

ИНФОРМАЦИОННАЯ АНАЛИТИКА: СЕМИОТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

А.В. Михайлюк

Рассматривается знаковая природа информации, подчеркивается сходство информационных процессов с процессами семиозиса. Информационно-аналитическая деятельность рассматривается как семиотический процесс. Отмечается важность семиотического подхода в сфере социальных коммуникаций, информационной и аналитической деятельности.

Ключевые слова: *информационно-аналитическая деятельность, семиотика, знак, семиозис.*

INFORMATIVE ANALYTIC GEOMETRY: SEMIOTICS ASPECT

A.V. Mykhailuk

Symbolic nature of information is examined, likeness of informative processes with the processes of semiosis is underlined. Informative analytic activity is examined as a semiotics process. Meaning of semiotics approach is marked in the field of social communications and informative and analytical activity.

Keywords: *informative and analytical activity, semiotics, sign, semiosis.*

Информационная аналитика является широкой и многогранной сферой. Она связана буквально со всеми видами деятельности – научной, управленческой, повседневной. В ней используется разнообразный набор методов, применяемых в математике, логике, гуманитарных и естественных науках. Термины *информационно-аналитическая деятельность, аналитическая деятельность, аналитика* достаточно популярны. Смысл этой деятельности раскрывается через понимание слагаемых “информационная” и “аналитическая” [30, 34 и др.]. При этом исследователи отмечают отсутствие сущностной концепции аналитической деятельности [33, 247]. Часто аналитика отождествляется с исследовательской деятельностью вообще.

Базовой функцией информационной аналитики считается интеллектуальная обработка информации с получением нового качественно-смыслового знания за счет ее структурного упорядочения в направлении систематизации, предметизации, анализа, а основной социальной функцией информационной аналитики – создание новых знаний на базе переработки информационных массивов. В отличие от традиционно понимаемой информационной деятельности, направленной на рациональное использование информационного ресурса, обеспечение требуемой информацией различных видов человеческого труда и имеющей доста-

точно ярко выраженный формальный характер, информационно-аналитической работе более близок характер научно-исследовательский, творческий. Информационно-аналитическая работа проводится с целью получения из разрозненных, отрывочных, часто противоречивых сведений и фактов обобщенной, а поэтому качественно новой информации [16, 6]. Информационная аналитика выполняет задачу “извлечения и применения новых знаний [14, 46]”. Информационная аналитика занимается “производством нового знания на основе переработки имеющейся информации в целях оптимизации принятия решений [31]”.

Многие авторы отмечают важность семиотического подхода в сфере социальных коммуникаций, информационной и аналитической деятельности [11; 14; 32; 33]. Семиотика социальной коммуникации входит в состав метатеории социальной коммуникации в качестве обобщающей теории коммуникационных знаков [32]. В то же время, достаточно распространено критическое отношение к семиотике вообще и к возможностям семиотического анализа [7; 35, 187; 39]. Тем не менее, как отмечает Д. Чандлер, “в любой форме семиотика имеет неопределимое значение, если мы хотим выйти за рамки явного содержания текста [39]”.

Существует множество определений понятия *культура*. В том числе культура определяется и как совокупность всей ненаследственной информации, способов ее организации и хранения. Определение сущности культуры как информации влечет за собой постановку вопроса об отношении культуры к основным категориям ее передачи и хранения, и, прежде всего, об отношении к понятиям языка, текста и всего круга проблем, с этими понятиями связанного [20, 396]. Культура также понимается как совокупность знаковых систем, с помощью которых человечество оберегает свои ценности, своеобразие и осуществляет связи с окружающим миром. Она выполняет функцию отбора и структурирования информации о внешнем мире. Соответственно различные культуры могут по-разному производить такой отбор и структурирование, а значит, и отличаются знаковые системы этих культур [23, 17]. Поскольку в культуре не существует до- и внезнаковых образований, интерпретация любых феноменов культуры должна начинаться с их семиотического анализа, дешифровки [18].

