

## ТРОЙСТВЕННЫЙ СТАТУС ДИСЦИПЛИНЫ

**Мас Манчон Л.**

Ph.D., Университет Помпеу Фабра, Барселона, Испания.

[Lluis.Mas@upf.edu](mailto:Lluis.Mas@upf.edu)

**Родеро Э.**

Ph.D., Университет Помпеу Фабра, Барселона, Испания.

[emma.rodero@upf.edu](mailto:emma.rodero@upf.edu)

### Аннотация:

Пристальный взгляд на три сферы деятельности в коммуникации — научную, академическую<sup>1</sup> и профессиональную — позволяет прийти к выводу, что дисциплина находится в серьезном кризисе. Во-первых, эпистемологический обзор показывает фрагментированный корпус теорий. Во-вторых, в академической среде существует множество традиций, появившихся из истории каждой страны, что приводит к растущему многообразию учебных программ. В-третьих, профессиональная сфера ориентирована на технологию, и ей не хватает компетентности, так как связь между теорией и практикой довольно слабая. Таким образом, наша цель — провести диагностику тройственного статуса дисциплины, чтобы показать необходимость введения глобального подхода. Этот подход основан на диалоге между исследователями, преподавателями и профессионалами-практиками в рамках общепринятой модели изучения. Ученые должны проводить исследования в направлениях, которые призваны служить как формированию коммуникативных компетенций, так и созданию экспертного поля.

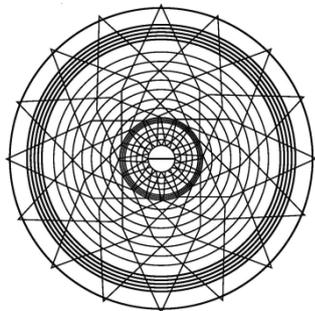
**Ключевые слова:** коммуникационная дисциплина, эпистемология, академическая среда, профессия, парадигма

Думая об ученом, мы обычно представляем физика или, возможно, биолога в белом халате. Но может ли некто, исследующий коммуникацию, тоже считаться ученым? Когда мы думаем о престижной профессии, то представляем, пожалуй, врача или юриста, но может ли журналист также быть квалифицированным профессионалом, или это просто второсортная работа? Мы живем в информационном обществе, в котором доминирует способность к

---

<sup>1</sup> Слова "академический", "академия" и т.п. авторы статьи понимают как связанные с системой образования, прежде всего университетского уровня. В их логике академическое противопоставляется научному, что звучит довольно непривычно для русскоязычного читателя. - *Ред.*





коммуникации. Коммуникация, в какой бы форме она ни осуществлялась, — это процесс, лежащий в основе наших знаний и социальных отношений, и потому ответ на эти вопросы может казаться очевидным и положительным. Однако это не так, если мы внимательнее рассмотрим то, что происходит в академической, научной и профессиональной сферах коммуникации [Neuendorf, Skalski, Atkin, Kogler-Hill, Perloff 2007].

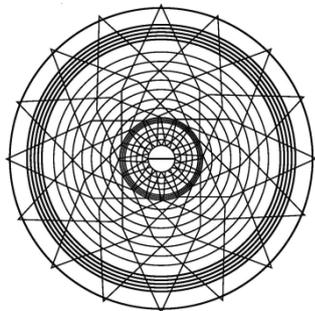
Во-первых, в академической среде имеется множество традиций, выросших из истории каждой страны и континента, что приводит к растущему многообразию учебных планов и материалов [Craig, Carlone 1998; Nordenstreng, 2007; Koivisto, Thomas 2008]. Во-вторых, этот разброс виден и с научной стороны, особенно по отношению к объекту исследования и методологии, используемой учеными в сфере коммуникации [Donsbach 2006; Lang 2013]. В-третьих, профессия «коммуникатор» остается в кризисе, так как получает меньше государственного финансирования, грантов, внимания и меньшие зарплаты, чем другие области. К тому же, исследователи из других дисциплин также используют коммуникацию как объект изучения [Putnam 2001]. В результате, эксперты в сфере коммуникации вытеснены на второй план профессии, исследователи не готовы соглашаться с базовыми принципами дисциплины, а профессора учат по материалам, которые не вносят вклад в современное общество, так как нет общей основы, а сами материалы быстро устаревают. Картина не слишком вдохновляющая.

Долгое время многие научные журналы и выступления на конференциях были сосредоточены на идентичности и научном статусе коммуникации. Однако они обычно брали в расчет только одну точку зрения — научные дебаты. Работы по институционализации дисциплины обычно забывают о важности образования и профессиональной деятельности [First, Adoni 2007]. Напротив, мы утверждаем, что эти дебаты должны происходить одновременно в трёх сферах: научной, академической и профессиональной. Все они должны объединить усилия для поиска способа координации того, что каждая из них делает, и, следовательно, усиления дисциплины под названием «коммуникация».

В таких рамках цель этой статьи — показать тройственное состояние дисциплины. Мы понимаем, что это может быть первым шагом для начала обдумывания метамоделей, которая могла бы быть полезна во всех трёх сферах деятельности.

## Диагностика дисциплины

Пришло время рассмотреть, как исследователи, профессора и профессионалы справляются с ситуацией, учитывая, что дисциплина сама по себе — это результат слияния трёх полей: научного, академического и профессионального.



