

УДК 323

Н. В. Розенберг

*доктор философских наук, доцент
заведующая кафедрой коммуникационного менеджмента
Пензенский государственный университет, г. Пенза, Россия*

М. К. Карпова

*кандидат социологических наук, доцент
кафедра коммуникационного менеджмента
Пензенский государственный университет, г. Пенза, Россия*

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО РЕГИОНА

Аннотация. Статья посвящена вопросу информационно-коммуникативного пространства во все ускоряющемся и усиливающемся потоке информации, при бурно развивающихся информационных средствах связи и в условиях глобализации, процессы которой затрагивают и информационную сферу. В статье рассмотрены современные средства массовой информации, которые имеют неограниченное влияние на общество и на его структуру. Серьезное внимание необходимо уделять отбору информационно-коммуникационных каналов, а также структуре и качеству контента, так как именно СМИ формируют сегодня стили жизни и, в определенной степени, культуру общества. Рассматривается «Концепция формирования и развития Единого Информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов.

Ключевые слова: СМИ, Интернет, информация, информационно-коммуникативное пространство, информационное общество.

N. V. Rozenberg

*Doctor of Philosophy, associate professor
Head of department of Communications Management
Penza State University, Penza, Russia*

M. K. Karpova

*Candidate of Sociology, associate professor
Communications Management department
Penza State University, Penza, Russia*

INFORMATION AND COMMUNICATION SPACE OF THE REGION

Abstract. The article is devoted to information and communication space in accelerating and enhances the flow of information in the rapidly evolving information and communica-

tions in the context of globalization, and the processes which affect the information sphere. The article considers the modern media, which have unlimited influence on society and on its structure. The article gives attention to the selection of information and communication channels, as well as the structure and quality of the content, as it is the media today form a style of life and, to a certain extent, the culture of society. The authors consider the «Concept of formation and development of a unified information space of Russia and relevant government information resources».

Key words: media, Internet, information, information and communication space, information society.

Развитие процессов глобализации в современном мире находится в тесной связи с возрастающей ролью коммуникации. Данные тенденции развития общества обращают на себя пристальное внимание, и все очевиднее становится необходимость социально-философского анализа феномена коммуникации. Изменения, произошедшие в коммуникационной сфере, привели к необходимости теоретического осмысления тех возможностей, которые в этой связи открываются перед обществом и сопряженных с ними проблем и опасностей, в том числе проблемы ограничения свободы личности. Это тем более актуально, что коммуникация в современном глобализирующемся мире предстает сложным и неоднозначным процессом, моделирующем социальное пространство и время.

Коммуникация осуществляется во всех формах общественного сознания: науке, искусстве, религии, политике и праве. Но явлением культуры она становится только в той мере, в какой в ее содержании выражена и репродуцируется гуманистическая способность человека владеть им же достигнутым знанием и источниками [4].

Информационная революция, произошедшая во II половине прошлого века, придала влиянию информационных технологий поистине глобальный характер: информационно-коммуникативные технологии, средства массовой коммуникации и информации и другие информационные системы кардинально изменили социальное устройство и человеческие отношения, придав им характер глобальности. Информация как «передача, циркулирование многообразия отраженного и взаимотраженного многообразия жизненного пространства человека» лежит в основе нового информологического мировоззрения, утверждающего в сознании новую единую информационную картину мира как интегративный образ информационно-

коммуникативной реальности – «системы массового сознания и психики», порождающей «систему более сложного порядка - информационное пространство» [8, с. 23].

Взаимодействие через Интернет сегодня одна из самых распространенных и массовых форм общения субъектов экранной культуры. Современного пользователя привлекает интерактивность, персональный подход, мгновенность, измеримость (можно быстро оценить популярность той или иной публикации), гибкость, взаимосвязанность (наличие гиперссылок). Именно поэтому у Интернет-СМИ в более выпуклой форме проявляются такие функции как коммуникативная, социально-организаторская, а также функции форума и социального участия. Как следствие, расширяется и облегчается обратная связь с аудиторией. У пользователей больше прав контролировать контент, вплоть до участия в процессе по его созданию [5].

Современные средства массовой информации имеют неограниченное влияние на общество и на его аксиологическую структуру, поэтому серьезное внимание необходимо уделять отбору информационно-коммуникационных каналов, а также структуре и качеству контента, так как именно СМИ формируют сегодня стили жизни и, в определенной степени, культуру.

К основным каналам коммуникации, формирующим информационно-коммуникационное пространство региона, относятся, как был показано выше, средства массовой информации: телевидение для взрослого населения; Интернет-ресурсы для молодежи, кроме этого влиятельным каналом коммуникации являются образовательные учреждения региона. Именно при получении высшего образования происходит критическая переоценка модели социума и понимание структур и взаимосвязей в обществе. На сферу образования налагается основной груз социальных функций и ответственности перед обществом и государством.

