РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Институт высшего и послевузовского образования

Р Е Ф Е Р А Т

по дисциплине «Теоретико-методологические основы исследования информационных процессов»

на тему:

Моделирование информационно-коммуникативного пространства   
как прикладной метод   
информационной аналитики

|  |  |
| --- | --- |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (оценка) | Выполнила  студентка 4-го курса группы № 12  факультета «Государственное и муниципальное управление»  специализация «Государственное управление и информационные процессы»  Климанова Т.В. |

Научный руководитель: Силкин В.В.

Москва 2007

Содержание

Введение

Глава 1. Информационно-коммуникативное пространство в контексте развития информационных технологий и связанных с ними социальных изменений

1.1.Информологический инструментарий как базис построения информационно-коммуникативного пространства

1.2.Особенности моделирования информационно-коммуникационного пространства в условиях его виртуализации и глобализации

1.3.Возможные модели коммуникации. Цели и условия их создания

Выводы

Глава 2. Моделирование информационно-коммуникативного пространства на пути перехода от индустриального к постиндустриальному (информационному) обществу

2.1. Роль информационно-коммуникативных технологий при формировании нового страта в обществе

2.2. Развитие единого информационно-коммуникативного пространства как вызов времени

2.3. Семиосфера в условиях возрастающих темпов информатизации прогресса

Выводы

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Понятие «информационно-коммуникативное пространство» вслед за привнесенным в научный оборот в начале 1990-х годов понятием «информационное пространство» – неотъемлемый фактор развития теории информационного общества и наблюдаемых каждым членом социума процессов глобализации.

Чтобы информационно-коммуникативное пространство, автоматически возникающее вокруг любого вида деятельности, работало не против, а во благо, было конструктивным, важно создать подконтрольную модель, в которой с максимальной эффективностью осуществляются контакты между различными субъектами информации и коммуникации. И, кроме того, функционирует структура субъект-субъектных и субъект-объектных отношений.

Грамотно выстроить и использовать ее должна помочь информационная аналитика, задачами которой являются как информационно-структурные, так и информационно-вспомогательные функции, направленные на упорядочивание информационно-коммуникативного пространства, оптимизацию движения информационных потоков, сохранение накопленных информационных ресурсов, решение ряда других задач.

Актуальность темы настоящего исследования обусловлена рядом причин. Основная из них заключается в необходимости моделирования информационно-коммуникативного пространства во все ускоряющемся и усиливающемся потоке информации, при бурно развивающихся технико-информационных средствах связи и в условиях глобализации, процессы которой затрагивают в том числе и информационную сферу.

Современный этап развития практики моделирования, в том числе коммуникативного, характеризуется значительным разбросом в отношении определения понятия, классификации и функций моделей и моделирования.

Поэтому цель исследования – выявить возможные подходы к моделированию информационно-коммуникативного пространства для практического применения научно обоснованных подходов при построении взаимодействия заинтересованных в этом структур (любых - властных, экономических и т.д.) и гражданского общества. Достижение поставленной цели предполагает решение таких задач, как:

1. раскрытие условий создания информационно-коммуникативных моделей и выявление способов их упорядочения;
2. выявление механизмов знаковой системы процесса коммуникации и выделение ее специфических черт;
3. определение функций средств массовой информации в изменении информационно-коммуникативного пространства.

Для достижения поставленной цели и решения задач исследования важно помнить, что релевантность информационно-синергетического подхода для исследования структуры информационно-коммуникативного пространства основывается на следующих положениях:

1. коммуникативное пространство – открытая самоорганизующаяся система, при изучении которой следует обратиться к постнеклассической методологии, которая откроет возможность исследования нелинейной динамики сложных открытых систем;
2. механизмы самоорганизации сложных систем – информационные процессы. В теории управления ими принято выделять три основные парадигмы информационного воздействия на массовое сознание: механическую, марковскую и немарковскую, адекватные соответственно классической, неклассической и постнеклассической методологии[[1]](#footnote-1).

Кроме того, в ходе написания работы использовались общенаучные методы анализа — формально-логический, сравнительный, метод систематизации.

Объект исследования – информационно-коммуникативное пространство в условиях социальных изменений и применения новых технологий.

Предмет исследования - структура информационно-коммуникативного пространства и влияние на его формирование информационной аналитики.

Изучение данной темы потребовало привлечение источников и литературы, содержащих теоретические концепции общественных изменений и изменения форм и «технологий организации» процесса администрирования в условиях широкого применения информационно-коммуникативных технологий.

ГЛАВА 1. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СВЯЗАННЫХ С НИМИ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

На информационном уровне человек удовлетворяет свои потребности в актуализации, раскрытии своих талантов и способностей, творчестве, познании и самосовершенствовании. Методологические аспекты коммуникативной рациональности, ее обоснование в контексте современной философской мысли, практика коммуникативного моделирования стали предметом дискуссий.

Исследователи указывают на многочисленность междисциплинарных подходов в изучении вопроса информационно-коммуникативного пространства в общем и его моделирования для последующего практического использования в частности. Анализ источников, характеризующих парадигмы информационного воздействия, семиотики как науки, такого междисциплинарного научного направления, как синергетика, и непосредственно связанных с раскрытием сущности понятий «модель» и «моделирование» в практике философской мысли, свидетельствует прежде всего о многогранности исследуемой темы. Но вместе с тем показывает актуальность введения практики информационно-коммуникативного моделирования.

Рассматривая информацию как гносеологическую категорию и метасредство интеллектуального освоения мира, информологический подход в настоящей работе может быть реализован на основе разработки информологического инструментария — определенного набора форм и объектов информационного пространства, используемых для развития и структурирования представлений о ее интегративном образе.

Реализация такого инструментария основывается на диалогическом сопряжении междисциплинарной информации, а также связана с воспитанием деятельностной ориентации на определенные нормы, образцы и эталоны, заданные культурной традицией и составляющие систему ценностей, принятую обществом. Формируемая таким образом медиакультура противостоит монологическому догматизму — она основывается на установлении связей и взаимодополнительности между технократизмом и гуманизмом, между прямой и дистанционной связью субъектов и объектов информационного взаимодействия, знаково-математической и когнитивной художественно-графической компьютерными моделями, математическим и натурным моделированием.

* 1. ИНФОРМОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ КАК БАЗИС ПОСТРОЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА

Если понимать информационную аналитику и ее субстрат (информацию) как производство нового знания на основе переработки имеющейся информации в целях оптимизации принятия решений, то смело можно утверждать, что в условиях современного развития коммуникационных каналов во всех узлах информационной инфраструктуры (во всех сферах деятельности) концентрируются, перерабатываются мощные информационные потоки в целях принятия социально значимых управленческих решений. А в их основе лежит та или иная модель информационно-коммуникативного пространства.

И здесь информационно-вспомогательная природа информационной аналитики, роднящая последнюю с другими видами информационно-инфраструктурных, информационно-вспомогательных служб, традиционно упорядочивающих информационное пространство, оптимизирующих и направляющих движение информационных потоков, обеспечивающих сохранение накопленных информационных ресурсов и т.п., позволяет выполнять сущностную, базовую функцию по преобразованию информации: информационное свертывание, консолидацию больших информационных массивов в виде баз и банков данных и их структурное упорядочение.

Таким образом, активно оперируя информационными продуктами и услугами, информационная аналитика выполняет прежде всего задачу качественно-содержательного преобразования информации, функционально пересекаясь в этом плане с научной (производство нового знания) и управленческой (разработка вариантов решений, сценариев) деятельностью.