### Научное поле

Способ, которым научные организации и отдельные ученые реагируют на эту ситуацию, отражен в двух главных областях распространения науки: в ассоциациях исследователей коммуникации и в международных научных индексируемых журналах в сфере коммуникации.

Во-первых, существует сильная фрагментация между различными секциями в исследовательских ассоциациях. Легко предположить, что это разделение происходит из-за различных традиций в изучении коммуникации, которые, как отметил Р.Т. Крейг в своей известной статье [Craig 1999], попросту игнорируют друг друга.

Далее следует попытка объединить эти секции как части коммуникационного процесса, определенного У. Шраммом: средство (медиа), сообщение, отправитель / получатель. Условимся называть их направлениями. Результатом являются постоянные пересечения между различными секциями из-за применения разных критериев для определения этих секций и существование всеохватывающей категории, а именно Специализации.

Рассмотрим таблицу 1, в которой представлены секции ведущих ассоциаций исследователей коммуникации<sup>2</sup>, формируемые по типу медиа.

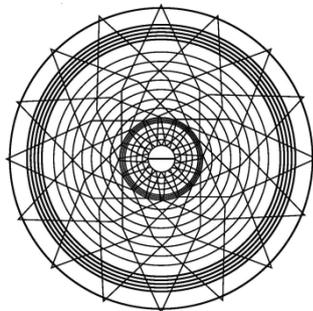
В большинстве ассоциаций имеются секции, посвященные визуальным и печатным медиа. Напротив, секция, объединяющая исключительно исследователей радио, существует лишь в ECREA, в то время как новые электронные медиа рассматриваются двумя ассоциациями (AEJMC и NCA). Секция, рассматривающая медиа в целом, есть только в одной ассоциации CSCA – Коммуникативной Ассоциации Центральных Штатов.

Второй тип деления – классификация секций по типу агентов процесса (отправитель / получатель информации), где обнаруживается большее число совпадений среди рассматриваемых ассоциаций (см. таблицу 2).

Однако, несмотря на кажущееся совпадение, есть некоторые поразительные несоответствия. Например, межкультурная категория является просто смесью международной, региональной и культурной коммуникации. В дополнение, существует нелепое соединение массовой коммуникации (критерий количества получателей информации) и метода, как в случае ECREA (секция изучения аудиторий и восприятия). Далее, секции часто бывают очень специфичны (семейная, религиозная), как будто такие характеристики требуют

---

<sup>2</sup> В таблицах 1-4 представлены данные о шести крупнейших ассоциациях в сфере коммуникативных исследований: ICA (International Communicative Association), ECREA (European Communication Research and Education Association), AEJMC (Association for Education in Journalism and Mass Communication), CSCA (Central States Communication Association), NCA (National Communicative Association) и AMCR (Association for Media and Communication Research). - *Ред.*



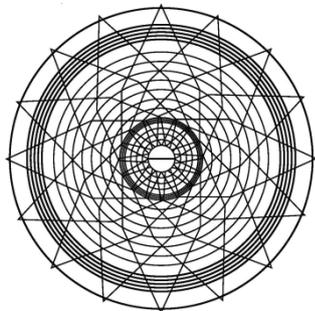
каких-то особых подходов и методов. Также разные критерии используются, когда межличностная, групповая и корпоративная коммуникации ставятся на один уровень. Наконец, исследования культуры могут совмещаться с исследованиями расовых меньшинств. Все эти категории просто не определены одинаковым критерием, и поэтому постоянно пересекаются.

В-третьих, отделения могут быть сгруппированы по сообщениям, то есть, по содержанию коммуникации, как показано в Таблице 3.

**Таблица 1:**

**Секции, классифицированные в соответствии с типом медиа**

Направление	Тип агента процесса	ICA	ECREA	AEJMC	CSCA	NCA	AMCR
<b>Медиа</b>	Радио		Изучение радио, Изучение ТВ			Отделение невербальной коммуникации, Отделение визуальной коммуникации, Отделение театра, кино и новых мультимедиа	
	ТВ, кино, визуальные медиа	Визуальная коммуникация	Изучение кино	Визуальная коммуникация			
	Новые электронные медиа			Электронные новости			
	Печатные медиа	Отделение журналов	Отделение журналов	Отделение газет и онлайн-новостей	Отделение журналов		
	Все медиа				Изучение медиа		



**Таблица 2:**  
**Секции, классифицированные в соответствии с типом агента процесса**

Направ-ление	Тип агента процесс а	ICA	ECREA	АЕJMC	CSCA	NCA	AMCR
<b>Отправитель / получатель информации</b>	<b>Межкультурный</b>	Межкультурная и развивающая коммуникация	Международная и межкультурная коммуникация	Международная коммуникация	Межкультурная коммуникация	Отделение азиатских и тихоокеанских американских исследований, Отделение международных и межкультурных коммуникаций, Отделение инвайронментальных коммуникаций, Отделение "Коммуникации и старение"	Межкультурная коммуникация
	<b>Массовый</b>	Массовая коммуникация	Исследования аудитории и восприятия	Массовая коммуникация и общество		Отделение массовой коммуникации	Аудитория
	<b>Популярный</b>	Популярная коммуникация		Менеджмент и экономика медиа	Популярная культура	Отделение этнографии	Коммуникация в сообществах
	<b>Организационный и бизнес-тип</b>	Организационная коммуникация	Организационная и стратегическая коммуникация		Организационная и профессиональная коммуникация	Отделение групповой коммуникации, Отделение организационной коммуникации, Отделение перформативных исследований	Политические коммуникации
	<b>Религиозный</b>				Отделение духовной коммуникации		
	<b>Межличностный тип и малые группы</b>	Межличностная коммуникация	Межличностная коммуникация и социальное взаимодействие		Межличностная коммуникация и коммуникация в малых группах	Отделение межличностной коммуникации, Отделение семейной коммуникации	

