

УДК 005.3

ББК 60.82

DOI 10.22394/1682-2358-2022-2-83-94

Е.Б. Khorolceva, Candidate of Sciences (Philosophy), Docent of the Social Communications Department, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

A.V. Fedorova, Candidate of Sciences (Philosophy), Docent of the Social Communications Department, Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

RISKS OF PARADIGM TURNS IN THE RESEARCH OF MODERN ORGANIZATIONS

The risks associated with paradigm turns in the research of modern organizations are analyzed. Three basic paradigm turns are distinguished: from the classical paradigm to the non-classical one, from the non-classical to the post-non-classical one, and from the post-non-classical to the media one. It is proved that risks correlate with the complexity of modern organizations and the diversity of paradigms that define the 'optics' of the researcher.

Key words and word-combinations: risks, paradigms, research, modern organizations, media field.

Е.Б. Хорольцева, кандидат философских наук, доцент кафедры социальных коммуникаций Поволжского института управления имени П.А. Столыпина — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: khorolceva-e@mail.ru)

А.В. Федорова, кандидат философских наук, доцент кафедры социальных коммуникаций Поволжского института управления имени П.А. Столыпина — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: anna_fedorova_76@list.ru)

РИСКИ ПАРАДИГМАЛЬНЫХ ПОВОРОТОВ В ИССЛЕДОВАНИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. Анализируются риски, связанные с парадигмальными поворотами исследований современных организаций. Выделены три базовых парадигмальных поворота: от классической парадигмы к неклассической, от неклассической к постнеклассической и от постнеклассической к медийной. Доказывается, что риски коррелируют со сложностью современных организаций и многообразием парадигм, определяющих оптику исследователя.

Ключевые слова и словосочетания: риски, парадигмы, исследования, современные организации, медийное поле.

Риски парадигмальных поворотов в исследованиях современных организаций связаны со сменой логических

рациональных уровней исследований, исследовательских установок, а также с выбором, обоснованием и использованием методов исследований. В процессе осуществления парадигмальных поворотов происходят существенные изменения объекта исследования, в роли которых выступают современные организации [1]. По многим основаниям риски парадигмальных поворотов связаны со статусом исследователя: мыслитель противопоставляет себя миру, объектам исследования, стремится к объективности в познании организаций современного мира или, напротив, дополняет социальный мир и формирующие его организации, достраивает и доконструирует процесс осуществления исследований, опирается на многомерные интерпретации. Остаются открытыми вопросы, затрагивающие основания выбора определенной парадигмы. Основания выбора — это своего рода «контакт» или четкое соответствие научно-исследовательских установок, объекта исследования, позиции исследователя и методов исследований: качественных, количественных, современных.

В таком ключе видоизменения парадигм исследователю важно обращать внимание на социологические частнонаучные критерии выбора тех или иных оснований, а также на общенаучные критерии смены парадигм исследований. Современному исследователю организационного поля важно учитывать в своей работе проблематику истинности получаемого знания, стоящей за той или иной применяемой парадигмой [2].

Остро стоит вопрос правомерности и легитимности использования данных и знания. Он возникает благодаря двум основным причинам: масштабированию исследований, когда большинство проводимых исследований можно отнести к Big data и открытости баз данных, полученных в процессе трудоемких исследований. На данный момент существует базовое противоречие, остающееся неразрешенным. Это противоречие связано с количественным превалированием получаемых данных по организациям и организационной жизни над возможностями интерпретаций данных. Исследователям организаций не хватает концептуальных оснований и моделей, способных дать адекватное объяснение огромным массивам данных.

Наиболее острым остается вопрос своевременности использования той или иной парадигмы и обоснованности смены устоявшейся парадигмы на новую или альтернативную [3]. Целесообразно обращать внимание на социальную темпоральность, связанную с процессом исследований современных организаций. Дело в том, что исследования проводятся в вариативном режиме важно / срочно. В данных условиях становится актуальной темпоральность, проявляющая себя в дефицит-

ной модели времени, отводимого ученому на запланированные исследования. Дефицитная модель социального исследования предполагает постоянную нехватку времени в условиях подготовки, проведения и обработки исследований [4]. Особые риски принимают на себя отчеты о проведенных исследованиях, поскольку должны быть написаны не только корректно, инновационно, но и в сжатые сроки.