Таким образом, рассматривая различные коммуникационные каналы можно сделать вывод, что степень влиятельности канала напрямую зависит от охвата аудитории, технической доступности канала коммуникации и качества контента.

Массовость информационных потоков и увеличение количества информационных источников требует от самой информации «доступности», легкости в освоении и усвоении. Однако, вместе с унификацией информации, в норму входят и массовая безграмотность (орфографические и стилистические ошибки), упрощения, сленг, употребление нецензурных выражений. Страдает общий уровень культуры, особенно среди подростков и

молодежи. Результатом является сокращение словарного запаса, невозможность точной формулировки мысли, отсутствие собственного мнения, гражданской позиции. Исходя из вышеизложенной проблемы, информационное общество все более удаляется от социального русла существования человечества. Социальное пространство на сегодняшний день является разорванным (не единым), антисоциальным и антигуманным, что характеризует его как деформированное, закрытое и ущербное для человека [11].

В последнее время учеными и специалистами неоднократно поднимался вопрос о необходимости развития информационной экологии, влияющей на безопасность развития, выживания и моделирования информационно-коммуникационного пространства, с тем, чтобы сформировать ценностные социальные ориентации и положительные поведенческие реакции граждан [1]. Соблюдение правил информационной гигиены приведет к сознательно избранному информационному образу жизни. В свете этого должно произойти изменение в поведении и ценностных ориентациях личности, т.к. «информационное общество – это, прежде всего, не компьютеры, а люди, обогащенные информационными знаниями, сознательно меняющие свой образ жизни с помощью компьютеров и другой информационной техники» [2]. Поэтому необходимо чтобы информационный строй нового общества позволил обеспечить качественно новое социальное пространство, которое будет определяться ценностными, интеллектуальными и персональными информационными ресурсами каждого члена общества.

Гуманистические ценности составляют совокупность общечеловеческих нравственных качеств, образующих смысложизненное ядро личности, определяющее ее отношение к миру и другим людям.

Проблема состоит в выборе приоритетности ценностей, в том, насколько адекватно они транслируются в информационно-коммуникационном пространстве. Д.В. Ховальд обращает внимание на то, что СМИ позволяет видеть, как в обществе осуществляется трансляция ценностей и позиционирование интересов. Способом координации систем ценностей выступают описанные Ю. Хабермасом социальные механизмы основных сфер общества: эстетической, этической, религиозной [10]. Оптимизация деятельности коммуникационных структур и СМИ, как наиболее массовых агентов коммуникационного пространства, и их значительное влияние на ценностную составляющую,

могут привести к формированию в массовом сознании ценностных доминант

Сегодня можно говорить о том, что понятие «информация» приобретает онтологический статус и становится основополагающей ценностью общества. Как отмечает М. Г. Дмитриев, информационные процессы оказывают существенное влияние не только на экономическое, социальное, политическое, научно-техническое и культурное развитие общества, но и на изменение мировоззрения людей, морально-психологические и поведенческие аспекты их жизнедеятельности, государственное устройство и функционирование государственного механизма, в целом на инфраструктуру межличностных, общественных, внутри- и межгосударственных отношений [3].

Информационное общество, эра которого наступила, диктует свои условия, благодаря процессам коммуникации создается новая окружающая среда, так называемое в современном научном лексиконе – информационно-коммуникативное пространство. Данное понятие перестает иметь метафоричный характер и постепенно превращается в научный термин с характерными логическими трактовками, связанными с формулировкой конкретных научно-практических задач. Более того, регулирование информационной сферы и формирование информационно-коммуникативного пространства становится одной из приоритетных задач государственной политики.

Под информационно-коммуникативным пространством понимается совокупность информационных ресурсов, доступных для потребителя, в территориальном плане являющихся близкими или удаленным, и аккумулирующими результаты коммуникационной деятельности людей. Информационное общество сформировало особый информационный тип культуры, породивший, в свою очередь культурную трансформацию. Спецификой информационного типа культуры стал диалог экранного текста с потребителем информации.

Информационно-коммуникативное пространство - это пространство, охватывающее определенный объем реального мира. Данный термин сегодня чаще всего используют для характеристики информационного пространства отдельного региона или государства в целом. В теории массовой информации под информационно-коммуникативным пространством имеется в виду возможность и доступность обеспечения населения достаточно полным спектром фактического и аналитического материала, касающегося событий происходящих в стране или регионе. Как следует из определения Е. П. Прохорова, единое информацион-

ное пространство – это наличие в любой «точке» страны такой «плотности» информационного поля, благодаря которому каждый имеет возможность получить всю «необходимую и достаточную» информацию для адекватной ориентации в жизни региона, а также, конечно, страны, континента и мира, для выработки взглядов и мнений, для принятия решений (от выбора товара до выбора президента)» [9].