Информационная аналитика, опирающаяся на герменевтические методы, то есть в широком смысле - на интерпретацию текстов, если последние трактовать универсально-информологически как документы, тексты, данные, сообщения о событиях и т.п., а также к тем разделам науки, видам научных задач, когда выводное знание получают не опытно-экспериментальным путем, а на основе анализа и интерпретации существующих теорий, описаний фактов, средствами информационного моделирования реальности, призвана выявлять объективные закономерности и тенденции, определяет движущие ими механизмы, причинно-следственные связи.

Достижение этой цели возможно в случае, если в основе лежит выстроенная информационная модель, в которое отражены объективные закономерности и тенденции, определены движущие ими механизмы, причинно-следственные связи. Таким образом создается новое знание, которое может стать информацией и далее посредством информационно-коммуникативных каналов будет доставлено потенциальному потребителю.

Но прежде чем это произойдет должна стать ясной пространственная организация информации. Она наряду с закономерностями пространственного построения информационных систем является объектом изучения информологии – общенаучного, теоретического направления, в современном представлении репрезентирующего такие определения-функции, как «пространство – это организованная среда» и «информация – это состояние пространства»[[2]](#footnote-2).

Такой подход предполагает как минимум информологическую компетентность, которая определяет развитие моделируемого пространства получения и распространения информации, адекватного условиям информационно-коммуникативной реальности.

Важнейшей составляющей информологической компетентности в свою очередь является информационно-коммуникационная компетентность, которую можно рассматривать как «комплексное умение самостоятельно искать, отбирать нужную информацию, анализировать, организовывать, представлять, передавать ее; моделировать и проектировать объекты и процессы, реализовывать проекты, в том числе в сфере индивидуальной и групповой человеческой деятельности»[[3]](#footnote-3).

Вместе с тем, информологическая компетентность представляет собой более глубокое понятие, отражает утверждение многозначного понятия информации в статусе категории наряду с материей, энергией, пространством и временем и проявляется в формировании индивидуальной информационной картины мира – интегративного образа информационно-коммуникативной реальности как средства интеллектуального освоения мира.

* 1. ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА В УСЛОВИЯХ ЕГО ВИРТУАЛИЗАЦИИ И ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Информационно-коммуникационные технологии и, в частности, глобальная сеть Интернет, становясь неотъемлемым атрибутом взаимодействия как на неофициальном (бытовом), так и на официальном уровне, заставляют переосмыслить подходы к моделированию пространства как информационного, так и коммуникативного с учетом появления и устойчивого функционирования виртуального пространства.

Современные концепции управления, в том числе и в информационно-коммуникационной сфере, неразрывно связаны с повышением роли в обществе социальной коммуникации как таковой и, в частности, средств массовой коммуникации. Коммуникативные процессы, объединяющие общество на всех уровнях, пронизывающие социальную среду, распределяющие и транслирующие значимую информацию, оказывают существеннейшее влияние на жизнь общества. Растущая информатизация социальной жизни ведет к повышению воздействия интерпретационных схем и парадигм на чувства и настроения больших масс людей, сближает ранее закрытые друг для друга культурные миры, не исключая, а, напротив, активно и целенаправленно применяя методы манипулирования массовым сознанием.

Поэтому нельзя не согласиться с мыслью о том, что «в технотронном обществе информационная власть все больше вторгается во все сферы общественных отношений»[[4]](#footnote-4).

Роль коммуникации в развитии глобализационных процессов в последнее время привлекает к себе все большее внимание. Отсюда вытекает актуальность обращения к социально-философскому исследованию феномена коммуникации. Она определяется назревшей потребностью в осуществлении теоретической рефлексии над изменениями, происходящими в сфере коммуникации, и сопутствующими им социальными изменениями; в осмыслении открывающихся возможностей социальной регуляции, связанных с новой фазой развития коммуникации и сопряженных с ней опасностей ограничения свободы индивидуального сознания. Все эти факторы не могут не отразиться на принципах моделирования информационно-коммуникативного пространства, в рамках которого регулируется взаимодействие индивидов, групп и общностей в современном обществе, подверженном глобализационным деформациям.

Наблюдаемые мировые процессы уже не исчерпываются пониманием того, что СМИ имеет прямым назначением создание единого информационного пространства и способно реализовать эту задачу.

Подтверждение этому можно найти в данных социологических исследований, которые свидетельствуют о том, что «сегодня пресса, как печатная, так и электронная, утрачивает, причем по собственной инициативе, главную для общества функцию – коммуникативную»[[5]](#footnote-5).

О том, что современные СМИ утратили функцию обратной связи между обществом и властью свидетельствуют результаты социологических исследований, приводимых в статье «Менталитет и информационное поле: проблема взаимодействия в условиях Московского мегаполиса» Л.В. Лесной и С.С. Соловьева[[6]](#footnote-6).Согласно приведенным данным, лишь 4,5% россияе называют средства массовой информации в числе тех социальных институтов, которые могут их защитить и оказать помощь в решении жизненных проблем, причем отмечается, что провинциалы более привержены к традиционным формам советской культуры.

Реферативное изучение существующих в сфере коммуникации научных разработок, основанных на методологическом синтезе идей постструктурализма в исследовании коммуникации как социолингвистического феномена, базисном представлении о структурном характере коммуникации, о зависимости культуры и социального действия от символического потенциала коммуникативных кодов, о полилингвальности современного общества как сложной структуры дискурсов, а также использование феноменологического (применительно к исследованию виртуальной реальности) и конкретноисторического (применительно к рассмотрению генезиса человеческой коммуникации) методов позволяет сделать вывод о том, что феномен виртуальной реальности имеет вполне ясные перспективы дальнейшего формирования единого коммуникативного пространства информационного общества в ходе развития сетевых технологий и распространения глобализационных процессов.

Однако при изучении информационной среды, информационных процессов, информационного поля, усложняющегося проникновением виртуальных потоков, и информационного пространства важно следовать принципу единства «ньютоновской, нелинейной парадигм плюс парадигм новых, таких, как: синергетическая, немарковская, рефлексивная, мотивационная, социального психоанализа и др.»[[7]](#footnote-7)

* 1. ВОЗМОЖНЫЕ МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ. ЦЕЛИ И УСЛОВИЯ ИХ СОЗДАНИЯ

Понятие коммуникативного пространства складывается из разнообразного круга явлений, многие из которых традиционно рассматриваются в рамках различных дисциплин — таких, как эстетика, стилистика, теория текста и дискурса, лингвистическая прагматика, психолингвистика, а некоторые вообще являются мало изученными.

Компонентами коммуникативного пространства являются, во-первых, речевые и художественные жанры, роль которых в качестве самых общих «рамок», определяющих свойства художественного текста либо повседневного общения, в последнее время привлекла к себе внимание многих исследователей.

Однако понятие коммуникативного пространства выходит за рамки жанра, включает в себя, наряду и вместе с собственно жанровой характеристикой, такие свойства языкового сообщения, как его «тон», предметное содержание и та общая интеллектуальная сфера, к которой это содержание принадлежит; оно включает в себя также коммуникативную ситуацию, со всем множеством непосредственно наличных, подразумеваемых и домысливаемых компонентов, из которых складывается представление о ней каждого участника.

Важную сторону коммуникативного пространства составляет представление автора сообщения о реальном или потенциальном партнере, к которому он обращается, его интересах и намерениях, о характере своих личных и языковых взаимоотношений с ним.

Наконец, свой вклад в коммуникативное пространство вносит самосознание и самооценка говорящего, представление о том, какое впечатление он сам и его сообщение должны производить на окружающих.

Взаимодействие соционических типов протекает в коммуникативном пространстве. Это пространство неоднородно: его плотность в разных местах неодинакова, поэтому информационный обмен одних и тех же типов в разных его местах будет иметь различную интенсивность.