В современных условиях изменились требования к сущностным характеристикам научных парадигм. Становится важным не только признание парадигмы со стороны научного сообщества, но также непротиворечивость, достоверность, верифицируемость знания, которые включает парадигма. Современная наука способна описать объект исследований во всех его сложных взаимосвязях и противоречиях ясно и четко, сохранив динамику описываемого объекта. Важно понимать, что организации — чрезвычайно сложные объекты для исследования, а современные организации — особенно нуждаются в проведении исследований [5; 6], ибо они осуществляют свою деятельность в условиях высоких рисков и неопределенности. Риски и неопределенности требуют грамотного управления. Это сложный вызов по отношению к управленцам, поскольку высокие риски и неопределенность продуцируют огромное количество редких или форсмажорных событий, вероятность наступления которых крайне мала. Но они происходят достаточно часто и собственным событийным рядом обесценивают привычные планы, прогнозы по организационным изменениям. Нивелирование значимости процессов планирования и прогнозирования, составления программ исследований приводит к развитию разнообразия маневренности или гибкости управленцев в организациях. Привычная, рутинизированная логика данных процессов перестает работать, возникает необходимость новых логических оснований, которые смогут быть эффективными в новых сложившихся условиях.

Могут ли у парадигм в современных условиях быть нелогичные и нерациональные основания? Благодаря каким обстоятельствам происходит смена парадигм? Кто может инициировать смену парадигм? Эти вопросы относятся к субъектности парадигмального поля. Кто готов выступить в роли субъектов изменений? Кто примет на себя риски парадигмальных поворотов и будет управлять этими рисками? Очевидно, что это те субъекты организационного поля, у которых есть грамотные стратегии по управлению рисками. Стратегии могут быть направлены на снижение, распределение, повышение, принятие рисков. В современных условиях наиболее эффективной является стратегия повышения рисков.

Если эксперты и статусные фигуры примут активное участие в определении новых парадигмальных направлений и станут причастными к парадигмальным поворотам, то остается неясным, каким образом в этом случае будет преодолена инертность мышления, консервативность научного знания, как выйти из «колеи опыта»? За ответом на каждый из поставленных вопросов существуют высокие риски, к управлению которыми исследователи не готовы. У нас для этого нет решимости, смелости, четких и значимых образов результатов, которые можно было бы достигнуть и удержать. Исследователям не хватает компетенций и методологических обоснований для работы в междисциплинарном поле в условиях транспарентности границ.

Несмотря на высокие риски, связанные с междисциплинарностью и транспарентностью научного знания, существует целый ряд исследователей, готовых работать с феноменами сложности, неопределенности, организованности, хаоса и порядка. К ним можно отнести Б. Латура, Дж. Ло, В. Вахштайна, Г. Хакена, И. Стенгерс, И. Пригожина, С.П. Курдюмова, Е.Н. Князеву. Благодаря этим исследователям можно констатировать первый парадигмальный поворот — от классической парадигмы к неклассической. Второй парадигмальный поворот связан с переходом от неклассической парадигмы к постнеклассической. Постнеклассическая парадигма включает в себя синергетическую парадигму, основателем которой выступает Г. Хакен, а также рискологическую парадигму, основоположником которой является У. Бек. Третий парадигмальный поворот заключается в переходе от постнеклассической парадигмы к медийной парадигме (Э. Кастельс). Риски парадигмальных поворотов оказываются связанными с двумя основными разворотами: с сущностными характеристиками парадигм и с изменениями, происходящими в организациях в процессах выбора и перехода с одной парадигмы на другую.

Б. Латур, основатель акторно-сетевой теории, указывает на необходимость смены оснований исследований. Он активно выступает за отказ от противопоставления исследователя объекту исследований [7]. Ученый обращает внимание на необходимость следования за акторами, принимающими активное участие в исследовании, определяющими основные характеристики исследования, развивающими его. Это означает, что исследователь попадает в ситуацию, когда он вынужден маневрировать с жесткими программами и гипотезами проводимых исследований, отказываться от понятных и стройных алгоритмов исследовательских процедур, находится в непрерывном процессе следования за акторами. Исследователь погружается в пять плоскостей неопределенности: неопределенность групп, неопределенность действий,

неопределенность рискованных отчетов, дискуссионных реалий и неопределенность объектов. Согласно акторно-сетевой теории Б. Латура организации — это поля неопределенностей и рисков, связанные с динамикой организационной жизни. Исследователю важно изучать организации как живые организмы, следуя за логикой происходящих событий. Это глубинные исследования организационного поля во всем их разнообразии и сложности.