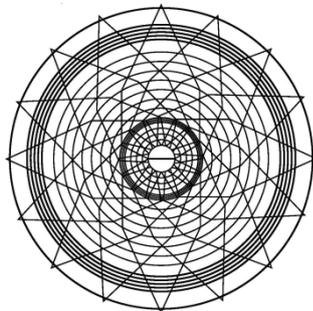
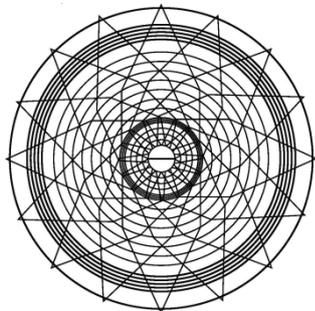


Таблица 3:  
Секции, классифицированные в соответствии с типом содержания

Направление	Тип агента процесса	ICA	ECREA	AEJMC	CSCA	NCA	AMCR
Сообщение	Здоровье	Коммуникация в сфере здравоохранения			Коммуникация в сфере здравоохранения	Отделение аргументации и судебной экспертизы, Отделение коммуникации в сфере здравоохранения, Отделение базового курса	
	Образование	Образовательная и развивающая коммуникация		Журналистика в образовании	Коммуникативное образование	Отделение коммуникативного понимания и компетенций, Отделение коммуникативной оценки, Отделение экспериментального обучения, Отделение образовательного развития, Отделение тренинга и развития	Исследование медиаобразования Журналистика и образование
	Политика	Политическая коммуникация	Коммуникация и политическая коммуникация в демократии		Политическая коммуникация	Отделение коммуникации в условиях мира и конфликта, Отделение политической коммуникации	Исследования политических коммуникаций
	Информационное убеждение		Исследования журналистики	Реклама			



## [Научные статьи]

Мас Манчон Л., Родеро Э.

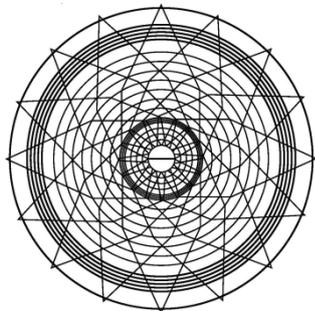
*Тройственный статус дисциплины*

Как видно из таблицы 3, есть три основных типа содержания, к которым обращаются секции: здравоохранение, образование и политика. В то же время только одна ассоциация (ECREA) считает журналистику достойной того, чтобы быть представленной собственной секцией, и лишь одна ассоциация (AEJMC) включила в число своих секций рекламу.

В-четвертых, мы представляем секции, которые относятся к различным традициям и дисциплинам внутри исследований коммуникации. Таблица 4 фактически показывает подход к коммуникации разных эпистемологических традиций и дисциплин.

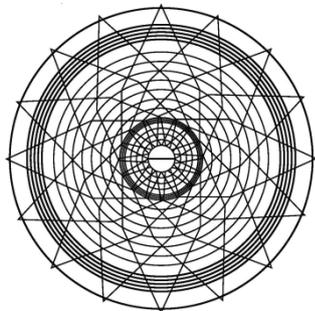
Как мы видим, это – зонтичный критерий, так как он совмещает широкий круг традиций и подходов в виде различных научных дисциплин (философия, история, технология, лингвистика, эпистемология и т.д.). Эти дисциплины совсем не взаимодействовали (не вели диалог) между собой [Craig 1999; Russill 2005; Craig 2007; Craig, Muller 2007], и не похоже, что это произойдет в ближайшее время [Boromisza-Habashi 2013].

Тот факт, что критерий, объединяющий больше всего секций, представляет собой мешанину из разных традиций, определяет три главных проблемы коммуникации как научной сферы, а именно: ей недостает специфики, её подходы основаны на несвязанных традициях и дисциплинах, она заимствует методы из других дисциплин без всякой теоретической или парадигмальной поддержки [Slater, Gleason 2012]. Как утверждает Ланиген, «в аналитическом мире науки дисциплины "коммуникация" не существует. Согласно самоопределению, коммуникация — это синтетическая часть всех других дисциплин, и так она институционализована ICA и NCA в Соединенных Штатах» [Lanigan 2005: 381]. Несмотря на несколько попыток сформировать эти части в единую дисциплину, факт заключается в том, что нет согласия по проблемам изучения и нет согласованности в изучении различных частей общего объекта исследования.