Для того, чтобы определить, на каком уровне пространства протекает коммуникация, необходимо определить два параметра: коммуникативную дистанцию (параметр протяженности пространства) и плотность коммуникации (параметр проницаемости пространства).

Для построения модели можно воспользоваться привычным для соционики двоичным принципом - разделением пополам. В таком случае коммуникативная дистанция будет принимать два значения: близкая и далекая.

Близкая дистанция означает, что общение протекает при тесном соприкосновении в пространстве. Она наиболее характерна для групп с численностью от двух до восьми человек. При взаимодействии на далекой дистанции социотипы разделены существенным расстоянием, определяемым социальными и культурными показателями развития. Такая дистанция между людьми обычно возникает в коммуникативных группах более восьми человек.

Глубокая коммуникация означает плотный информационный обмен, когда в общение вовлекаются практически все имеющиеся в распоряжении социотипа информационные ресурсы. Возникает тесное переплетение «силовых линий» информационных полей, что свидетельствует о высокой доверительности контакта.

Поверхностная коммуникация происходит при неполном вовлечении в обмен наличных информационных ресурсов. Плотность информационного потока оказывается гораздо меньше по сравнению с первым случаем. Степень доверительности также невелика.

Поскольку сложность коммуникации в одинаковой мере зависит от обоих параметров, то информационный обмен между системами можно рассматривать как произведение коммуникативной дистанции на плотность коммуникации:

инфообмен = дистанция : плотность.

Инфообмен принимает дискретные значения, являясь показателем нахождения объекта на одном из уровней коммуникативного проcтранства. Всего таких положений получается четыре:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Близкая дистанция | | | | | Поверхностная коммуникация | физио | психо | Глубокая коммуникация | | | социо | инфо | | Далекая дистанция | | | | |

Описанные уровни соединены отношениями смежности и противоположности. Противоположными являются физический уровень и интеллектуальный. Это значит, что они находятся друг к другу в отношении обратной пропорциональности: чем больше человек живет физической жизнью, тем меньше он развивается интеллектуально и наоборот.

Также исключают друг друга социальный и психологический уровни. Невозможно одновременно заботиться об отдельном человеке (индивидуальный подход) и о целой группе людей (массовый подход). Макросоциум поощряет человека приносить личное на алтарь общественного, а микросоциум, например его семья, хотел бы противоположного: чтобы близкий человек больше времени проводил дома. Причем пропорция 50% на 50% означает коммуникативный кризис: состояние колеблющихся «весов» очень болезненно, ведь оно значительно затрудняет выбор.

Хотя коммуникативные уровни и цикличны, но более удобным и технологичным является изображение их вертикальной иерархии на плоскости. Их соподчинение в коммуникативном пространстве имеет следующий вид:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  |  |  | инфо | |  |  | социо |  | |  | психо |  |  | | физио |  |  |  | |

Первый уровень взаимодействия в коммуникативном пространстве (дистанция близкая, но коммуникация поверхностная) носит название физический, так как характерен для плотного, материально опосредованного соприкосновения физических субстратов (носителей) информационных систем. На этом уровне удовлетворяются природные потребности человека (в еде, жилье, продолжении рода, производстве и потреблении материальных продуктов).

Второй уровень взаимодействия в коммуникативном пространстве (дистанция близкая, а коммуникация глубокая) называется психологическим, поскольку на первое место выходит обмен сокровенной, личностной, идущей из души информацией. Этот психологический уровень предполагает самые доверительные отношения, поскольку на этом уровне человек удовлетворяет свои интимно-эмоциональные потребности (в любви, дружбе, семье, сопереживании и т.п.).

Третий уровень взаимодействия в коммуникативном пространстве (дистанция далекая, коммуникация поверхностная) называется социальным, так как регулируется общественными нормами, традициями и ритуалами, законодательством, государственными институтами и т.д. Этот уровень коммуникации подчиняет интересы индивида интересам социума, поэтому носит наиболее формальный характер. Объект социальной коммуникации выступает не как уникальная личность, а как представитель того или иного социального сословия или профессиональной группы. На этом уровне человек удовлетворяет свои потребности в карьере, обучении, труде и уважении.

Четвертый уровень взаимодействия в коммуникативном пространстве (дистанция далекая, но коммуникация глубокая) носит название интеллектуального, или информационного, уровня. Осуществлять глубокую коммуникацию без соприкосновения с другой стороной можно, лишь перенеся весь информационный обмен внутрь себя, в свой мозг. Интенсивно работает при этом память и воображение человека. Только на этом уровне можно обращаться к глубинам своего подсознания и добывать сведения, накопленные поколениями людей, жившими до тебя.

При обмене информацией в процессе коммуникаций можно выделить четыре базовых элемента:

1. отправитель, лицо, генерирующее идеи или собирающее информацию и передающее ее,
2. сообщение, собственно информация, закодированная с помощью символов,
3. канал, средство передачи информации,
4. получатель.

При обмене информацией отправитель и получатель проходят несколько взаимосвязанных этапов. Их задача – составить сообщение и использовать канал для его передачи таким образом, чтобы обе стороны поняли и разделили исходную идею. Это трудно, ибо каждый этап является одновременно точкой, в которой смысл может быть искажен или полностью утрачен. Указанные взаимосвязанные этапы таковы:

1. зарождение идеи,
2. кодирование и выбор канала,
3. передача,
4. декодирование.

Эта самая простая модель процесса обмена информацией.

Хотя весь процесс коммуникаций часто завершается за несколько секунд, что затрудняет выделение его этапов, проанализируем эти этапы.

Зарождение идеи.

Обмен информацией начинается с формирования идеи или отбора информации. Отправитель решает, какую значимую идею или сообщение следует сделать предметом обмена. К сожалению, многие попытки обмена информацией обрываются на этом первом этапе, поскольку отправитель не затрачивает достаточного времени на обдумывание идеи. Леймотив этапа: не начинайте говорить, не начав думать.

Нужно помнить, что идея еще не трансформирована в слова или не приобрела другой такой формы, в которой она послужит обмену информации. Отправитель решил только, какую именно концепцию он хочет сделать предметом обмена информацией.

Кодирование и выбор канала.

Прежде чем передать идею, отправитель должен с помощью символов закодировать ее, использовав для этого слова, интонации и жесты (язык тела). Такое кодирование превращает идею в сообщение.

Отправитель также должен выбрать канал, совместимый с типом символов, использованных для кодирования. К некоторым общеизвестным каналам относятся передача речи и письменных материалов, а также электронные средства связи, включая компьютерные сети, электронную почту, видеоленты и видеоконференции.

Если канал не пригоден для физического воплощения символов, передача невозможна. Картина иногда достойна тысячи слов, но не при передаче сообщения по телефону.

Если канал не слишком соответствует идее, зародившейся на первом этапе, обмен информацией будет менее эффективным.

Передача.

На третьем этапе отправитель использует канал для доставки сообщения (закодированной идеи или совокупности идей) получателю. Речь идет о физической передаче сообщения, которые многие люди по ошибке и принимают за сам процесс коммуникаций. В то же время, как говорилось выше, передача является лишь одним из важнейших этапов, через которые необходимо пройти, чтобы донести идею до другого лица.

Декодирование.

После передачи сообщения отправителем получатель декодирует его.

Декодирование - это перевод символов отправителя в мысли получателя. Если символы, выбранные отправителем, имеют точно такое же значение для получателя, последний будет знать, что именно имел в виду отправитель, когда формулировалась его идея.

Если реакции на идею не требуется, процесс обмена информации на этом должен завершиться.