Джон Ло предлагает обращать внимание на хинтерланды (пучки, бесконечно продолжающихся связей и отношений, а также рутинизированных практик) и в качестве метода определяет метод-сборку, включающий многочисленные нарративы. Исследовательский метод, согласно концепции Джона Ло, отличается сложностью, он занимает много времени [8]. Результаты исследований могут быть неясными, неточными, неverifiedируемыми и небыстрыми, а также неудобными для описания в рамках классической парадигмы исследований. Исследователь предлагает девять этапов исследовательской работы, отражающей прадигмальный поворот от классической парадигмы к неклассической. В логике нарративного подхода Джона Ло организации — это поля проявленности, присутствующего «здесь и теперь» и непроявленного опыта, но способного проявиться. Организации — это сложные нарративы, требующие исследований для совершенствования управления ими.

В. Вахштайн предлагает фреймировать пространство, частным случаем которого могут выступать организации, и осуществлять рефрейминг. Организации становятся полем игры. Фрейм-анализ предполагает, что любая событийность может подвергнуться расслоению. В ней могут быть выделены разнообразные, в том числе и конфликтные, смыслы. Вслед за И. Гофманом В. Вахштайн выделяет верховную реальность и фиктивные области. Фреймирование предлагает исследователю схемы интерпретаций рутинизированных событий, трансформаций, встроенных в жизнь организаций [9]. Этот процесс позволяет различать копирование и феноменологическую данность, бытие той или иной организации, того или иного социального события.

Г. Хакен, И. Стенгерс, И. Пригожин, С.П. Курдюмов и Е.Н. Князева являются представителями синергетической парадигмы и рисков, которым соответствуют риски, связанные с хаосом и неопределенностями, иным отношением к отношениям порядка, к законам нелинейности, открытости, непропорциональности. При этом встречаются риски, связанные со вторым прадигмальным поворотом от неклассической парадигмы к потснеклассической. Основоположником синергетической парадигмы выступает Г. Хакен. Именно он раскрывает десять

оснований синергетики, которые развиваются последователями этого направления научного знания. Основными положениями синергетической парадигмы являются открытость и нелинейность организационных систем, конструктивная роль хаоса в динамике организационной деятельности, понимание, что порядок — это состояние системы, быстро сменяющееся хаосом, за которым следует динамический хаос и вновь — порядок. Тогда, чтобы грамотно исследовать организации, оптика исследования будет направлена на состояния хаоса, динамического хаоса, будет анализировать и использовать стратегии открытости и нелинейности.

В рискологической парадигме, предложенной У. Беком, рассматриваются риски как основания современной цивилизации, сменившей эпоху модерна. Общество риска — это общество, производящее и воспроизводящее риски. Деятельность человека связана с производством многочисленных рисков [10]. Риски, согласно концепции У. Бека, представляют собой опасность, которая приобретает характер аскриптивной судьбы. У. Бек обращает внимание на неотвратимость и транспарентность рисков, а также кумулятивный эффект, когда риски накапливаются и многократно усиливают друг друга. Фокус исследовательских практик, согласно концепции У. Бека, направлен на организации, являющиеся субъектами рисков и неопределенности. Организации производят риски, воспроизводят их, реализуя собственную деятельность, управляют рисками, нивелируя ущерб или угрозы, исходящие от них.

Э. Кастельс, описывая информационную эпоху, обращает внимание на формирование особого информационного пространства. Информационное пространство порождает информационные риски, связанные с распределением информации. Процесс распределения информации в информационном пространстве неравномерен. Человек имеет дело с узлами связей, сетевыми конфигурациями связей, рубильниками (центрами власти и принятия решений). Организации информационного поля — это информационные центры выстраивания и перестраивания коммуникационных контентов, субъекты информационных рисков. Более подробно сущность организаций информационного пространства раскрывается через анализ медийного поля [11].

Риски могут раскрывать себя через понятия «опасности», «угрозы», «ущерба», а также проявляться через «возможности», использование «последнего шанса» или «открывающихся перспектив». В современных условиях риски, связанные с тремя парадигмальными поворотами исследования организаций, важно определять как нелинейный, открытый процесс выстраивания действий субъектами рисков в усло-

виях непропорциональности оказываемых воздействий и получаемых результатов. Одним из базовых условий риск-деятельности является неопределенность.