Информационное пространство имеет свои границы, с одной стороны это институциональные ограничения (государство как социальный институт), а с другой, конвенциональные (коммерческие тайны и этические нормы). Превратившись в производственный ресурс современного общества, информация и коммуникация стали высокотехнологичным и наукоемким производством, вызвавшим фундаментальные трансформации в его (общества) структуре. Нам еще предстоит долгий путь формирования, а иногда и возрождения культуры способной противостоять техногенным процессам и апеллирующей к духовности человека, его антропологическим основаниям. Однако, информационное общество – это та реальность с которой нам предстоит иметь дело и в связи с этим одной из приоритетных задач социально-культурной политики является формирование эффективного информационно-коммуникативного пространства, способного с одной стороны вписать нашу страну в мировое информационное пространство, а с другой не разрушить ее национальное и культурное своеобразие.

К сожалению, современные реалии таковы, что, не смотря на все усилия правительства России, информационно-коммуникативное пространство нашей страны значительно отстает от мирового уровня, а это угрожает не только информационной, но и реальной безопасности России. Решение данной проблемы породило не только теоретическое осмысление проблем информации и коммуникации, но и разработку практических рекомендаций по формированию информационно-коммуникативного пространства как на уровне государства в целом, так и на уровне отдельных регионов. Действительно, в силу объективных причин (большая территория, различные национальные традиции и подходы к ведению бизнеса в регионах и пр.) федеральная власть не всегда может конструктивно решать те стратегические задачи, которые способны решить структуры регионального уровня. Информационная политика регионов во много определяют качество информационно-коммуникативного пространства в страны целом, поэтому, начиная примерно с 2005 года, начали появляться документы,

регламентирующие формирование информационно-коммуникативного пространства отдельных округов и регионов Российской Федерации.

Информационно-коммуникативное пространство подчиняется определенным правилам взаимодействия источников и потребителей информации, основанным на использовании современных информационных технологий и зависит от различного рода особенностей, к которым в первую очередь относят уровень развития региона, его социально-экономические, демографические, этно-национальные и другие признаки.

Уровень развитие информационно-коммуникативного пространства можно рассматривать как показатель уровня развития региона. Среди объективных показателей информационного пространства можно выделить соотношение объемов материалов региональных и федеральных средств массовой информации, а также количество и качество аудитории государственных и частных СМИ. Кроме того о качестве информационно-коммуникативного пространства может говорить уровень доверия населения к власти, к средствам массовой информации и пр.

Основными документами, определяющими понятие информационных ресурсов и регламентирующими технологии их формирования и предоставления, являются Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и «Концепция формирования и развития Единого Информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов» [7].

«Концепция формирования и развития Единого Информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов» определяет понятие Единого Информационного пространства [6].

Основываясь на представленном в концепции определении, можно раскрыть понимание Единого Информационного пространства территории как совокупности информационных ресурсов, технологий их ведения и использования, информационно-коммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе открытых технологий, а также организационных структур, обеспечивающих информационное взаимодействие организаций и граждан и удовлетворение их информационных потребностей.

Главными компонентами Единого Информационного пространства территории это:

- информационные ресурсы, содержащие данные, сведения и знания, зафиксированные на соответствующих носителях информации;

- технологии ведения и использования информационных ресурсов, средства информационного взаимодействия граждан и организаций, включающие программно-технические средства и нормативно-правовые документы;

- организационные структуры, обеспечивающие функционирование и развитие Единого Информационного пространства (сбор, обработку, хранение и распространение информации);

- организационно-правовые и экономические механизмы, регламентирующие деятельность всех участников этого процесса.

Основной целью формирования и развития Единого Информационного пространства региона является создание и поддержание необходимого для устойчивого развития региона уровня информационного потенциала на основе информационного ресурса, информационного запаса и информационного резерва, что позволит обеспечить согласованность решений, принимаемых федеральными органами государственной власти, органами власти территории и органами местного самоуправления.

Библиографический список

1. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 376 с.

2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт сознательного прогнозирования: пер. с англ. Д. Белл. – М. : 1999. – 956с.

3. Дмитриев М.Г. Региональная информационная политика как фактор формирования информационного пространства : дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / М.Г. Дмитриев. – Москва, 2004. - 137 с.

4. Ильганаева В.А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / В.А. Игнатъева. – Х. : КП «Городская типография», 2009. – 397 с.

5. Интернет-СМИ: Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов. / Под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.

6. Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов" (одобрена решением Президента РФ от 23.11.1995 N Пр-1694). / СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=240699/> (дата обращения: 10.07.2014).

7. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей: федер. закон от 05.05.2014 N 97-ФЗ / СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162586/ (дата обращения: 08.07.2014).

8. Попов В.Д. Информациология и информационная политика / В.Д. Попов. – М. : РАГС, 2005 . – 56 с.

9. Прохоров Е. Региональные СМИ в информационном пространстве России // Факс. – 1999. – № 1-2. – С. 5-7.

10. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2000. – 380 с.

11. Юзвизин И.И. Основы информациологии / И.И. Юзвизин. Учебник. 3-е изд. испр. и дополн. – М.: Издательство «Высшая школа», 2001. – 600 с.

Referenses

1. Andreeva G.M. *Sotsial'naia psikhologiya* [Social psychology]. Moscow, Aspekt Press Publ., 1996, 376 p.

2. Bell D. *The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting*. Basic Books Publ., 2008, 352 p. (Rus. ed. D. Bell. *Griadushchee postindustrial'noe obshchestvo. Opyt sozna-tel'nogo prognozirovaniia: per. s angl.* Moscow, 1999, 956 p.)

3. Dmitriev M.G. *Regional'naia informatsionnaia politika kak faktor formirovaniia informatsionnogo prostranstva*: dis. kand. polit. nauk: 10.01.10 [Regional information policy as a factor of information space forming. Diss. cand. in politics. 10.01.10]. Moscow, 2004, 137 p.

4. Il'ganaeva V.A. *Sotsial'nye kommunikatsii (teoriia, metodologiya, deiatel'nost'): slovar'-spravochnik* [Social communications (theory, methodology, activities): glossary]. Kharkiv, KP «Gorodskaiia tipografiia» Publ., 2009, 397 p.

5. Lukina M.M. *Internet-SMI: Teoriia i praktika: Uchebnoe posobie dlia studentov vuzov* [Internet as media: theory and practice: Students' book]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2010, 348 p.

6. *Kontseptsii formirovaniia i razvitiia edinogo informatsionnogo prostranstva Rossii i sootvetstvuiushchikh gosudarstvennykh informatsionnykh resursov* (odobrena resheniem Prezidenta RF ot 23.11.1995 N Pr-1694). SPS «Konsul'tantPlius» (Forming and development concept of unified information space of Russia and relevant state information resources (by the decision of the President of the Russian Federation of 23.11.1995 N Pr-1694). legal reference system «ConsultantPlus»). Available at: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=240699/> (accessed 10.07.2014).

7. *O vnesenii izmenenii v Federal'nyi zakon «Ob informatsii, informatsionnykh tekhnologiakh i o zashchite informatsii» i ot del'nye zakonodatel'nye akty Rossiiskoi Federatsii po voprosam uporiadocheniia obmena informatsiei s ispol'zovaniem informatsi-onno-telekommunikatsionnykh setei: feder. zakon ot 05.05.2014 N 97-FZ / SPS «Konsul'tantPlus»* (Amendments to the Federal Law «On Information, Information Technologies and Protection of Information» and Certain Legislative Acts of the Russian Federation on streamlining the exchange of information using information and telecommunication networks: Feder. Law of 05.05.2014 N 97-FZ, legal reference system «ConsultantPlus»). Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162586/ (accessed 08.07.2014).

8. Popov V.D. *Informatsiologiia i informatsionnaia politika* [Informatiology and information policy]. Moscow, RAGS Publ., 2005, 56 p.

9. Prokhorov E. Regional media in the information space of Russia. *Faks = Fax*, 1999, no. 1-2, pp. 5-7. (In Russian)

10. Habermas Ju. Moral consciousness and communicative action. Saint Petersburg, Nauka Publ., 2000, 380 p.

11. Iuzvishin I.I. *Osnovy informatsiologii. Uchebnik. 3-e izd. ispr. i dopoln.* [Informatiology basics. Student's book. 3rd edit.]. Moscow, Izdatel'stvo «Vysshiaia shkola» Publ., 2001, 600 p.

Информация об авторах

Розенберг Наталья Владимировна – доктор философских наук, заведующая кафедрой коммуникационного менеджмента, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная 40, Россия, e-mail: elya@sura.ru.

Карпова Маргарита Константиновна – кандидат социологических наук, доцент, кафедра коммуникационного менеджмента, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная 40, Россия, e-mail: karpovamk@mail.ru.

Authors

Rozenberg Natalia Vladimirovna – Doctor of Philosophy, Head of Communicational Management department, Penza State University, 440026, Penza, Krasnaya Street 40, Russia, e-mail: elya@sura.ru.

Karpova Margarita Konstantinovna – Candidate of Sociology, associate professor, Communications Management department, Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, 440026, Russia, e-mail: karpovamk@mail.ru.