Обобщая вышеизложенное, процесс информационно-коммуникативного взаимодействия можно схематично представить в виде такой модели, отражающей цикл двустороннего общения:

общественность, организации

расшифровка

кодировка

актор

средства рас- пространения

молва, слухи

сообщения

помехи

обратная связь

ответные реакции

целевая аудитория

Таким образом, осуществление коммуникаций – это связующий процесс, необходимый для любого важного управленческого действия.

Не менее важным является и процесс моделирования информационного пространства.

Правда, работа в этом направлении имеет объективные сложности, связанные, прежде всего с тем, что информационно-коммуникационная система, будучи искусственно сформированной, с одной стороны, не всегда способна адекватно передать сигнал по каналу связи от источника к потребителю и гарантировать точную дешифровку (декодирование, если пользоваться уже использовавшейся в настоящей работе терминологией), чтобы получатель имел тождественное представление об исходном объекте.

Для решения этой задачи, по мнению В.Д. Могилевского, необходимо применять как экстенсиональный, так и интенсиональный подход, технологию интерпретации принятого сообщения, а также фиксированные характеристики информации (семантическую, семиотическую, аксиологическую), формировать тезаурус[[8]](#footnote-8). Хотя и применение всех этих подходов не гарантирует успех построения системы.

Помимо формирования тезауруса при моделировании информационных процессов, разработке и осуществлении информационных технологий, важно учитывать и понятие «национального кода»[[9]](#footnote-9), о котором говорится в работе «Информациология и информационная политика» В.Д. Попова.

При моделировании информационного пространства, которое не может развиваться обособленно от коммуникативного, принципы моделирования которого были рассмотрены выше, важно учитывать замечание В.Д. Могилевского о прогнозируемом разрушении структуры в случае разрыва информационных каналов или их перегрузке, использования недостаточно достоверной информации или дезинформации[[10]](#footnote-10).

Следовательно, при моделировании информационно-коммуникативного пространства («организации информационного обмена между элементами системы»[[11]](#footnote-11)) важно организовать циркулирование и передачу информации посредством адекватного виду канала типа сигнала. При настоящем уровне технологического развития возможности реализации этой задачи практически безграничны.

ВЫВОДЫ

Информация как «передача, циркулирование многообразия отраженного и взаимоотраженного многообразия жизненного пространства человека»[[12]](#footnote-12) 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»[[13]](#footnote-13), порождающей «систему более сложного порядка – информационное пространство»[[14]](#footnote-14).

Его важной особенностью в начале XXI века является формирование единого мирового информационного пространства на базе сети Интернет, проникновение процессов информатизации, глобализации и виртуализации во все сферы экономики, создание международного рынка информации и управления.

Такие факторы окружающего нас мира не могут не сказаться на формировании информологической компетенции, вмещающей в себя информационные поля различной степени общности, которые в свою очередь могут и должны быть объединены в информационно-коммуникативное пространство, сформированное на основе известных научно-методических и организационно-управленческих достижений.

Информационная парадигма, пришедшая в сферу коммуникаций из точных, естественных и прикладных наук в сочетании с иными подходами (к примеру, синергетическим) дает возможность создавать модели современного общества с его сложнейшими коммуникационными процессами. Проведенный в первой главе настоящей работы анализ свидетельствует о том, что создать общую «матрицу» всех возможных подходов к изучению коммуникации практически невозможно.

Тем не менее, можно с полной уверенностью утверждать, что такая «матрица» может быть только многомерной и способной дефрагментироваться, перестраиваться в зависимости от темпов, уровней и качества «прирастаемого» знания о коммуникации, о человеческом сознании и о мире.

В итоге в основе формируемого таким образом информационно-коммуникативного пространства будут лежать связи и взаимодополнительности между технократизмом и гуманизмом, между прямой и дистанционной связью субъектов и объектов процесса получения и распространения информации.

ГЛАВА 2. МОДЕЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА НА ПУТИ ПЕРЕХОДА ОТ ИНДУСТРИАЛЬНОГО К ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМУ (ИНФОРМАЦИОННОМУ) ОБЩЕСТВУ

Повсеместное внедрение и широкое использование информационно-коммуникативных технологий рассматривают как решающий шаг от индустриального к постиндустриальному (информационному) обществу.

Однако такой переход, осуществляемый в свете развития технологий, стремительно не может пройти бесследно для общества. Об этом говорил «пророк электронной коммуникации» М. Маклюэн, представивший трехступенчатую модель всемирной истории, где третьей эпохой выступает эпоха информационного индивида в условиях победы электронной (аудиовизуальной) коммуникации, повышающей интеллектуальные способности и творческий характер личности.

М. Маклюэна сравнивал новые средства и технологии с колоссальной коллективной хирургической операцией, проводимой на социальном теле при полном пренебрежении к антисептикам. Воздействию при оперировании общества новой технологией подвергается вся система. Воздействие радио является визуальным, воздействие фотографии — слуховым. Каждое новое давление вызывает сдвиги в пропорциях между всеми чувствами. «Что мы ищем сегодня, так это средство контроля над этими сдвигами в чувственных пропорциях психического и социального мировосприятия либо средство избежания этих сдвигов вообще»[[15]](#footnote-15).

В этой связи приобретает значение выявление форм и технологий административного управления в условиях виртуализации общества, на основе анализа мирового и отечественного опыта.

На начальной стадии электронная технология (космическая связь, портативная видеозапись) выполняла роль социальной терапии. Она создала новый этап социального общения, в котором выравниваются искажения и диспропорции, вызванные географией и экономикой, содействуя росту взаимопонимания между различными слоями общества и народами.

На более высоких стадиях электронная революция выступила в качестве первопричины крупных социальных перемен (СМИ диктуют культуру). Информационная технология, соединенная с аудиовизуальными средствами создает целый мир поведенческих моделей, которые постоянно, ежедневно, на работе и в быту, окружают человека и программируют его деятельность во все возрастающем масштабе.

Второй этап коммуникационной революции связан с тремя великими инновациями: спутниковая связь, создание оптоволоконных кабелей и кабельных сетей, цифровых электронных устройств, с применением микропроцессоров и интегральных схем для скоростного приема и передачи информации. Это открывает доступ любому человеку, в любой точке Земли к базам данных и знаний, если он имеет терминальное устройство (компьютер) для получения информации.

Подобные интеллектуально-технологические системы ведут к принципиально новому состоянию цивилизации и культуры — к глобальному гиперинтеллекту (индустрии данных и знаний). Компьютеризация создает технологическую основу информатизации общества, в котором информатика и владение ЭВМ является второй грамотностью, повышающей интеллектуальные и творческие способности человека[[16]](#footnote-16).

Ряд исследователей рассматривает распространение компьютерных и Интернет-технологий как решающий шаг на пути от индустриального общества к постиндустриальному (информационному) обществу, где основную ценность имеет информация, которая в свою очередь нуждается в управлении.

Однако на пути к информационному обществу сохраняется высокий уровень информационного неравенства. Речь не только о населении слаборазвититых стран. Не исключение и Россия, к примеру. И проблема здесь не только в отсутствии возможностей изучения новых технологий, ограниченности доступа к сети Интернет, трудностях, обусловленных географическими факторами, но и в низкой мотивации населения, в том числе и по причине его старения в среднем по стране.

Следовательно, при моделировании информационно-коммуникативного пространства должен учитываться и этот фактор. Его включение в общую структуру должно быть сопряжено с устранением барьеров формирования и использования объединенных информационных ресурсов на основе возможности он-лайнового доступа.

Конечно, модель абстрактного информационно-коммуникативного пространства как упрощенный и даже формализованный вариант не сможет отразить все свойства, однако должна включать наиболее значимые и представляющие наибольший интерес.