В источниках выявляются более 56 видов неопределенности, большая часть которых связана с человеком и осуществляемой им деятельностью. Наиболее актуальными в ситуации 2022 г. являются информационная, технологическая и антропологическая неопределенности. К источникам информационной неопределенности можно отнести огромные массивы информации и данных, которыми вынужден оперировать современный человек (исследователь, управленец). Если обратиться к количественному контенту, то каждые шесть часов количество информации на планете удваивается. Следовательно, даже при сверхмотивации человек не способен за всю свою жизнь прочесть, изучить инфоконтент даже узкой исследовательской сферы. Это серьезный вызов по отношению к современному человеку, его деятельности и качеству принимаемых решений. Он включает в себя многочисленные риски, связанные с объемами информационного контента и возможностями человека по потреблению той или иной информации.

Качественные характеристики поступающей информации также оставляют желать лучшего. Главной проблемой стало отделение фейковой информации от достоверной и непротиворечивой, объективной и ключевой. Успешная стратегия по снижению рисков заключается в обращении к экспертам. Кто является экспертом в том или ином исследовательском поле? Этот провокационный вопрос остается без ответа, поскольку он затрагивает проблему доверия, компетенций, квалификаций и статуса современных экспертов и выстраиваемых ими процедур экспертизы [12; 13].

Каким образом определить уровень профессионализма эксперта? Традиционно обращается внимание на результаты его деятельности или на процедуры исследований, которые он осуществляет. Однако в современных условиях и результаты, и исследовательский процесс оказались слабыми индикаторами качества экспертной деятельности. Во многом это связано с формированием и развитием медийного поля, в котором происходит борьба за символический капитал (признание, известность, власть и лидерство, основанные на харизматических компонентах). Агенты, согласно концепции П. Бурдьё, выстраивают и поддерживают позиции с помощью разнообразных систем практик. Медийное поле в большей степени ориентировано на конфликтующие позиции. Интересным является проблематика проявленности позиции. Позиция может быть создана, она даже может весьма успешно поддерживаться агентом или группой агентов медийного поля, но может не

проявлять себя. Примером служит созданный, но немонетизируемый канал. Такой канал загружен инфоконтентом, но не продвигается с помощью рекламных стратегий или SEO-технологий [14]. В роли другого фактора, влияющего на проявленность позиции медиаполя, выступает медийность агента (его узнаваемость, популярность, раскрученность в качестве медийного лица).

Если использовать праксеологический подход, предложенный П. Бурдье, то можно утверждать: риски медийного поля связаны не только с преимущественно конфликтными взаимодействиями между позициями и «отношениями сил» между агентами, но и с асинхронностью медийного и социального полей. Асинхронность препятствует установлению прозрачных, объективных и легитимных правил игры для взаимодействий в медиаполе. Эти процессы приводят к рискам присвоения права устанавливать те или иные правила отдельными агентами медиаполя (админами) без объяснения обоснованности происходящего. В медиаполе отсутствуют рычаги воздействия на властные центры, у агентов остается право принять и подчиниться установленным порядкам действий. Медиаполе предполагает наличие динамических границ, поддерживающих и развивающих практики агентов.

Обратим внимание на то обстоятельство, что праксеологического подхода, опирающегося на сочетание лучших практик феноменологии и структурализма, оказывается недостаточно для исследований медийного поля и организаций, конституирующих его [15]. Оформляется «медийный парадигмальный поворот», причинами возникновения которого являются характеристики медийного поля и особенности организаций, определяющих его конфигурацию. К рискам медийного поля, по нашему мнению, относятся асинхронность и конфликтность позиций агентов. Если следовать за П. Бурдье, то медийное поле представляет собой реальность третьего порядка и соответствующую этому порядку сложность. Физическое пространство — пространство первого порядка, социальное пространство можно отнести к пространству второго порядка, а медийное поле — к третьему. Каждому пространству/полю соответствуют специфические организационно-управленческие практики. Физическое пространство проявляет структуры и функции организаций и организационной деятельности на различных уровнях. Оно рассматривается в организационно-управленческом аспекте, отличается объективностью, но субъективно не присвоено [16].