Существует также множество способов определения понятия *информация*, как и попытки вообще отказаться от его определений [24]. Каждое из определений отражает тот факт, что само понятие изменчиво. Стоит подчеркнуть условность и конвенциональность любого термина и понятия. Содержание и смысл понятия зависит от контекста его использования. В связи с этим, понятие *информация* определяется в каждой области и для каждой оригинальной задачи специальным образом. Информация как объект научного исследования и изучения предполагает выделение технических, семантических и прагматических аспектов. Человек получает информацию об окружающей действительности с помощью различных

знаковых систем. Передача информации посредством символов и образов придает процессу общения характеристику феномена культуры [25, 37]. Будучи объектом преобразования и использования, информация характеризуется свойствами синтаксиса, семантики и прагматики. Информационные процессы имеют в некоторых своих формах типологическое сходство с процессами семиозиса.

Человек – существо, живущее не только в физическом, но и в знаково-символическом мире [9, 29-30]. Согласно Ч. Пирсу, люди не имеют и не могут иметь непосредственного доступа к реальности. Знаки – это не что иное, как универсальный посредник между человеческими умами и миром. Хотя вещи, может быть, существуют независимо от знаков, мы знаем их только через посредничество знаков. Мы видим только то, что наши знаковые системы позволяют нам видеть [39]. Человек получает информацию об окружающей действительности с помощью различных знаковых систем. Информация и знак неразделимы. Знак является таковым потому, что он несет информацию. Информация фиксируется и передается с помощью знаковых средств. С другой стороны, информация сама является знаком.

Существует множество определений знака, понимаемого по-разному в различных традициях. В логико-философской традиции, восходящей к Ч. Моррису и Р. Карнапу, знак понимается как некий материальный носитель, представляющий другую сущность (в частном, но наиболее важном случае – информацию). Знак представляет собой обладающую значением единицу, “стоящую для, вместо» чего-то иного, нежели она сама. Знак – это то, что может быть знаком чего-то, чего угодно или ничего [22]. Знак становится таковым лишь при условиях “семиотической (знаковой) ситуации”, в процессе семиозиса. Что-либо становится знаком в процессе означивания, придания значения. Чтобы был знак, необходим смысл как чисто интеллектуальный объект социально-культурного происхождения. Семиотическая ситуация возникает при наличии воспринимающего человека, в сознании которого есть связь между этим знаком и мысленным образом обозначаемого предмета. Она характеризует не только и не столько свойства воспринимаемого “нечто”, сколько ментальное состояние воспринимающего “некто” [7]. Хотя мы можем наделять объект качеством знаковости, знак будет представлен не в самом объекте, а в процедуре интерпретации, с одной стороны, и в культуре наблюдателя – с другой [28, 37]. С семантической стороны знак как элемент семиотической системы соотносится, во-первых, не с реальными предметами опыта, а лишь с представлениями и понятиями картины мира, а во-вторых – не с одним обозначаемым (как в классической схеме), а с двумя – понятием (десигнатом) и денотатом. Имеется в виду ставшее уже классическим выделение в семантике любого информационного явления двух сторон – интенциональной (содержания, категориальной части) и экстенциональной (объема, референтивной части) [17].

Знак способен выступать заместителем обозначаемого им объекта. В то же время любой знак может мыслиться не только в связи с обозначаемым им, но и в связи с тем, какой смысл может быть приписан этому знаку. Существует многозначность соответствия “знак – денотат”. Между знаками и реальностью существует всякий раз неопределенная, неустойчивая, ситуативная связь. Здесь важно подчеркнуть способность знака выступать заместителем обозначаемого, нетождественность знака и денотата – знак никогда не может полностью заменить обозначаемое, многозначность соответствия “знак – денотат”. Знак – объект, парадоксальный по самой своей природе. “Обычный” объект, изучаемый “нормальными” науками, обладает одним фундаментальным свойством, которое, по сути дела, и делает это изучение возможным: самоидентичностью, тождеством с самим собой. Знак не тождествен ни себе, ни обозначаемому им объекту. В мире знаков не действует закон тождества; в основе семиотики лежит внутренняя парадоксальность. Именно внутренняя противоречивость знаков лежит в основе феномена лжи: во вне- и дознаковом мире лжи нет, ложь входит в мир вместе с языком, ложь творят знаки [18]. При этом возможен безденотатный знак, который не так легко отличить от “денотатного” – иначе мы бы не могли *лгать* [38].