2.1. РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ НОВОГО СТРАТА В ОБЩЕСТВЕ

Информационно-коммуникационные технологии занимают сегодня центральное место в обновлении и реструктуризации всех видов деятельности, поэтому как зарубежными, так и российскими учеными все больший акцент делается на специфику переходного периода развития цивилизации в сторону информационного общества, на особенностях современных коммуникационных стратегий.

Сфера коммуникаций создает собственную сферу, с которой имеет дело человек. Коммуникативность и коммуникационность являются неотъемлемой частью человеческого бытия. Различные события образуют сложный мозаичный текст современной культуры, в котором коммуникативное пространство общения, является фактором, конституирующим жизненный мир человека. Однако полилокальное состояние мира свидетельствует об изменении самой основы современного порядка. Его мозаичная основа представляет собой переплетение разных элементов, которые не могут быть сведены к единому знаменателю. Поэтому исследование факторов, воздействующих на информационно-коммуникативное пространство, представляет собой важный этап при рассмотрении вопроса его моделирования.

В настоящее время в связи со стремительным развитием средств массовой информации и средств массовой коммуникации, мультимедийных технологий, Интернета особое значение имеет изучение, выявление тенденций, закономерностей, механизма воздействия новых информационных технологий на культуру (в широком понимании) и духовное состояние общества. Чем это развитие обернется для большинства граждан – благом или новыми испытаниями, зависит от содержательной стороны государственной информационной политики.

Практика показывает, что с внедрением новых информационных технологий происходит формирование новой структуры общества – так называемой сетевой структуры.

М. Кастелльс считает, что «именно сети составляют новую социальную морфологию наших обществ, а распространение «сетевой» логики в значительной мере сказывается на ходе и результате процессов, связанных с производством, повседневной жизнью, культурой и властью»[[17]](#footnote-17). С этим невозможно спорить. XXI век войдет в историю как век взрывного распространения информационных технологий.

Производство, распространение, обмен информацией является новой сферой производства, где заняты массы людей. Формируется новый класс, массовый слой, новый социальный страт в обществе и владеющий этим производством и наемных работников, обслуживающего персонала[[18]](#footnote-18). Многие люди уже не представляют собственное существование без современных информационных технологий. Этот факт дает основание говорить о формировании нового страта в обществе, на который наибольшее влияние оказывают складывающиеся традиции жизнедеятельности в информационной среде, в частности, в Интернете, и нормы особого вида культуры, которую можно назвать Интернет-культурой.

Это объясняется тем, что революционное влияние СМИ и Интернета на систему информационно-коммуникативных связей не имеет аналогов в прошлом. Изобретение телеграфа, телефона, радио, телевидения и компьютера подготовило почву для происходящей ныне беспрецедентной интеграции общества. В настоящее время, например, Интернет одновременно является и средством общемирового вещания и инструментом распространения информации. И, что наиболее важно, средой для сотрудничества и общения людей.

Известно, что для массовой коммуникации свойственна особая требовательность к соблюдению к соблюдению принятых в обществе норм общения по сравнению с межличностным общением. Это диктуется тем, что передаваемые сообщения должны быть максимально четкими и понятными для самой широкой аудитории, для каждого участника коммуникации. Кроме тогр, становление определенного комплекса нормативных требований должно способствовать исключению из информационного процесса экстремистских призывов, ненужной политизации, проповеди насилия, религиозной и этнической вражды и других аморальных действий. В настоящее время эти нормативные требования объединяются в кодексы Интернет-этики либо в кодексы поведения в Интернете.

Процесс информатизации, формирования информационного общества, ведущий к эффекту Global village и проницаемости пространственных, культурных, политических, языковых и т.п. барьеров, включению регионов, государств, тех или иных социальных групп в единое политическое, экономическое, правовое, информационное пространство, многократно умножает степень взаимозависимости всех субъектов мирового сообщества.

В информационном обществе, обладающем сверхпроводимой информационной инфраструктурой, считает исследователь Н.А. Сляднева[[19]](#footnote-19), «даже локальное малозначимое событие может обрести глобальный масштаб вопреки всем традиционным канонам инерционности социальных систем и их способности к гомеостатическому саморегулированию, призванному гасить возмущения и флуктуации социальной среды».

Социальный гомеостат (совокупность средств и технологий социального управления и самоуправления), сформированный в докомпьютерную эпоху и рассчитанный на объективную прочность естественных барьеров в сфере социальных коммуникаций, в постиндустриальном обществе уже неэффективен. Как говорилось выше, разнообразие информационных импульсов (сообщений) о событиях, мнениях, содержащих управляющие воздействия, транслируемых через каналы информационной инфраструктуры и оказывающих детерминирующее влияние на социальные процессы, стало в наши дни невообразимо велико. Поэтому образующийся в результате этих многообразных, противоречивых, разномасштабных воздействий кумулятивный эффект формирует столь непостижимо сложную систему детерминированности социального развития, что последний объективно предстает перед современными субъектами социального управления как иррациональная, индетерминированная феноменология.

Информационное общество, обретя невиданную ранее свободу, единство в многообразии, динамизм развития, обрело и новую степень уязвимости перед деструктивными факторами и различными социальными девиациями. Естественным следствием всех этих тенденций являются неадекватные управленческие решения, непредвиденные последствия решений, волюнтаризм и субъективизм руководителей различного ранга, конфронтации, попытки лоббирования, вмешательства в объективные процессы тех или иных сил, манипуляции общественным мнением и т.п.

Сущность понятия «новый информационный режим» заключается прежде всего в качественно ином уровне интеллектуализации информационного пространства (ноосферы), необходимом для устойчивого развития общества, повышения меры его управляемости, нейтрализации фактора индетерминизма социальных процессов.Цель интеллектуализации заключается в создании системы производства и передачи на входы управляющих блоков социума смыслосодержащей информации, максимально отвечающей задаче формирования и принятия управленческих решений. Интеллектуализация информационного пространства осуществима при следующих условиях:

* оптимальном структурировании мирового информационного пространства за счет упорядочения глобальной информационной инфраструктуры;
* интеграции и структурировании мировых информационных ресурсов;
* собственно интеллектуализации информационных потоков и процедур переработки информации.

Во всех значимых точках пересечения и концентрации информационных потоков должны быть созданы узлы интеллектуальной переработки информации, формирующие интеллектуализированную инфраструктуру информационного пространства.

Прообразом интеллект-узлов, инфраструктуры ближайшего будущего можно считать центры ситуационного анализа (ЦСА) - службы, органично сочетающие в своей деятельности информационный мониторинг природных, техногенных и сложных социальных систем, обеспечивающий текущий контроль за динамикой социальной сферы (наблюдение за изменением тех или иных параметров, выявление их отклонений от штатных значений, прогнозирование их развития), информационный анализ выявленных в ходе мониторинга закономерностей, разработку сценариев управления кризисными и проблемными ситуациями в управляемой сфере.

Моделирование информационно-коммуникативного пространства должно учитывать, что фундаментализация технологий мониторинга и аналитики требует оперативности, многофакторного охвата реальности, необходимые для эффективного социального управления, предполагают сокращение промежуточных уровней моделирования управляемых систем в информационных потоках, создание новых технических средств, обеспечивающих прямую включенность социальной сферы в системы мониторинга уже называвшихся ЦСА, которые в перспективе могут стать узлами будущей глобальной информационной инфраструктуры социального регулирования, которая будет выполнять в информационном обществе функции социального гомеостата, обеспечивающего устойчивое развитие общества, оперативно диагностирующего отклонения, нештатные ситуации и управляющего социальными процессами.