Организации этого пространства представляют собой социальные институты с устоявшимися практиками, правилами, нормами, санкциями за их нарушение, историческим контекстом протекающих собы-

тий, накопленным успешным и неуспешным опытом, телеологическими структурами. Телеологичность организаций представлена картиной целей, задач, стратегий, установок, ценностей, ждущих своей реализации. Вектор телеологичности тесно связан с образом результата, будущего результата деятельности. Организации физического пространства — это устоявшиеся типологии структур, к которым можно отнести линейные и линейно-функциональные структуры, дивизиональные, матричные, проектные, сетевые. Структурные характеристики могут изменяться в зависимости от изменений телеологических компонентов организаций. Организации физического пространства — объективная данность, противостоящая агенту действий и эффективно реализующая себя вне зависимости от его устремлений и оценок. Для описания такого рода организаций и взаимодействий, связанных с ними, в большей степени подходит метафора «организация-машина», исключающая субъективные практики или человеческий фактор, как привычно говорят на обывательском уровне управления.

Социальное пространство определяет взаимодействия между организациями, дистанции, процессы распределения благ или услуг. Качественные характеристики социального пространства определяются коммуникациями, каналами и субъектами коммуникационных взаимодействий. Социальное пространство — это всегда присвоенное субъективное пространство организаций и организационной деятельности с соответствующими практиками восприятия, понимания, оценивания, интерпретациями происходящего. Центральное место в конституировании социального пространства занимает агент с особенностями его активной деятельности. Социальное пространство — это символическое пространство смыслов и значений [15]. Организации, раскрывающиеся через социальное пространство, представляют собой поля внутренних и внешних коммуникаций, организационной культуры, полей имиджей, репутаций, нарративов, брендов, неймингов. Социальное пространство стремится максимально четко отразить характеристики физического пространства, чтобы сохранить, передать, изменить.

Медийное поле является проекцией динамики и особенностей функционирования физического и социального пространства и находится на метауровне по отношению к ним. Оно, в отличие от тесных связей физического и социального пространства, не стремится к точному воспроизведению символического контекста. Медийное поле может функционировать и развиваться вполне автономно по отношению к физическому и социальному пространству. Оно может отзеркаливать смыслы физического и социального пространств. Но это не является необходимым требованием для существования медийного поля.

Оно, скорее, предоставляет возможности для изменения и развития социального и физического пространства. В этой открытости медийного поля содержатся высокие риски проявленности / непроявленности организаций и агентов. Организации медийного поля могут осуществлять собственную деятельность, а агенты могут быть достаточно активными и телеологичными, но контакта с возможностями может не произойти. Организации, выходящие в медийном поле, должны быть наделены необходимыми «рецепторами» для улавливания необходимых информационных контентов, технологий, инструментов. Организации медийного поля представляют собой не просто символические универсумы. Они, скорее, информационные структуры, контексты и контенты, сложные и немислимые информационные потоки.

Главным организующим принципом в медийном поле является производство и воспроизводство информационного контента. Риски проявляют себя в организационно-управленческой темпоральности, то есть в скорости производства и воспроизводства информации. Лидирующие позиции занимает организация, делающая это быстрее или работающая на опережение. При этом речь идет не о сохранении темпов или ритмов производства, воспроизводства информационных контентов, а о непрерывном наращивании темпов. Ритмы отходят на второй план, утрачивают собственную значимость. Это означает, что у организаций медийного поля отсутствует задача по сохранению информации для формирования и передачи опыта, для конституирования данных информационного пространства. Доминирующей установкой выступает стремление постоянно изменять инфоконийент, инфопрактики. Организации трансформируются настолько стремительно, что становятся похожими на информационный поток или информационную лавину, несущуюся с гор. Главная задача организаций медийного поля не столько быть в этом потоке информации, сколько быть этим потоком, являться им.

Физическое, социальное пространство и медийное поле могут взаимодействовать между собой линейно по восходящей. Тогда объективные характеристики физического пространства определяют субъективные присвоенные смыслы социального пространства, а медийное поле позволяет аккумулировать инфоконтенты физического и социального пространств, открывает возможности для их существования, изменений и развития. Физическое, социальное пространства и медийное поле могут быть связанными и линейно по нисходящей. Тогда медийное поле определяет особенности социального пространства, а социальное пространство конституирует инвариантные характеристики физического пространства. Взаимосвязи между пространствами и полями могут быть рассогласованными. Рассогласованность выступает вторым типом связанности. Тогда

организации становятся эклектичными, они утрачивают целостность и вертикаль (ценностные установки) в процессах управления и принятия решений. Третий тип связанности может проявлять себя через доминирование одного из пространств или полей. Если доминирующим оказывается физическое пространство, то в деятельности организаций преобладают объективные компоненты, исследовательские методы, количественные методы. Если социальное пространство определяет «правила игры», то организации трансформируются в многочисленные интерпретации деятельности агентов и соответствующих им практик.