**Таблица 4:**  
**Секции, классифицированные в соответствии с исследовательскими традициями**

Направление	Тип агента процесса	ICA	ECREA	AEJMC	CSCA	NCA	AMCR	
Специализация	Теория и метод			Теория и методология коммуникации	Теория коммуникации	Отделение теории риторики и коммуникации, Отделение прикладной коммуникации		
	Право	Коммуникационное право и политика	Коммуникационное право и политика	Этика права и политики медиа	Отделение коммуникации и права, Отделение коммуникационной этики и свободы самовыражения	Отделение свободы самовыражения, Отделение коммуникационной этики	Право	
	Связи с общественностью	Связи с общественностью		Связи с общественностью	Связи с общественностью	Отделение связей с общественностью		
	Культурные исследования		Цифровая культура и коммуникация	Культурные и критические исследования	Риторическая теория и критицизм	Отделение культурных и критических исследований		
	Технология	Информационные системы, Коммуникация и технологии			Коммуникационная технология	Отделение "Коммуникация и будущее"	Отделение "Человеческие коммуникации и технологии"	Коммуникационная политика и технологии
	Лингвистика					Отделение "Язык и социальное взаимодействие"		



Второй сферой в нашем исследовании являются цели и предметные области 77-ти научных журналов по коммуникации, индексируемых системой "Social Science Citations Index"<sup>3</sup>. Проведенный анализ показал, что журналы либо определяют себя как междисциплинарные в рамках поля коммуникации, либо напрямую запрашивают исследования других дисциплин, таких как антропология, социология, психология, гуманитарные науки, лингвистика, коммуникационные технологии и т.д. [Lanigan 2005]. Однако, такая внутренняя гетерогенность всегда должна быть временной, так как междисциплинарность должна либо вести к четкой консолидации научной дисциплины вокруг парадигмы, либо к её исчезновению.

Так, можно найти отсылки к разным традициям и разделам исследований с такими выражениями, как «...обогащает давние интеллектуальные традиции» (QJS<sup>4</sup>) или «...вдохновляет разнообразные интеллектуальные традиции в этой сфере» (EJC<sup>5</sup>). На методологическом уровне неспецифичность коммуникации показана там, где журналы запрашивают «подходы гуманитарных и социальных наук». Кроме того, многие журналы рассматривают информационно-коммуникационные технологии (ICT) сами по себе как объект изучения. В дополнение к этому, критическая школа сохраняет свою нишу в некоторых отдельных журналах и принимается во многих других. Более того, можно наблюдать, как в некоторых специфических журналах (сфокусированных на Азии, Китае, Австралии, Африке, Европе и Латинской Америке) имеется доля "местничества", узких интересов. Помимо всего этого, существует необходимость того, чтобы журналы явно показывали, что присылаемые им материалы для публикации (proposals) должны поддерживаться «релевантной теорией» (см., напр., CM<sup>6</sup> или JACR<sup>7</sup>). И правда, некоторые журналы четко не опираются на коммуникационные теории, делая заявления или о «разнообразии теоретических парадигм» (JBEM<sup>8</sup>), или о «связи между дисциплинами» (JCN<sup>9</sup>). Некоторые журналы говорят о новой области исследования (HC<sup>10</sup>). Удивительно, но очень мало журналов сосредоточены на теории (как СТ<sup>11</sup>) или методе [Roskos-Ewoldsen, Aakhus, Hayes, Heider, Levine 2007; Condit 2009]. Наконец, 87%

<sup>3</sup> Social Science Citations Index - обобщенное название международных информационно-аналитических систем, в которых содержатся базы данных научных публикаций в сфере социальных наук. Наиболее известные в мире базы данных индексируемых научных публикаций, где имеются работы по коммуникационным наукам, - Scopus и Web of Science. - *Пед.*

<sup>4</sup> QJS - Quarterly Journal of Speech. - *Пед.*

<sup>5</sup> EJC - European Journal of Communication. - *Пед.*

<sup>6</sup> CM - Communication Monograph. - *Пед.*

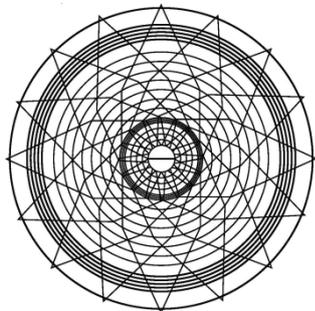
<sup>7</sup> JACR - Journal of Applied Communication Research. - *Пед.*

<sup>8</sup> JBEM - Journal of Business and Economic Management. - *Пед.*

<sup>9</sup> JCN - Journal of Communications and Networks. - *Пед.*

<sup>10</sup> HC - Health Communication. - *Пед.*

<sup>11</sup> СТ - Communication Theory. - *Пед.*



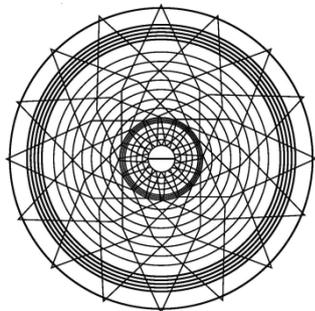
индексируемых научных журналов создаются в англоязычном мире. Недостаток разнообразия не помогает интеграции разных эпистемологических традиций коммуникации.

## Академическое поле

Кризис научного поля также отражается на разных уровнях образования в сфере коммуникации, как при подготовке бакалавров, так и при подготовке магистров. Все они страдают от той же фрагментации и неспецифичности дисциплины. Сама академическая среда тоже в кризисе. Отсутствие консенсуса в названиях образовательных программ по коммуникации, а также в названиях факультетов, школ, департаментов и институтов и в США, и в Азии, и в Европе, показывает академическое состояние дисциплины.