Именно последняя из перечисленных функций наиболее важна для нового информационного режима наряду с интеллектуализацией информационного пространства, ее реализация предполагает синтез управленческих и информационно-аналитических технологий, что в дальнейшем должно видоизменить характер и способ реализации властных функций, роль традиционных институтов государственной власти, демократических процедур, в значительной степени заменив их виртуальными социальными технологиями.

Такая тенденция прослеживается уже в наши дни, когда стали реальностью электронные выборы, интерактивные опросы общественного мнения, мониторинг социальных проектов, электронное общение через сайты в Интернете между высокопоставленными политиками и рядовыми гражданами и т.п.

(В этой связи достаточно вспомнить проведенную Президентом РФ В.В. Путиным в июне 2006 года Интернет-конференцию, в преддверии которой через систему «Яндекс» поступило более 100 тысяч вопросов, а количество людей, решивших пообщаться с главой российского государства посредством глобальной сети, достигло полумиллиона.)

Однако приводя этот пример, свидетельствующий о «продвинутости» значительного числа членов социума в использовании средств коммуникации, нельзя забывать и о том, что существуют информационно бедные по принципу доступа к информационным ресурсам и технологиям люди. Причинами такого неравенства лежат в плоскости социального неравенства.

Несмотря на то, что основа информации нематериальная, степень удовлетворения информационных потребностей зависит от финансового благополучия конкретного индивидуума.

О материальных предпосылках в вопросе освоения информации говорится в уже упоминавшейся статье «Менталитет и информационное поле: проблема взаимодействия в условиях Московского мегаполиса». Авторы Л.В. Лесная и С.С. Соловьев пишут, что «телефон есть, пожалуй, в каждой московской семье, но компьютер – пока рабочая необходимость; телевизор стал всеобъемлющим коммуникатором, а многие кинотеатры, театры, музеи и выставки страдают от отсутствия посетителей; на развалах – обилие книг и периодики разных направлений и жанров, а фонды районных библиотек почти не обновляются; из всех московских пользователей сети Интернет (что составляет около 50% всех пользователей России) почти 65% «входят» в нее по месту работы, около 20% - в компьютерных клубах и интернет-кафе и лишь чуть более 10% - с домашних компьютеров»[[20]](#footnote-20).

Но, несмотря на эти данные, говоря о моделировании информационно-коммуникативного пространства, имеется в виду гипотетически возможная и необходимая в применении модель. И пока анализ конкретной ситуации остается за рамками исследования, важно отметить, что количественная и качественная эволюция существующих тенденций в сфере производства информации и коммуникативного обмена неизбежно ведет к формированию целостного условно-замкнутого цикла социального управления: социальная система (объект управления), пронизанная входными датчиками компьютерного мониторинга, - телекоммуникационные каналы - собственно центры ситуационного анализа (регистрация поступающих данных, их многоаспектная обработка, визуализация выявленных в обработанном массиве закономерностей, интеллектуальный анализ и интерпретация с помощью встроенных экспертно-аналитических технологий и естественного интеллекта, разработка прогнозов, сценариев управленческих решений) - трансляция управляющих импульсов (обратная связь) к управляемой социальной системе, затем новый цикл мониторинга (с учетом результатов управляющих воздействий).

Экстраполируя параметры и темпы прогресса в области компьютерных и телекоммуникационных техники и технологий и возрастающую виртуализацию всех сфер человеческой деятельности, можно определить информационную аналитику и информационный мониторинг как перспективные технологии управления коммуникацией в XXI веке.

2.2. РАЗВИТИЕ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА КАК ВЫЗОВ ВРЕМЕНИ

Понятие «информационное пространство», «информационное поле», «информационная среда» с приставкой «единое» появилось в высказываниях руководящих деятелей и специалистов, отвечавших за ситуацию в российский СМИ в начале 1990-х годов. Резкое падение тиражей печатных СМИ, называвшихся тогда центральными, вызвало тревогу как у этих СМИ, так и у правительственных чиновников и политических деятелей. Эта тревога, у одних связанная с потерей политического влияния, у других – с потерей доходов, транформировалась в заботе о едином информационном пространстве. Было проведено множество совещаний и заседаний, исследовательским организациям было поручено найти способы сохранения единого информационного пространства (то есть тиражей центральных СМИ), проводились научно-практические конференции, результаты которых излагались во множестве публикаций[[21]](#footnote-21).

В содержании метафоры «единое информационное пространство» можно выделить несколько смыслопорождающих моментов.

Первый задается пониманием слова «пространство» как обычного метрического пространства и порождает смысл «информатизированного» физического пространства.

Эта метафора, как правило, приобретает геополитический дискурс. С геополитической точки зрения, под информационным пространством понимают некую виртуальную территорию, которая принадлежит государству, является специфическим государственным ресурсом и должна защищаться от возможных агрессоров.

Второй задается метафорическим пониманием «информационного пространства» как пространства определенных информационных взаимодействий. При таком входе используются категории: «упорядоченная совокупность информационных процессов», «информационное поле», «информационно-поисковая система» и т.д.

Наконец, возможен третий – социальный, в рамках которого информационное пространство рассматривается как сфера отношений между людьми и общностями по поводу информации.

Развитие коммуникации, ядром которой является информация, взаимосвязано с понятиями «модель» и «моделирование».

Практика моделирования коммуникативных процессов получила особое развитие в связи со становлением теории информации. Один из наиболее наглядных фактов информационной природы проявляется при рассмотрении понятий коммуникации, подавляющее большинство которых определяет коммуникацию как передачу информации, информационный обмен, информационный акт, информационное воздействие и другие операции, производимые над и с информацией. В основе подобных утверждений лежит тот факт, что практика коммуникативного моделирования зародилась с появлением новых технических средств. И первые модели коммуникации создавались как коммуникационные, то есть демонстрирующие порядок, механизм передачи информации в пространстве. Позднее в практике моделирования отражается коммуникативный аспект, коммуникация – это не только механическая передача сообщения, а, прежде всего, обмен смыслами[[22]](#footnote-22).

В прикладном значении моделирование позволяет:

1. стандартизировать информационно-коммуникативное пространство, обеспечив тем самым оперативные информационные связи;
2. организовать информационный обмен как по вертикали, так и по горизонтали;
3. создать структуру (систему) управления информационно-коммуникативным пространством.

Это крайне необходимо в настоящее время, когда в мире существует огромное информационное пространство, многослойное, территориально разнородное, не имеющее границ. Это пространство образуют средства массовой информации и средства массовой коммуникации конкретных стран, в первую очередь тех стран, которые обладают высокими технологиями и практически перешли к постиндустриальной фазе развития общества со всеми присущими для нее признаками информационной цивилизации.

Для территорий с неразвитой системой коммуникаций на повестке дня стоит создание условий для моделирования информационно-коммуникативного пространства и доступа к использованию сетевых ресурсов и телекоммуникационных систем. Потому что только следование в ногу с научно-техническим прогрессом позволит преодолеть специфические особенности современной коммуникативной ситуации и коммуникативных процессов, складывающихся под влиянием определяющих условий информационного общества, а также изменений мотивации и форм поведения людей, происходящих под влиянием этих условий.

В противном случае разговор о построении единого информационно-коммуникативного пространства сведется к обсуждению глубоких противоречий и вызванных ими изменений в коммуникативной сфере современной социальной реальности, столкнувшейся с нарастающими тенденциями глобализации.

2.3. СЕМИОСФЕРА В УСЛОВИЯХ ВОЗРАСТАЮЩИХ ТЕМПОВ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ПРОГРЕССА

Моделирование информационно-коммуникативного пространства без учета условий функционирования в нем знака будет по крайней мере некорректным, ведь в основе любой коммуникации лежат знаковые процессы.

И здесь на помощь приходит семиотика как комплекс теорий, изучающих свойства знаковых систем – от простейших систем сигнализации до формализованных языков математической лингвистики и логики[[23]](#footnote-23).