Медийное поле, в свою очередь выступающее в качестве лидера, благодаря информационному воздействию способно весьма быстро изменять и физическое, и социальное пространство, подстраивая их под ожидания, намерения и целевые характеристики информационного потока. Доминирование медийного поля оказывается самым рискованным типом связанности, поскольку в нем отсутствуют истина, объективность и данные. Медийное поле осуществляет трансформации физического и социального пространства с помощью правоты, избранности, исключительности информации, технологий, инструментов воздействий. Именно поэтому широкое распространение получили манипулятивные технологии искусственного интеллекта и таргетированной рекламы. Интерфейсы, созданные для повышения эффективности деятельности организаций и агентов в них, определяют организационно-управленческую реальность. Определяют в том смысле, что задают параметры действий: подбирают и комбинируют данные для принятия решений, являясь хранилищем или портативной памятью. Если эти данные не хранятся в мозге человека, если мозг не изменяется под воздействием хранящихся и обрабатываемых данных, а хранятся отдельно, на внешних носителях, то решения, которые принимает человек, оказываются все более ошибочными. В этом заключается современный парадокс и колоссальный риск: человеку в медийном поле можно принимать только «достаточно хорошие» решения, у него нет права на ошибку, поскольку каждая ошибка может стоить ему дорого.

В числе основных рисков можно назвать риск несвоевременности, когда страшно не столько не успеть вовремя или ко времени предпринять что-либо, сколько становится невозможным наверстать упущенное (слишком велика скорость информационного потока). Для управления риском несвоевременности важно не только принимать оптимальные решения и эффективно реализовывать поставленные задачи, но и поддерживать в себе навык усложнять задачи и решать их [16]. В процессе усложнения задач необходимо быть открытым к внешним и внутренним факторам, отслеживать контуры обратной

связи, управлять петлями обратной связи. Решающим навыком становится маневренность и гибкость в изменяющихся ситуациях, обеспечивающих способность выдерживать неопределенность организационно-управленческой среды.

Таким образом, риски парадигмальных поворотов в исследованиях современных организаций связаны с их исследовательскими практиками и сущностными характеристиками. Риски анализируются сквозь призму восприятия критериев исследований, смены парадигмальных оснований, многочисленных выборов парадигм и соответствующих им методов, а также критериев истинности, правомерности и легитимности исследовательских практик. Оптика исследователя изменяется в соответствии с тремя парадигмальными поворотами: от классической к неклассической парадигме, от неклассической к постнеклассической парадигме и от постнеклассической к медийной парадигме. С одной стороны, парадигмальные повороты формировались и проявляли себя исторически. С другой стороны, парадигмальные повороты присутствуют в поле исследований современных организаций одновременно. Тогда риски оказываются связанными с многообразием парадигмальных поворотов, присутствующих в настоящем.

Библиографический список

1. Морем Э. О сложности. М., 2019.
2. Руднев В. Новая модель реальности. М., 2016.
3. Фуко М. Археология знания. СПб., 2004.
4. Бытие. Человек. Культура / под ред. Е.В. Листвиной, Н.П. Лысиковой, О.В. Шиндиной. Саратов, 2021.
5. Талей Н. Рискаю собственной шкурой: Скрытая асимметрия повседневной жизни. М., 2018.
6. Федорова А.В. Риск-менеджмент. М., 2018.
7. Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. М., 2014.
8. Ло Дж. После метода: беспорядок и социальная наука. М., 2015.
9. Вахштайн В. Социология повседневности и теория фреймов. СПб., 2011.
10. Управление коммуникациями в эпоху цифровизации / под ред. Н.Б. Зазаевой. Саратов, 2020.
11. Федорова А.В. Основы деловой и публичной коммуникации. М., 2021.
12. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа. М., 2015.
13. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.
14. Гофман А.Б. Классическое и современное: Этюды по истории и теории социологии. М., 2003.
15. Бурдые П. Социология политики. М., 1993.
16. Хорольцева Е.Б., Федорова А.В. Коммуникационные аспекты самоопределения личности в онлайн-пространстве // Вестник Поволжского института управления. 2021. Т. 21, № 1. С. 71–80.