В целом, обучение специалистов в области коммуникации ведется факультетами, принадлежащими большому количеству разных сфер [Putnam 2001; Nordenstreng 2007], среди которых: социология, экономика, журналистика, лингвистика, литература, культурология, бизнес и т.д. [Koivisto, Thomas 2008]. В программах, более ориентированных на рынок, обучение коммуникации идет в школах искусств, институтах в сфере маркетинга и связей с общественностью, философских и художественных вузах, политехнических университетах и т.п. Даже в случаях, когда в самом деле есть факультет коммуникации, названия курсов тоже сильно варьируются. Хотя термин «коммуникация» - самый распространенный, дисциплина «Коммуникация» не всегда имеет при себе слово «наука». И довольно часто факультеты коммуникации называются «факультетами массовой коммуникации», «факультетами информации» или просто «факультетами медиа».

В Соединенных Штатах среди самых распространенных названий – «коммуникация», «журналистика и коммуникация» и «массовая коммуникация», хотя ещё используются термины «публичная коммуникация», «науки об информации», «новые медиа», «современные медиа». Есть факультеты, посвященные таким профессиям, как «связи с общественностью», «журналистика», «графическая коммуникация», «стратегическая коммуникация» и др. На самом деле, большая часть обучения специальностям, связанным с коммуникацией, в США проходит в неуниверситетских учреждениях и профессиональных школах, где, очевидно, нет места для исследований. В Европе обучение на университетском уровне обычно организуется на специальном факультете. Однако эта видимая конкретность контрастирует с большим разнообразием подходов внутри этих факультетов, так как их формирование представляется пересекающимся (transversal) по своей природе. Таким образом, исследование коммуникации составляют ученые, профессора и департаменты из сферы искусств, музыки и педагогики, политики, экономики, истории, социологии и т.д. Существует также тренд создавать



профессиональные школы (не обязательно включенные в университет) для компенсации неспециализированного обучения на университетских программах. Так, в Европе мы находим профессиональные школы и институты журналистики, дизайна, писательского и сценарного мастерства, свободных искусств, связанные тем или иным образом с коммуникацией [Murciano 2005]. Наконец, эта ситуация отражена в руководствах для учителей и студентов, в которых нет полного совпадения по теориям, которым нужно учиться и обучать [Kamhawi, Weaver 2003; Brayant, Miron 2004].

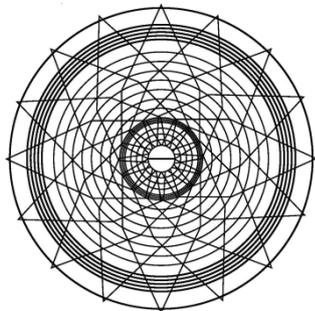
При этом академическая среда не восстает против отсутствия релевантных теорий. Профессора не используют теории для обучения коммуникационным техникам, необходимым на рынке, а публичные власти не продвигают «исследовательские программы ... на релевантные темы, так, чтобы предотвратить переход исследователей от одной темы к другой без реальных критериев» [Garcia, Martinez 2009: 22]. Таким образом, они вовсе не направляют научную работу.

### Профессиональное поле

Третье поле, составляющее дисциплину, — профессиональное. Так как в коммуникации нет релевантной теории или специального «ноу-хау», то профессионала в области коммуникации не существует. Это крайне удивительно для информационной и коммуникационной эпохи.

Традиционно университеты изо всех сил стараются адаптироваться к нуждам рынка. Однако случай коммуникации — образцово-показательный. Отсутствие связного набора теорий и обучение неспецифичным техникам в академической среде привели университеты к дилемме: обучать профессионалов для практики неспецифичной специальности или готовить исследователей в ненаучной дисциплине [Meyers 2004; First, Adoni 2007]. В результате, теория и практика находятся в двух противоположных измерениях.

Школы журналистики и профессиональная журналистика постоянно сталкиваются с этой дилеммой. Никто не знает, лучше ли для индустрии готовить классического журналиста с новейшими навыками, согласно современным профессиональным стандартам (то есть работа в мультимедиа, технологии, сторителлинг, многозадачность) или обучать профессионалов коммуникации с базовыми, специфичными и пересекающимися компетенциями в рамках коммуникационных теорий [Deuze 2006]. Журналистике всегда обучали профессиональные учебные заведения или сами СМИ. Но в последние десятилетия университеты готовили журналистов с теоретическим и академическим подходом, что не давало всех нужных результатов, так как остается вечная дихотомия между академическим знанием и профессией [Harcup 2011]. Эти две проблемы относятся и к коммуникационным профилям.

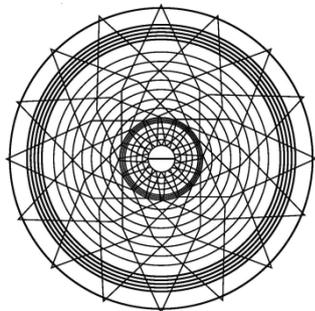


Как бы странно это ни звучало, на рынке, определяемом «информационным веком» [Neuendorf et al. 2007], коммуникационная профессия страдает от теоретической и академической балканизации и тривиализации. Коммуникационный рынок труда сам по себе ещё не существует. Любой человек, вне зависимости от обучения, может выполнять коммуникационные задачи, нужные компаниям и обществу [Brown 2013], так как технологические навыки предпочитают базовым и стабильным коммуникационным компетенциям, принципам и техникам. В дополнение к необходимости заново создавать профессию, академическая среда не отвечает на эти факторы должным образом. В контексте изменений и кризиса передачи знаний от науки и академического образования профессиональному миру фактически нет. Первые не делают вклад в профессионализацию поля, а последний не делает вклад в институционализацию дисциплины [First, Adoni 2007]. Это ещё один признак, ставящий под вопрос само обоснование дисциплины в современном обществе [Wood 1998].