Коммуникативное пространство как знаковая система связанно с тремя семиотическими традициями в науке: Ч.С. Пирса, Ф. де Соссюра, Г. Фреге. Исследования именно этих авторов ознаменовали собой становление семиотики как науки, в которой выделяют:

1. синтактику (знаковые системы в ней исследуются структурно, с точки зрения их синтеза);
2. семантику (на данном уровне изучают смысл и значение конструкций формализованного языка)
3. прагматику (рассматривает отношения потребителя знаковой системы к самой системе).

Вышеперечисленные категории семиозиса определили количество и характер знаковых каналов трансляции информации в структуре коммуникативного пространства.

И здесь в особом преломлении проявился феномен «массовой аналитики». В различных СМИ (телевидение, традиционная и электронная периодика) сформировались информационно-аналитические рубрики, передачи, жанры, рассчитанные на интересы широкой общественности. Адресная экспертиза актуальных событий и тенденций отечественной и мировой политики, экономики, социальных, экологических и других проблем потеснила сугубо информационные жанры СМИ, заняла определенное место в диапазоне информационных потребностей рядовых граждан.

Фундаментальные причины, породившие данный феномен, очевидны: усложнение информационного контекста повседневного бытия, социально жестко проявившаяся и обнажившаяся зависимость обывателя от глобальных, национальных, региональных процессов, информационная включенность рядового гражданина в мировые события (информированность, осведомленность как синонимы причастности, как эффект соучастия). Все это привело к возникновению стойкого интереса к аналитике, выполняющей по отношению к широкой публике объяснительную, прогностическую и консалтинговую функции.

Особая социокультурная миссия «массовой аналитики» заключается в ее методологической функции: аналитические материалы не только объясняют закономерности реальности, но и демонстрируют образцы анализа событий и фактов, методы интерпретации их смыслов, формируют информационную культуру, соответствующую информационному режиму гражданского общества.

Основными информационными носителями в нем были и остаются средства массовой информации и средства массовой коммуникации, которые, трансформируя и/или формируя представления о многих явлениях, понятиях, стереотипах поведения, являются мощным инструментом информационно-психологического воздействия как на индивидуальное, так и на массовое сознание.

Не вдаваясь в теорию прогнозирования случайных процессов, теории бифуркаций, теории виртуального познания и теории открытых систем на основе применения технологии обратной связи, можно сказать, что в условиях возрастающей информатизации прогресса анализ именно семиосферы позволяет достаточно объективно оценивать состояние информационно-коммуникативного пространства как системы. Но это тема отдельного исследования, в основе которого будет лежать специально предложенная парадигма и методология. Охарактеризовать эти научные посылы в настоящей работе, к сожалению, не представляется возможным, поэтому обозначение заявленного в параграфе вопроса получилось несколько скомканным и декларативным.

ВЫВОДЫ

Информационно-коммуникативное моделирование является результатом появления информационных технологий и необходимым условием познания сущности коммуникации, ее механизмов и природы.

Характеристика, данная таким механизмам знаковой динамики, как синхронический и диахронический аспекты изучения языка (кода), триадическая структура знака, семиотической, синтаксическое и прагматическое измерения семиозиса, а также природа обобщения и логика взаимосвязи трех элементов знака, свидетельствует лишь о том, что всякая информация наполнена как объективным, так и субъективным смыслом.

Не зная функциональные свойства системы, невозможно реализовать информационное взаимодействие всех элементов, воплотить в них информационность[[24]](#footnote-24), сочетающую в себе как методы воплощения информационной сущности сигналов, так и способы кодирования передаваемых сообщений.

Кроме того, приходится учитывать и широту распространения информационных продуктов и услуг. Несмотря на наметившееся в последнее десятилетие их значительное расширение, информационное обеспечение государственных институтов, организаций, граждан остается пока на низком уровне. Возможность доступа к информации ограничивается ее ведомственной принадлежностью и обусловлена должностным положением и социальным статусом.

Остается нерешенной проблема доступа населения к территориально удаленным информационным ресурсам. Большая его часть получает информацию в традиционном виде – через печатные издания, радио, телевидение. Информационно-телекоммуникационные системы функционируют в большей своей части в интересах государственных органов власти, которые не взаимодействуют друг с другом, что приводит к дублированию информации, избыточности в сборе первичных данных, удорожанию разработок и эксплуатации информационных систем. Подобная разобщенность и монополизм затрудняют обмен информацией, доступ к ней, ограничивают ее социальную значимость.

Эти и иные факторы, о которых говорилось в данной главе, требуют скорейшего решения задач выравнивания информационного потенциала, улучшения качества информационной продукции и равнозначного доступа к ней.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для формирования эффективного коммуникативного пространства в любой сфере жизнедеятельности необходим комплексный анализ соотношения между системой управления, социально-экономическими стандартами и социокультурными нормами, так как немаловажную роль для реализации возможностей информационного общества играет вопрос адекватной политики и своевременных управленческих решений.

Вместе с тем, отдавая должное преимуществам информационного общества, нельзя не учитывать, что оно несет с собой не только новые решения, но и новые риски.

Существенной проблемой в коммуникативном пространстве и функционировании его структур является коммуникационная энтропия. Современное информационно-коммуникативное пространство представляет собой нестабильный, изменчивый феномен, где сосуществуют и обращены друг к другу субъекты и объекты с их процессуальностью, динамикой, незавершенностью, ускользанием от жестких причинно-следственных связей.

Тогда как от уровня коммуникационных шумов и коммуникационной энтропии во многом зависит «аудиовизуальный ландшафт» в современном обществе. В идеале он должен быть разнообразным и включать как государственные институты, так и общественный сектор, локальный и региональный компоненты. При этом средства массовой информации должны выполнять свои функции в соответствии с принципами свободного потока информации, свободы выражения мнений и соблюдения прав человека.

Выявление и анализ структур коммуникативного пространства позволяет исследовать сущностные характеристики системы взаимодействия «общество - власть». Именно коммуникативные структуры играют универсально-интегрирующую роль в объективном расширении, усложнении социального пространства, появлении у него свойств многоуровневости, нелинейности, неоднородности. Коммуникативные структуры обладают комплексом инвариантных характеристик, сочетание которых может как ослаблять, так и усиливать ценностную доминанту и гуманистическое содержание современных коммуникативных форм и средств, особенно средств массовой коммуникации.

Развитие и совершенствование коммуникативных структур в системе взаимодействия возможно лишь при повышении коммуникативной культуры участников процесса управления информацией и коммуникацией. Хотя при моделировании информационно-коммуникативного пространства важна не только компетентность, которая выступает как обобщенная характеристика уровня и качества коммуникативных знаний и умений, включающих поиск, восприятие, оценку, преобразование, хранение и передачу информации и должна базироваться на медиаобразовании и медиаграмотности, но и гуманизация глобального информационно-коммуникативного пространства.

В процесс моделирования информационно-коммуникативного пространства должен быть включен дискурс субъектов в открытой саморазвивающейся системе.

Коммуникативные процессы разнообразны, следовательно, необходима их систематизация с выделением доминантных процессов, на основании релевантной методологической базы, которой может стать постнеклассическая методология, открывающая возможности исследования нелинейной динамики сложных открытых систем, к которым относятся и социокультурные системы.

Поэтому построение информационно-коммуникативного пространства предполагает анализ властных, информационных и коммуникативно-психологических аспектов принятия решений, направленных в конечном счете на решение задачи качественного социального управления.

Говоря о прикладном характере информационной аналитики в процессе моделирования информационно-коммуникативного пространства, важно отметить следующее.

