, прежде всего необходимы мероприятия по массовому социоментальному развитию [Адамьянц 2012], основанные на умении “видеть” за набором воспринимаемой информации (или эмоционально-художественных образов) сложные многоуровневые структуры, “работающие” на донесение мотивов и целей коммуникатора. Только в таком случае многоликая, разнообразная и постоянно расширяющаяся социокультурная среда окажется не коварным минным полем, по которому приходится передвигаться с завязанными глазами, а понятной и безопасной площадкой, где по самостоятельному и взвешенному решению человека отобраны и сосредоточены честные, открытые и увлекательные смыслы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Адамьянц Т.З. (2019) Коммуникационные механизмы современных смысловых противостояний // Социологические исследования. № 3. С. 98–105.
- Адамьянц Т.З. (2014) Концепции понимания в коммуникации: в поисках платформы для взаимопонимания // Общественные науки и современность. №4. С. 121–131.
- Адамьянц Т.З. (2012) Массовое социоментальное развитие: миф или реальная возможность? // Общественные науки и современность. №1. С. 27–46.
- Адамьянц Т.З. (2015) Осторожно: смысловые атаки! // Человек. №4. С. 77–83.
- Адамьянц Т.З. (2017) Социальные смыслы глобальных процессов и перемен: механизмы и катализаторы (монография) Т. 3. М.: Институт социологии РАН (<http://www.isras.ru/publ.html?id=5020>).
- Александр Дж. (2013) Смыслы социальной жизни: культурсоциология. М.: Праксис.
- Вебер М. (1990) Избранные произведения / Пер. с нем. М.: Прогресс.
- Гофман А.Б. (2015) Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Книжный Дом Университет.
- Дильтей В. (1996) Описательная психология. СПб.: Алетейя.
- Дридзе Т.М. (2000) Две новые парадигмы для социального познания и социальной практики // Социальная коммуникация и социальное управление в эокантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. Кн. 1. М.: ИС РАН. С. 5–42.
- Дридзе Т.М. (1984) Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М.: Наука.
- Ионова О.Е. (2010) Конструирование социальной реальности в теории координированного управления смыслообразованием // Вестник МГИМО-Университета. № 4. С. 130–136.
- Леонтьев Д.А. (2007) Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М.: Смысл.
- Най Дж. (2006) Гибкая сила. Как добиться успеха в мировой политике. М.: Тренд.
- Почепцов Г.Г. (2015) Информационные войны. Новый инструмент политики. М.: Эксмо.
- Социологическая энциклопедия. В 2 т. Т. 2. (2003) М.: Мысль.
- Шюц А. (2004) Избранное: Мир, светящийся смыслом / Пер. с нем. и англ. М.: РОССПЭН.
- Pearce W.B., Cronen V.E. (1980) Communication, Action and Meaning: The Creation of Social Realities. New York: Praeger.

REFERENCES

- Adam'iantc T.Z. (2019) Kommunikatsionnye mehanizmy' sovremennykh smyslovykh protivostoianiy [Communicative mechanisms of modern conceptual oppositions]. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, no. 3, pp. 98–105.
- Adam'iantc T.Z. (2014) Kontseptcii ponimaniia v kommunikatsii: v poiskakh platformy' dlia vzaimoponimaniia [Concepts of understanding in communication: in search of a platform for mutual understanding]. *Obshchestvenny'e nauki i sovremennost'*, no. 4, pp. 121–131.
- Adam'iantc T.Z. (2012) Massovoe sotsiamental'noe razvitie: mif ili realnaia vozmozhnost'? [Mass social development: myth or real possibility?]. *Obshchestvenny'e nauki i sovremennost'*, no. 1, pp. 27–46.
- Adam'iantc T.Z. (2015) Ostorozhno: smyslovy'e ataki! [Caution: semantic attacks!] *Chelovek*, no. 4, pp. 77–83.
- Adam'iantc T.Z. (2017) *Sotsial'nye smysly' global'nykh protsessov i peremen: mehanizmy' i katalizatory'* [Social Meanings of Global Processes and Changes: Mechanisms and Catalysts]. Vol. 3. Moscow: Institut sotsiologii RAN (<http://www.isras.ru/publ.html?id=5020>).
- Aleksander Dzh. (2013) *Smysly sotsial'noi zhizni: kul'tursotsiologiia* [The Meanings of social Life: Culture Sociology]. Moscow: Praksis.
- Dil'tei' V. (1996) *Opisatel'naia psihologiia* [Descriptive Psychology]. St.-Petersburg: Aletei'ia.
- Dridze T.M. (2000) Dve novy'e paradigmy' dlia sotsial'nogo poznaniia i sotsial'noi' praktiki [Two New Paradigms for Social Cognition and Social Practice]. *Sotsial'naia kommunikatsiia i sotsial'noe upravlenie v ekoantropocentrichesko'i i semiosotsiopsihologicheskoi' paradigmatkh*. V 2 kn. Kn. 1. Moscow: IS RAN, pp. 5–42.
- Dridze T.M. (1984) *Tekstovaia deiatel'nost' v strukture sotsial'noi' kommunikatsii* [Text Activity in the Structure of Social Communication]. Moscow: Nauka.

Gofman A.B. (2015) *Moda i liudi. Novaia teoriia mody' i modnogo povedeniia* [Fashion and people. A new theory of fashion behavior]. Moscow: Knizhny'i Dom Universitet.

Ionova O.E. (2010) *Konstruirovanie sotsial'noi' real'nosti v teorii koordinirovannogo upravleniia smy'sloobrazovaniem* [Construction of Social Reality in the Theory of Coordinated Management of Meaning Formation]. *Vestnyk MGIMO-Universiteta*, no. 4, pp. 130–136.

Leont'ev D.A. (2007) *Psikhologii smy'sla: priroda, stroenie i dinamika smy'slovoi' real'nosti* [Psychology of meaning: nature, structure and dynamics of semantic reality]. Moscow: Smy'sl.

Nai' Dzh. (2006) *Gibkaia sila. Kak dobit'sia uspeha v mirovoi' politike* [Flexible Power. How to Succeed in World Politics]. Moscow: Trend.

Pearce W.B., Cronen V.E. (1980) *Communication, Action and Meaning: The Creation of Social Realities*. New York: Praeger.

Pochepcov G.G. (2015) *Informatcionny'e voi'ny'. Novy'i' instrument politiki* [The Information Wars. New Policy]. Moscow: E'ksmo.

Shiut A. (2004) *Izbrannoe: Mir, svetiashchii'sia smy'slom* [Favorites: A world with a glowing meaning]. Moscow: ROSSPEN.

Sotsiologicheskaiia e'ntsiclopediia. V 2 t. T. 2. (2003) [A Sociological encyclopedia in two volumes]. Vol. 2. Moscow: Mysl'.

Veber M. (1990) *Izbrannye proizvedeniia* [Selected Works]. Moscow: Progress.