Для пользователя коммуникативной системы удобнее, да даже и жизненно необходимо, чтобы слово в его *деятельности* непосредственно связывалось с предметом. И вот тут-то манипулятор общественного мнения (иногда искренне желая, чтобы было как лучше) и “подсовывает” наивному пользователю нужное ему (манипулятору) слово вместо нужного тому (пользователю) предмета. Основа и сама возможность обмана предоставляется несовпадением интуиции наивного пользователя в отношении мотивированности знака с реальной несвязанностью значения со звучанием, *принципиальной немотивированностью знака* [11]. К тому же, “ко всякому знаку приложимы критерии идеологической оценки (ложь, истина, справедливость, добро и пр.). Область идеологии совпадает с областью знаков. Между ними можно поставить знак равенства. Где знак – там и идеология [5, 14]”. Таким образом, “знак как источник информации не менее легко становится и средством социальной дезинформации [21, 65]”.

Человеческое восприятие избирательно. В конечном счете, именно от позиции воспринимающего, определяемой объективными обстоятельствами, зависит, функционирует ли воспринимаемое им в качестве знака. Мы отбираем характерные черты воспринимаемого на основе кодов узнавания, т.е. закодированного набора ожиданий. От выбора этих черт и зависит опознание знака [36, 160]. Любая информация, поступающая извне, как бы ложится на уже готовые, унаследованные и присущие любому человеку когнитивные категории. Объем получаемой информации зависит от степени сложности матрицы восприятия.

Информация выступает сигнификатом реальности, которую она отражает. Знак, если быть точным, отражает не действительность, а отсылает к той или иной модели действительности.

В силу способности к логическим рассуждениям и абстрактному мышлению человек, анализируя поступающую информацию и используя ранее полученные знания, в своем сознании выстраивает модель окружающего мира в виде совокупности понятий о предметах и явлениях, о связях между ними. Это позволяет ему прогнозировать ситуацию, принимать решения, управлять собой [1, 32]. Особое место занимают семиотические модели – модели, представленные с помощью знаков. Их принято называть также информационными. Информационные модели представляют собой систему знаков. Хотя модель и воспроизводит некоторые характеристики моделируемого объекта, она не является “отражением реальности”, а тем более самой реальностью. Модель – любой образ какого-либо объекта, процесса, явления, используемый в качестве его заместителя или представителя. Моделирование необходимо предполагает использование абстрагирования и идеализации. Отображая существенные (с точки зрения цели исследования) свойства оригинала и отвлекаясь от несущественного, модель выступает как специфическая форма реализации абстракции, то есть как некоторый абстрактный идеализированный объект. Однако, приходится считаться с тем, что моделирование данного оригинала может ни на каком своём этапе не дать полного знания о нём. При построении тех или иных моделей всегда сознательно отвлекаются от некоторых сторон, свойств и даже отношений, в силу чего, заведомо допускается несохранение сходства между моделью и оригиналом по ряду параметров, которые вообще не входят в формулирование условий сходства [3].

Модель похожа на оригинал только *структурно-функционально*. Информация отражает действительность именно в последнем случае. Информация похожа на свой денотат структурно-функционально [29, 30]. Модель отличается от знака как такового тем, что не просто заменяет определенный денотат, а полезно заменяет его в процессе познания или упорядочения объекта. Поэтому, если отношение языка к денотату в естественном языке исторически-конвенционально, то отношения модели к объекту определено структурой моделирующей системы. В этом смысле только один тип знаков – иконические знаки – может быть приравнен моделям [19]. У иконического знака существует два неразделимых аспекта: сходство с обозначаемым им объектом и несходство с обозначаемым им объектом. Оба эти понятия не существуют друг без друга [21, 66]. Человеческое восприятие тяготеет к отождествлению иконического знака с его денотатом, что лежит в основе мифологического миро-восприятия. Коммуникация порождает объекты новой природы. Они не только имеют функции, сходные с реальными объектами, но часто потребитель информации относится к ним как к реальным [26].