Информационная аналитика, опираясь на научное знание, общие закономерности, чаще всего имеет дело с феноменологией бытия, осуществляя оценку фактов и событий, прогнозируя их развитие с учетом не только обобщенных типичных параметров, но и целого спектра факторов, включая субъективно-личностные, случайные влияния, а также сознательные акции конкурирующих сил, противоборство интересов, активное вмешательство социальных технологий и т.п.

Существенную роль играет и фактор времени. Производство научного знания осуществляется в том специфическом режиме времени, который продиктован непредсказуемостью эвристических процессов познающего человеческого интеллекта, логикой и темпами научного дискурса. Иными словами, информационная аналитика работает в режиме реального времени - времени жизнедеятельности своей предметной области (политики, экономики, бизнеса) и в соответствии с темпом необходимых управленческих реакций на динамику событий, происходящих в данной области.

Благодаря этому все больше аналитических задач решается в режиме прямого информационного моделирования и наблюдения за управляемой сферой, минуя стадию анализа традиционных публикаций, информационный лаг которых (в данном случае интервал между событием, его отражением в публикациях и его включением в объекты для анализа) слишком велик.

Как уже отмечалось, без должного внимания к развитию информационного общества реализовать идею построения единого информационно-коммуникативного пространства не представляется возможным.

Анализ имеющихся исследований по проблемам управления коммуникацией свидетельствует о том, что решение вопросов моделирования коммуникативного пространства в условиях современных социальных и политических реалий требует нового качественного уровня осмысления субъектно-объектных отношений, поиска эффективных коммуникативных технологий в системе социального взаимодействия «гражданское общество – государственные институты».

Проблемы коммуникации чаще всего сводятся к прикладным аспектам - коммуникативные средства, технологии, коммуникативное поведение. Выделение различных типов, видов, форм коммуникации и коммуникативных структур ведется по разным основаниям в отрыве их друг от друга и не дает возможности рассмотреть их в рамках целостной системы, выявить области (сферы) их пересечения. При кажущейся разработанности проблемы еще недостаточно глубоко раскрыта роль коммуникативных структур в информационном пространстве, подверженном влиянию факторов глобализации, не сформирована интегративная теория с высокой степенью обобщения, обладающая весомым объяснительным потенциалом.

На эти и ряд иных теоретико-методологических аспектов следует обратить внимание в процессе дальнейшей разработки темы, заявленной в настоящей работе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Богословский В.И., Потемкин М.Н. Информологическая интерпретация компетентностного подхода //Сайт «Информационные технологии в образовании» - http://www.ito.su/main.php?pid=26&fid=6304&cid=25
2. Дзялошинский И. Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции. – М.: Московский центр Карнеги, 2001. – 30 с.
3. Курбатов В.И. Современная западная социология: Аналитический обзор концепций. — Ростов-на-Дону: «Феникс», 2001. – 416 с.
4. Лесная Л.В., Соловьев С.С. Менталитет и информационное поле: проблема взаимодействия в условиях Московского мегаполиса // Вестник Московского университета. – Серия 18. Социология и политология. – 2006. - № 3. – С. 63 – 75.
5. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. — М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — 464 с.
6. Могилевский В.Д. Методология систем. – М.: Экономика, 1999. – 215 с.
7. Мокий В. С., Жамборова А. О., Шегай О. Е. Метод информологического анализа. – М.: Новый центр, 1998. – 104 с.
8. Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под. ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 640 с.
9. Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: РАГС, 2005. – 120 с.
10. Постмодернизм. Энциклопедия / Под ред. Грицанова А.А., Можейко М.А. - Минск: Интерпрессервис: Книжный дом, 2001. – 1040 с.
11. Сляднева Н.А. Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы // Информационные ресурсы страны. – 2001. - № 2. – С. 14 – 21.
12. Тухватулина Л.Р. Роль коммуникативного пространства в деформациях культуры / Автореферат.- Томск, 2006. – 26 с.
13. Шевченко А.В. Особенности взаимодействия государства и прессы в России // СМИ: состояние и тенденции развития. – М.: РАГС, 2001. – С. 4 - 24.
14. Ячков А.В. Информационно-коммуникативные технологии в политической системе / Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук. – М., 2006. – 134 с.

1. См.: Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: РАГС, 2005. – С. 59. [↑](#footnote-ref-1)
2. См.: Богословский В.И., Потемкин М.Н. Информологическая интерпретация компетентностного подхода // Сайт «Информационные технологии в образовании» - http://www.ito.su/main.php?pid=26&fid=6304&cid=25 [↑](#footnote-ref-2)
3. Цит. по: См.: Богословский В.И., Потемкин М.Н. Информологическая интерпретация компетентностного подхода // Сайт «Информационные технологии в образовании» - http://www.ito.su/main.php?pid=26&fid=6304&cid=25 [↑](#footnote-ref-3)
4. Шевченко А.В. Особенности взаимодействия государства и прессы в России // СМИ: состояние и тенденции развития. – М.: РАГС, 2001. – С. 12. [↑](#footnote-ref-4)
5. Шевченко А.В. Особенности взаимодействия государства и прессы в России // СМИ: состояние и тенденции развития. – М.: РАГС, 2001. – С. 22. [↑](#footnote-ref-5)
6. См.: Лесная Л.В., Соловьев С.С. Менталитет и информационное поле: проблема взаимодействия в условиях Московского мегаполиса // Вестник Московского университета. – Серия 18. Социология и политология. – 2006. - № 3. – С. 65. [↑](#footnote-ref-6)
7. См.: Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: РАГС, 2005 . – С. 103. [↑](#footnote-ref-7)
8. Могилевский В.Д. Методология систем. – М.: Экономика, 1999. – С. 42 - 44. [↑](#footnote-ref-8)
9. См.: Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: РАГС, 2005 . – С. 71. [↑](#footnote-ref-9)
10. Могилевский В.Д. Методология систем. – М.: Экономика, 1999. – С. 37. [↑](#footnote-ref-10)
11. То же. – С. 41. [↑](#footnote-ref-11)
12. См.: Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: РАГС, 2005 . – С. 23. [↑](#footnote-ref-12)
13. Там же. – С. 40. [↑](#footnote-ref-13)
14. Там же. [↑](#footnote-ref-14)
15. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. — М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — С. 153. [↑](#footnote-ref-15)
16. Курбатов В.И. Современная западная социология: Аналитический обзор концепций. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. – С. 255 – 256. [↑](#footnote-ref-16)
17. Кастелльс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под. ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 494. [↑](#footnote-ref-17)
18. См.: Попов В.Д. Информациология и информационная политика. – М.: РАГС, 2001. [↑](#footnote-ref-18)
19. Сляднева Н.А. Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы // Информационные ресурсы страны. – 2001. - № 2. – С. 14. [↑](#footnote-ref-19)
20. См.: Лесная Л.В., Соловьев С.С. Менталитет и информационное поле: проблема взаимодействия в условиях Московского мегаполиса // Вестник Московского университета. – Серия 18. Социология и политология. – 2006. - № 3. – С. 69. [↑](#footnote-ref-20)
21. См.: Дзялошинский И. Информационное пространство России: структура, особенности функционирования, перспективы эволюции. – М.: Московский центр Карнеги, 2001. – С. 15. [↑](#footnote-ref-21)
22. См.: Тухватулина Л.Р. Роль коммуникативного пространства в деформациях культуры / Автореферат. - Томск, 2006. – С. 20. [↑](#footnote-ref-22)
23. См.: Могилевский В.Д. Методология систем. – М.: Экономика, 1999. – С. 44. [↑](#footnote-ref-23)
24. Могилевский В.Д. Методология систем. – М.: Экономика, 1999. – С. 41. [↑](#footnote-ref-24)