Хотя немало усилий было предпринято для наведения мостов между теорией и практикой, многие факторы внутри профессии препятствуют этому подходу: отсутствие социального престижа, профессиональные вторжения, технодетерминизм, экономический и социокультурный кризис и т.д., что дополняет фрагментированность научного и академического полей. Как следствие, исследования коммуникации постоянно находятся между двумя стихиями: старый радикальный эмпиризм и периодическое отрицание коммуникации как потенциальной науки; университет как центр образования и самообучение «на месте»; информационное общество и счастливый мир Оруэлла.

### **Выводы**

В представленной статье были рассмотрены три сферы действия в дисциплине: научная, академическая и профессиональная. Во-первых, признано, что затруднение и расщепление в наименованиях изучения коммуникации по всему миру (как в ассоциациях, так и на факультетах) и определения целей и предметных областей основных научных журналов по коммуникации, индексируемых в "Social Science Citations Index", означают еще незрелое состояние дисциплины. Во-вторых, существует полное несоответствие между таким процветающим сектором практической деятельности и центрами образования, между теорией и практикой. И в-третьих, отмечено, что профессиональное поле ориентировано на технологию, ему недостает специальных навыков. Всё это демонстрирует характерный сценарий кризиса. Данная диагностика позволяет глубже рассмотреть существующую проблему, чем это обычно делается в классических социокультурных и технологических объяснениях состояния рассматриваемого поля.



В заключение отметим, что исследования коммуникации страдают от тройного кризиса: они не консолидированы теоретически и научно; фактически не выполняется академическая функция; а поле работы тривиализовано. Таким образом, необходим глобальный подход к дисциплине. Такая модель должна быть полезна для трёх составляющих: она должна предлагать исследователям ключевые переменные в любом коммуникационном процессе; она должна давать профессорам «ноу-хау», чтобы те преподавали его; и она должна сделать явными профессиональные навыки, необходимые для исполнения коммуникационной роли. Должны создаваться чисто коммуникационные теории путем соединения традиционных областей изучения с переменными процесса. Таким образом, теории станут связаны друг с другом. В рамках доминирующей парадигмы диалог между эпистемологией, теорией и данными — это ключ к будущему коммуникации.

### БИБЛИОГРАФИЯ:

*Boromisza-Habashi D.* (2013). Which Way is Forward in Communication Theorizing? An interview with Robert T. Craig. *Communication Theory*. Vol.23: 417-432. doi:10.1111/comt.12025.

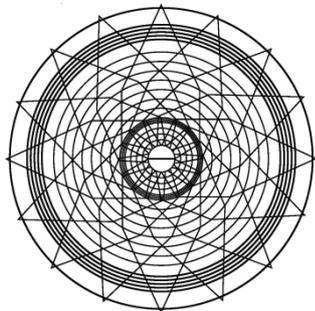
*Brown P.* (2013). Arguing for Media Psychology as a Distinct Field. In: *Dill K.* (ed.) (2013). *The Oxford Handbook of Media Psychology*. New York: Oxford University Press: 474-495.

*Brayant J., Miron D.* (2006). Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*. Vol.54. No.4: 662-704. doi: <<http://dx.doi.org/10.1093/joc/54.4.662>>

*Craig R.T., Muller H.L.* (2007). *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*. London: Sage.

*Craig R.T.* (2007). Pragmatism in the Field of Communication Theory. *Communication Theory*. Vol.17: 125-145. doi: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00292.x>>

*Craig R.T.* (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*. Vol.9: 119-161. doi: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00166.x>>



*Craig R.T., Carlone D. (1998). Growth and Transformation of Communication Studies in U.S. higher education: towards reinterpretation. Communication Education. Vol.47: 67-81. doi: <<http://dx.doi.org/10.1080/03634529809379111>>*

*Deuze M. (2006). Global Journalism Education. Journalism Studies.Vol.7. No.1: 19-34. doi: <<http://dx.doi.org/10.1080/14616700500450293>>*

*Donsbach W. (2006). The Identity of Communication Research. Journal of Communication.Vol.56: 437-448. doi: <10.1111/j.1460-2466.2006.00294.x>*

*First A., Adoni H. (2007). The Never-ending Story: Structural Dilemmas and Changing Solutions in the Communication Field. Mass Communication and Society. Vol.10:251-273. doi: <10.1080/15205430701407116>*

*Garcia Jiménez L., Martínez Guillem S. (2009). Does Communication Studies have an Identity? Setting the Bases for Contemporary Research. Catalan Journal of Communication & Cultural Studies. Vol.1:1. doi: <10.1386/cjcs.1.1.15/1>*

*Harcup T. (2011). Questioning the 'bleeding obvious': What the point of researching journalism? Journalism. Vol.13. No.1:21-37. doi: <10.1177/1464884911400843>*

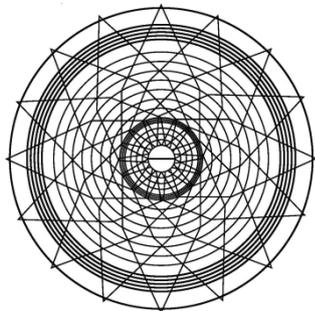
*Kamhawi R., Weaver D. (2003). Mass Communication Research Trends from 1980 to 1999. Journalism and Mass Communication Quarterly. Vol.80: 7-27. doi: <<http://dx.doi.org/10.1177/107769900308000102>>*