Сущность научного метода – замена реального объекта его моделью. Чтобы познать какую-то часть реальности, ученый из всего многообразия явлений и связей выделяет то, что он считает более всего существенным. Он превращает реальный объект в его упрощенное описание – модель. Нельзя отождествлять знание об объекте и сам объект. Знание можно рассматривать как знак, репрезентант реальности. Поскольку знание как сигнификат имеет *сходство* с реальностью как денотатом, то его также можно отнести к иконическим знакам. Но реальность и знание о ней далеко не тождественны, как не тождественны означаемое и означающее. Возникает ситуация разрыва между означающим и означаемым, которая в философии получила название “кризиса репрезентации”.

В литературе получила распространение точка зрения, что “информационно-аналитическая деятельность – это процесс семантической обработки данных, в результате которого разрозненные данные превращаются в законченную информационную продукцию – аналитический документ [6; 13; 27]”.

Существуют различные взгляды на соотношение понятий *информация*, *сведения (данные)* и *знание*. В одном случае утверждается, что знание – это организованная, то есть осмысленная, проанализированная, переработанная, обобщенная и классифицирована информация. В другом случае – информация и знание рассматриваются как синонимы. Однако между информацией и знанием существует важное отличие. Обладание информацией неравнозначно обладанию знаниями. Знание всегда связано с субъектом, который познает. Знание – продукт, который отображает какую-то реальность в человеческой интерпретации, то есть с оценками и отношением конкретного носителя знания. Информация является источником знания. Информация становится знанием в процессе, так сказать, вторичной сигнификации. Данные являются источником информации, информация – источником знаний. Информация – это данные, сопровождающиеся смысловой нагрузкой, “информация есть данные, которые были организованы и переданы [10, 31, 39]”. Можно согласиться с тем, что информация – это осмысленные данные, а знания – осмысленная информация. Далеко не всякая информация является знанием, в то время как любое знание пребывает в поле информации. Информация должна превращаться в знание, что собственно и является основной гносеологической функцией науки [25].

Знаковая деятельность возможна и без коммуникации (охотник, сыщик, врач-диагност, исследователь и т.п.). Само происхождение информационных кодов, посылаемых внешними объектами, может быть целенаправленным или фоновым. Фоновая генерация происходит, как побочное следствие функционирования объекта, в ходе которого он вступает в симметричные взаимодействия с другими объектами. Здесь знаки выполняют когнитив-

ную функцию. Не случайным является то, что слова *знак и знания, след и исследование* – однокоренные. Знаки – первооснова знаний, знание всегда есть знаковая система.

Хотелось бы подчеркнуть то общее, что, при всех различиях, есть между данными, информацией и знаниями – это их знаковая природа. Данные, информация, знания всегда о чем-то, указывают на что-то, являются знаком чего-то. Знак – это объект, который человек использует для представления, замещения другого объекта, события или явления – *aliquis pro aliquo* (“что-то вместо чего-то” – латинское выражение, служащее “девизом” семиотики). Знаковость возникает при любом моделировании действительности. Любой текст, написанный по правилам разговорного (естественного) языка – это тоже знак. Каждая реальность является текстовой по своей структуре, поскольку воспринимается, переживается как система различий в смысле постоянных отсылок к чему-то другому. Реальность, представленная как текст, открывает возможность для бесконечных интерпретаций, трансформаций [12]. Поэтому любое описание реального объекта на естественном языке является некоторым знаком, отражающим свойства этого объекта с той или иной степенью полноты, но это совпадает с определением понятия модели, модель – это некоторое упрощенное подобие реального объекта, созданное человеком с помощью знаков.

Информация выступает определенной моделью реальности, и в то же время информация моделирует реальность. Сегодняшний мир в значительной степени сформирован социальными коммуникациями. События реальной жизни только тогда становятся значимыми, когда о них рассказано в средствах массовой информации. Если верить экспертам, то примерно 95% всех информационных сообщений делаются с целью оказать определенное воздействие [8, 41]. Характерным признаком современности в культурологических и философских исследованиях достаточно часто называют семиоцентризм, который приходит на смену антропоцентризма и появляется даже как информационная модель мироздания [36]. Постмодернистский “знак” – это прежде всего отсутствие объекта, этим знаком заменяемого. Знак является знаком самого себя, а не какой-то незнаковой действительности. Место означаемой реальности здесь принадлежит гипотетическому “культурному пространству”, произвольно смоделированному постмодернистским сознанием и порой оборачивающемуся полным “ничто”. Это приводит к появлению “симулякров” – знаков-обманок, утративших, какую бы то ни было, реальность и лишь ее симулирующих. Мир, таким образом, делается собранием кажимостей, мнимостей, фантомов сознания. По выражению Ж. Бодрийара, “мы находимся во вселенной, в которой становится все больше и больше информации и все меньше и меньше смысла”. Между информацией и смыслом существует жесткая и необходимая корреляция в той мере, в какой информация прямо разрушает или нейтрализует смысл. Утрата смысла связана с растворяющим, разубеждающим действием информации, поскольку там, где, как мы

полагаем, информация производит смысл, происходит обратный эффект. Информация пожирает свои собственные содержания. Информация, вместо того, чтобы способствовать коммуникации, занимается ее разыгрыванием, т.е. имитацией. То же происходит и в отношении смысла – информация не производит смысл, а имитирует его. Бодрийар называет такое положение вещей гигантским процессом симуляции. Отсюда следует вывод о том, что информация тождественна энтропии. Подобное положение вещей практически обесценивает любое знание, делает его набором безличной анонимной информации, компендиумом готовых содержаний [4].

Семиотика позволяет “выйти за пределы оппозиции чувственно воспринимаемого и понимаемого”, поскольку “знаки объясняются через знаки [15, 22]”, подобным же образом семиотика позволяет “снять” оппозицию сознаваемого и бессознательного. Все это, согласно К. Леви-Строссу, является залогом исключительной эффективности семиотического метода, в первую очередь именно в области гуманитарного знания. Семиотика позволяет нам понять, что всякие утверждения, кажущиеся нам “очевидными”, “естественными”, универсальными, постоянными и неопровержимыми, порождены тем способом, каким знаковые системы действуют в наших дискурсивных обществах. Семиотика позволяет нам осознать, что воспринимаемая как должное в представлении мира, мы всегда имеем дело с признаками, а не с непосредственной объективной реальностью, и что знаковые системы участвуют в построении смысла [39].

Исходя из понимания знаковой природы информации, мы рассматриваем информационную аналитику, прежде всего, как семиотическую деятельность – интерпретацию, семантизацию, т.е. осмысление – знаков, данных, информации, знаний. Осмысление же всегда выходит за рамки имеющейся информации. Информация (текст) должна быть поставлена в определенный контекст. Здесь каждый раз возникает семиотическая ситуация, происходит последовательный процесс семиозиса. Говоря словами У. Эко, “так начинается непрерывный процесс семиозиса, и это единственно возможный, хотя и парадоксальный, способ обоснования семиотики своими собственными средствами [36, 67-68]”. По словам Ф.Р. Анкерсмита, первым принципиальным законом постмодернистской теории информации является закон приумножения информации. Одна из наиболее фундаментальных характеристик информации заключается в том, что действительно важная информация никогда не является концом информационной генеалогии, но ее важность в действительности оценивается интеллектуальной отдачей, которую она вызывает [2, 322]. При этом результатом информационно-аналитической деятельности также выступает информационный продукт, информация об информации, знак знака. Человек все более окружает себя виртуальным миром, носящим принципиально знаковый характер.

Говоря о семиотических основах знания, следует учитывать тот очевидный факт, что семиотика не рассматривает реальность во всем ее многообразии, но исключительно ее условные и сильно упрощенные знаковые модели. В этом – и принципиальная упрощенность семиотики, и залог ее эффективности, поскольку позволяет простым и очевидным образом описывать сложные системы и процессы. Любая знаковая модель есть осмысление ее предметной области, а смысл не только понятнее, но и проще бессмыслицы. Познание без знаков невозможно в принципе. В знаках заложена возможность не только лжи, но и истины; вне знаков нет не только “кривды”, но и “правды”. Предметом семиотики является обозначенный смысл [18]. Поскольку всякое оперирование смыслами есть операция семантическая, понятие релевантности относится к области семантики [32].