*Koivisto J., Thomas P. (2008). Mapping Communication and Media Research: Paradigms, Institutions, Challenges. In: Research Reports. Communication Research Center: University of Helsinki: 11.*

*Lang A. (2013). Discipline in Crisis? The Shifting Paradigm of Mass Communication Research. Communication Theory. Vol.23: 10-24. doi: <<http://dx.doi.org/10.1111/comt.12000>>*

*Lanigan R.L. (2005). Paradigm Shifts: Recalling the Early ICA and the Later PHILCOM. The Communication Review. Vol.8. No.4: 377-382. doi: <10.1080/10714420500297508>*

*Meyers O. (2004). A Communication Problem. Coverage as a Narrative Conference in Honor of Yitzhak Roch. Jerusalem: Hebrew University.*



*Murciano M. (2005). White Book. Degrees in Communication. National Agency for the Quality Assessment and Accreditation of Spain.*

*Neuendorf K.A., Skalski P.D., Atkin D.J., Kogler-Hill S.E., Perloff R.M. (2007). The view from Ivory Tower: Evaluating Doctoral Programs in Communication. Communication Reports, Vol.20. No.1: 24–41. doi: <<http://dx.doi.org/10.1080/08934210601180747>>*

*Nordenstreng K. (2007). Discipline or Field? Soul-searching in Communication Research. Nordicom Review. Vol.28. Jubilee Issue: 211-222.*

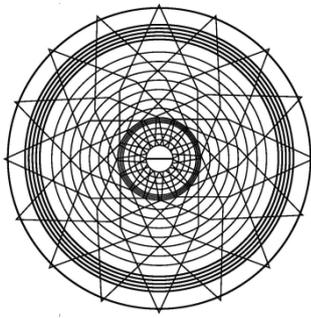
*Putnam L.L. (2001). Shifting Voices, Oppositional Discourse, and New Visions for Communication Studies. Journal of Communication. Vol.51: 38-51. doi: <<http://dx.doi.org/10.1093/joc/51.1.38>>*

*Roskos-Ewoldsen D., Aakhus M., Hayes A., Levine T. (2007). It's about Time: The Need for a Journal Devoted to Communication Research Methodology. Communication Method and Measures. Vol.1. No.1: 1-5. doi: <10.1080/19312450709336657>*

*Russill C. (2005). The Road not Taken: William James's Radical Empiricism and Communication Theory. Communication Review. Vol.8: 277–305. doi: <10.1080/10714420500240474>*

*Slater M.D., Gleason L.S. (2012). Contributing to Theory and Knowledge in Quantitative Communication Science. Communication Methods and Measures. Vol.6. No.4: 215-236. doi: <10.1080/19312458.2012.732626>*

*Wood J.T. (1998). Celebrating Diversity in the Communication Field. Communication Studies. Vol.49. No.2: 172-178. doi: <10.1080/10510979809368527>*



## THE THREE-FOLD STATE OF THE DISCIPLINE

**Mas Manchón L.**

Ph.D., Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, Spain.  
[Lluis.Mas@upf.edu](mailto:Lluis.Mas@upf.edu)

**Rodero E.**

Ph.D., Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, Spain.  
[emma.rodero@upf.edu](mailto:emma.rodero@upf.edu)

**Abstract:**

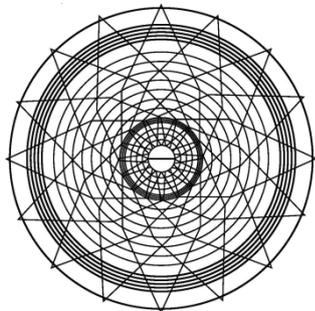
A closer look at three areas of action in Communication - science, academia and profession - permits to conclude that the discipline faces a serious crisis. First, an epistemological review shows a fragmented body of theories. Second, there is a plurality of traditions within academia, derived from the history of every country, leading to a growing variety of curricula. Third, the professional field is a technology-centered and lacks of expertise since there is little connection between theory and practice. Therefore, our goal is to diagnose the three-fold state of the discipline to show the need of proposing a global approach. The proposal is based on a dialogue between scientists, professors and professionals in the framework of a commonly accepted model of study. Researchers should conduct pieces of research according to lines of research that should serve for both a proper formation in communication competences and the establishment of a field of expertise.

Several Tables show the situation within the associations of communication research: sections of these associations according to type of media, Sections according to type of agents in the process, sections according to type of content and sections classified according to the different traditions.

The second domain analyzed here are the aims and scopes of the 77 journals in communication indexed in the Social Citations Index. Authors claim that defining the aims and scopes of the major ISI journals in communication denote the primitive state of the discipline.

In conclusion, communication studies suffer from a triple crisis: it is not theoretically and scientifically consolidated; the academic function is not accomplished; and the field of work is trivialized. Within a dominant paradigm, the dialogue between epistemology, theory and data is key for the future of communication.

**Keywords:** Communication Discipline, Epistemology, Academia, Profession, Paradigm



## REFERENCES:

*Boromisza-Habashi D.* (2013). Which Way is Forward in Communication Theorizing? An interview with Robert T. Craig. *Communication Theory*. Vol.23: 417-432. doi:10.1111/comt.12025.

*Brown P.* (2013). Arguing for Media Psychology as a Distinct Field. In: *Dill K.* (ed.) (2013). *The Oxford Handbook of Media Psychology*. New York: Oxford University Press: 474-495.