Можно согласиться с тем, что семиотика может служить источником интересных идей, но для практической деятельности воздействие гуманитарной семиотики может быть только опосредованным [35, 187, 193]. Но все же, семиотические подходы, хотя бы и в “опосредованном виде”, могут оказать полезное влияние на информационно-аналитическую деятельность менеджера, маркетолога, бизнес-аналитика и т.п.

Использованная литература

1. Агеев В. Семиотика / В.Агеев. – М. : Издательство “Весь Мир”, 2002. – 256 с.
2. Анкерсмит Ф.Р. История и тропология: взлет и падение метафоры / Ф.Р.Анкерсмит ; пер. с англ. М. Кукарцева, Е. Коломоец, В. Катаева. – М. : Прогресс-Традиция, 2003. – 496 с.
3. Бирюков, Б.В. Моделирование / Б.В. Бирюков, Ю.А. Гастев, Е.С. Геллер // БСЭ. – 3-е изд. – М., 1974. – Т. 16. – С. 393-399.
4. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр ; реферат В.Фурс // Философия эпохи постмодерна : сб. переводов и рефератов. – Мн., 1996. – С. 32-47.
5. Волошинов В.Н. Марксизм и философия языка: Основные проблемы социологического метода в науке о языке / В.Н.Волошинов, М.М.Бахтин. – М. : Лабиринт, 1993. – 625 с.
6. Гайдамак Е.С. Информационно-аналитическая деятельность специалиста в области образования [Электронный ресурс] / Е.С. Гайдамак // Электронный научный журнал “Вестник Омского государственного педагогического университета”. – Вып. 2006. – Режим доступа: www.omsk.edu
7. Горный Е. Что такое семиотика? [Электронный ресурс] // Радуга. – Таллин, 1996. – С. 168-175. – Режим доступа: http://www.netslova.ru/gorny/selected/semiotics_r.html
8. Демидов В.В. Информационно-аналитическая работа в международных отношениях : учеб. пособ. / В.В. Демидов. – Новосибирск : НГАЭиУ, 2004. – 192 с.
9. Кассирер Э. Опыт о человеке: Введение в философию человеческой культуры / Э. Кассирер // Проблема человека в западной философии. – М. : Прогресс, 1988. – С. 3-30.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВЦЭ. – 2000. – 608 с.
11. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации [Электронный ресурс] / В.Б.Кашкин. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с. – Режим доступа: <http://kachkine.narod.ru/CommTheory/5/WebComm5.htm>
12. Керимов Т.Х. Постструктурализм / Т.Х. Каримов // Современный философский словарь. – М., Бишкек : Одиссей, 1996. – 391-392.
13. Кузнецов И.Н. Информация: поиск, анализ, защита : учебник по информационно-аналитической работе [Электронный ресурс] / И.Н. Кузнецов. – М. : Яуза, – 2002. – 320 с. – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text/21.htm>
14. Курносов Ю.В. Аналитика: методология, технология и организация информационно аналитической работы / Ю.В. Курносов, П.Ю. Конотопов. – М. : РУСАКИ, 2004. – 512 с.
15. Леви-Строс К. Мифологии : [В 4 т.] / К. Леви-Строс. – М. ; СПб. : ЦГНИИ ИНИОН РАН, 2000. – Т. 1: Сырое и приготовленное. – 398 с.

16. Левкин И.М. Основы информационно-аналитической работы : учеб. пособ. / И.М. Левкин. – СПб. : Изд-во СЗАГС, 2008. – 208 с.
17. Лещак О.В. Онтология семиотического опыта (функционально-прагматический взгляд) [Электронный ресурс] / О.В. Лещак // RESPECTUS PHILOLOGICUS. – 2004. – № 5(10) – Режим доступа: <http://filologija.vukhf.lt/5-10/turinys.htm>
18. Лотман М.Ю. Семиотика культуры в тартуско-московской семиотической школе [Электронный ресурс] / М.Ю.Лотман // История и типология русской культуры. – СПб., 2002. – С. 5–20. – Режим доступа: <http://www.ruthenia.ru/lotman/txt/mlotman02.html#T22>
19. Лотман Ю.М. Тезисы к проблеме “Искусство в ряду моделирующих систем” / Ю.М. Лотман // Статьи по семиотике культуры и искусства (Серия “Мир искусств”) – СПб. : Академический проект, 2002. – С. 274-293.
20. Лотман Ю.М. Семиосфера / Ю.М. Лотман. – СПб. : Искусство-СПБ, 2000. – 704 с.
21. Лотман Ю.М. Структура художественного текста / Ю.М. Лотман // Об искусстве. – СПб. : Искусство – СПб, 1998. – С. 14-285.
22. Мамардашвили М.К. Символ и сознание: метафизические рассуждения о сознании, символическом и языке [Электронный ресурс] / М.К. Мамардашвили, А.М.Пятигорский ; под общ. ред. Ю.П.Сенокосова. – М. : Школа “Языки русской культуры”, 1997. – Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/mamapg02/txt07.htm>
23. Махлина С.Т. Семиотика культуры и искусства. Словарь-справочник в 2-х книгах. 2-е изд. / С.Т. Махлина. – СПб. : Изд-во “Композитор”, 2003. – Книга вторая М-Я. – 255 с.
24. Моисеев Н.Н. Расставание с простотой / Н.Н. Моисеев. – М. : АГРАФ, 1998. – 473 с.
25. Негодаев И.А. Информатизация культуры / И.А. Негодаев. – Ростов н/Д : ЗАО “Книгам, 2003. – 320 с.
26. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер. – 2001. – 656 с.
27. Пушкашу Д.И. Информационно-аналитическая работа как процесс семантической обработки данных [Электронный ресурс] / Д.И. Пушкашу. – Режим доступа: tiara.narod.ru. – Загл. с экрана
28. Пятигорский А.М. О некоторых теоретических предпосылках семиотики / А.М. Пятигорский // Избранные труды. – М. : Шк. “Языки рус. Культуры” : Кошелев, 1996. – 590 с.
29. Сагатовский В.Н. Бытие идеального / В.Н. Сагатовский. – СПб. : Петрополис, 2003. – 104 с.
30. Сілкова Г.В. Інформаційно-аналітична діяльність у структурі інформаційної діяльності / Г.В. Сілкова // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2007. – № 4. – С. 37-44.
31. Сляднева Н.А. Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / Н.А. Сляднева // Информационные ресурсы России. – 2001. – № 2. – С. 14-21. – Режим доступа: <http://abfarida.narod.ru/sladneva.htm>
32. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. / А.В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.
33. Сурмин Ю.П. Теория систем и системный анализ: учеб. пособие / Ю.П. Сурмин. – К. : МАУП, 2003. – 368 с.
34. Філіпова Л.Я. Аналітична складова інформаційної діяльності: уточнення сутності, ознак і почесів / Л.Я.Філіпова, І.В.Захарова // Вісник Харківської державної академії культури : зб. наук. праць. – 2009. – Вип. 28. – С. 44-52.
35. Ханин И.Г. Место и роль семиотики в решении проблем организации управления и информационных технологий / И.Г. Ханин, М.В. Поляков, Н.В. Борматенко // Наукові праці : науково-методичний журнал. – Т. 134. – Вип. 121. Комп’ютерні технології. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – С. 186-196.
36. Шевчук Д. Ситуація “семиотичної експансії” як контекст сучасних мас-медіа / Д.Шевчук ; за заг. ред. Л.В. Квасюк // Наукові записки. Серія “Культура та соціальні комунікації”. – Острог : Видавництво Національного університету “Острозька академія”, 2009. – Вип. 1. – с. 209-216.
37. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. : Петрополис, 1998. – 432 с.
38. Якимец К. Треугольник Фреге-Гумбольдта. Смысл и бессмысленность дискуссий [Электронный ресурс] / К. Якимец // Русский Журнал. Дискуссии. Теоретические материалы. – Режим доступа: <http://old.russ.ru/discuss/theory/20011229-ya.html>
39. Chandler Daniel. Semiotics for Beginners [Электронный ресурс] / Daniel Chandler. – Режим доступа: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html> – Загл. с экрана.