*Brayant J., Miron D.* (2006). Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*. Vol.54. No.4: 662-704. doi: <<http://dx.doi.org/10.1093/joc/54.4.662>>

*Craig R.T., Muller H.L.* (2007). *Theorizing Communication: Readings Across Traditions*. London: Sage.

*Craig R.T.* (2007). Pragmatism in the Field of Communication Theory. *Communication Theory*. Vol.17: 125-145. doi: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00292.x>>

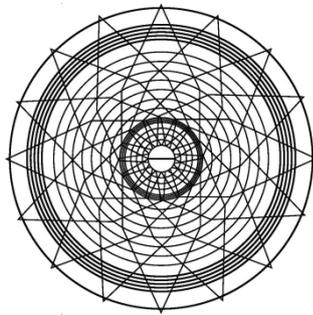
*Craig R.T.* (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*. Vol.9: 119-161. doi: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00166.x>>

*Craig R.T., Carlone D.* (1998). Growth and Transformation of Communication Studies in U.S. higher education: towards reinterpretation. *Communication Education*. Vol.47: 67-81. doi: <<http://dx.doi.org/10.1080/03634529809379111>>

*Deuze M.* (2006). Global Journalism Education. *Journalism Studies*. Vol.7. No.1: 19-34. doi: <<http://dx.doi.org/10.1080/14616700500450293>>

*Donsbach W.* (2006). The Identity of Communication Research. *Journal of Communication*. Vol.56: 437-448. doi: <10.1111/j.1460-2466.2006.00294.x>

*First A., Adoni H.* (2007). The Never-ending Story: Structural Dilemmas and Changing Solutions in the Communication Field. *Mass Communication and Society*. Vol.10:251-273. doi: <10.1080/15205430701407116>



*Garcia Jiménez L., Martínez Guillem S. (2009). Does Communication Studies have an Identity? Setting the Bases for Contemporary Research. Catalan Journal of Communication & Cultural Studies. Vol.1:1. doi: <10.1386/cjcs.1.1.15/1>*

*Harcup T. (2011). Questioning the 'bleeding obvious': What the point of researching journalism? Journalism. Vol.13. No.1:21-37. doi: <10.1177/1464884911400843>*

*Kamhawi R., Weaver D. (2003). Mass Communication Research Trends from 1980 to 1999. Journalism and Mass Communication Quarterly. Vol.80: 7-27. doi: <<http://dx.doi.org/10.1177/107769900308000102>>*

*Koivisto J., Thomas P. (2008). Mapping Communication and Media Research: Paradigms, Institutions, Challenges. In: Research Reports. Communication Research Center: University of Helsinki: 11.*

*Lang A. (2013). Discipline in Crisis? The Shifting Paradigm of Mass Communication Research. Communication Theory. Vol.23: 10-24. doi: <<http://dx.doi.org/10.1111/comt.12000>>*

*Lanigan R.L. (2005). Paradigm Shifts: Recalling the Early ICA and the Later PHILCOM. The Communication Review. Vol.8. No.4: 377-382. doi: <10.1080/10714420500297508>*

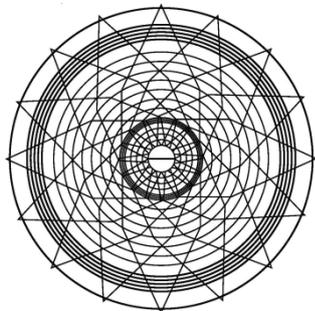
*Meyers O. (2004). A Communication Problem. Coverage as a Narrative Conference in Honor of Yitzhak Roch. Jerusalem: Hebrew University.*

*Murciano M. (2005). White Book. Degrees in Communication. National Agency for the Quality Assessment and Accreditation of Spain.*

*Neuendorf K.A., Skalski P.D., Atkin D.J., Kogler-Hill S.E., Perloff R.M. (2007). The view from Ivory Tower: Evaluating Doctoral Programs in Communication. Communication Reports, Vol.20. No.1: 24–41. doi: <<http://dx.doi.org/10.1080/08934210601180747>>*

*Nordenstreng K. (2007). Discipline or Field? Soul-searching in Communication Research. Nordicom Review. Vol.28. Jubilee Issue: 211-222.*

*Putnam L.L. (2001). Shifting Voices, Oppositional Discourse, and New Visions for Communication Studies. Journal of Communication. Vol.51: 38-51. doi: <<http://dx.doi.org/10.1093/joc/51.1.38>>*



## [Научные статьи]

Мас Манчон Л., Родеро Э.  
Тройственный статус дисциплины

*Roskos-Ewoldsen D., Aakhus M., Hayes A., Levine T. (2007). It's about Time: The Need for a Journal Devoted to Communication Research Methodology. *Communication Method and Measures*. Vol.1. No.1: 1-5. doi: <10.1080/19312450709336657>*

*Russill C. (2005). The Road not Taken: William James's Radical Empiricism and Communication Theory. *Communication Review*. Vol.8: 277–305. doi: <10.1080/10714420500240474>*

*Slater M.D., Gleason L.S. (2012). Contributing to Theory and Knowledge in Quantitative Communication Science. *Communication Methods and Measures*. Vol.6. No.4: 215-236. doi: <10.1080/19312458.2012.732626>*

*Wood J.T. (1998). Celebrating Diversity in the Communication Field. *Communication Studies*. Vol.49. No.2: 172-178. doi: <10.1080/10510979809368527>*