
ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

THEORY OF JOURNALISM

УДК 316.77

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК САМОРАЗВИВАЮЩАЯСЯ СИСТЕМА: К ВОПРОСУ МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ

И. В. СИДОРСКАЯ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Актуальность статьи связана с приоритетностью исследования информационного пространства как основного объекта науки о журналистике. Вне зависимости от изучаемой темы и конкретной научной проблемы исследователям необходимо «вписать» свой предмет в закономерности и тренды развития локального, национального и (или) глобального информационного пространства. Однако такой сложный объект требует релевантной ему методологии, что обычно вызывает затруднения. Основная цель статьи – вычлениить и обосновать базовые методы изучения современного информационного пространства. Новизна исследования опосредована отсутствием специальных работ, в которых в концентрированном виде предлагались бы подходы к методологии изучения публичного информационного пространства.

Ключевые слова: информационное пространство; саморазвивающаяся система; методология исследования; коммуникационный подход; деятельностный подход; институциональный подход; исторический подход; комплексный подход; системный подход; синергетический подход.

Образец цитирования:

Сидорская ИВ. Информационное пространство как саморазвивающаяся система: к вопросу методологии исследования. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика.* 2021;1:4–11.

For citation:

Sidorskaya IV. Information space as a self-developing system: to the question of research methodology. *Journal of the Belarusian State University. Journalism and Pedagogics.* 2021;1:4–11. Russian.

Автор:

Ирина Владимировна Сидорская – доктор филологических наук, доцент; профессор кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики.

Author:

Iryna V. Sidorskaya, doctor of science (philology), docent; professor at the department of communication technologies and public relations, faculty of journalism.
sidorskay@bsu.by

INFORMATION SPACE AS A SELF-DEVELOPING SYSTEM: TO THE QUESTION OF RESEARCH METHODOLOGY

I. V. SIDORSKAYA^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The relevance of the article is associated with the priority of studying the information space as the main object of the science of journalism and mass communication. Regardless of the topic chosen and the specific scientific problem, researchers need to fit their subject into the patterns and trends in the development of local, national and (or) global information space. However, such a complex object requires a relevant methodology, which is usually difficult. The main goal of the article is to isolate and substantiate the basic methods of studying the modern information space. The novelty of the research is mediated by the lack of special works on this topic, in which, in a concentrated form, approaches to the methodology of studying the public information space would be proposed. The practical significance of the article lies in the possibility of using its findings for a variety of studies in the field of modern journalism and mass communication.

Keywords: information space; self-developing system; research methodology; communication approach; activity approach; institutional approach; historical approach; integrated approach; systemic; synergistic approach.

Введение

Публичное информационное пространство – основной объект науки о журналистике, и все исследования в этой области, каким бы конкретным вопросам они ни были посвящены, так или иначе упираются в анализ происходящих в нем процессов. Любое исследование массовой коммуникации подразумевает «вписывание» изучаемого предмета в систему координат информационного пространства, которое представляет собой сложное неоднородное образование, комплекс взаимодействия различных подсистем, акторов и институтов, испытывающих на себе влияние внешней среды и вступающих с ней в непрерывное неоднозначное взаимодействие. Поэтому ни один исследователь, анализируя определенную проблему, не может позволить себе игнорировать закономерности и трен-

ды в локальном, национальном и (или) глобальном информационном пространстве, а, наоборот, должен стремиться к их корректному выявлению. Для этого необходимо владеть методами и методиками изучения информационного пространства, релевантными сложности и неоднородности самого объекта исследования. Современная наука предъявляет все более высокие требования к применяемой методологии исследования любых объектов, особенно это касается постнеклассической научной традиции, для которой идеалы и нормы научного знания должны быть как минимум антропоцентричны. Цель статьи – выявить и обосновать наиболее важные и релевантные методы изучения современного информационного пространства как сложной саморазвивающейся системы.

Материалы и методы исследования

В качестве основных методов исследования выступают анализ и синтез, индукция и дедукция, системный, синергетический и сравнительно-исторический подходы. Особое внимание уделяется методу социального конструктивизма, согласно которому информационно-коммуникационные процессы в обществе не являются вторичными по отношению к онтологии данного социума, а вступают с ним в сложные причинно-следственные отношения, трансформируя

в каждом акте коммуникации социальную, групповые и персональные онтологии. Основными материалами исследования послужили результаты журналистской деятельности (медiateксты различных стилей, жанров и форматов), а также многообразные процессы, инициированные и реализованные институциональными и неинституциональными акторами в национальном информационном пространстве Беларуси в течение последнего десятилетия.

Результаты и их обсуждение

Согласно определению В. В. Правдивца, Д. Г. Ротмана и В. В. Русакевича, принятому в рамках данного исследования в качестве рабочего, информационное пространство – это особая форма социального пространства, связанная с наличием процесса социальной коммуникации, т. е. акта, действия, деятельности [1, с. 6–7].

Социальная коммуникация – специфическая форма взаимодействия людей по обмену информацией для достижения общих смыслов и согласования деятельности, осуществляемая при помощи разнообразных знаковых систем. Наиболее общим, родовым понятием в этом определении выступает термин «взаимодействие», который обозначает не

только взаимозависимость, но и активность людей, направляемую ими друг на друга. Социальная коммуникация характеризуется не однонаправленным воздействием коммуникатора на аудиторию, а их взаимодействием, поэтому наиболее близким к коммуникации процессом является обмен, поскольку при нем четко выделены предмет взаимоотношения, способ связи и структура процесса.

Тем не менее использовать слово «обмен» по отношению к коммуникации целесообразно исключительно в качестве метафоры. Если индивиды в процессе коммуникации обмениваются идеями, мыслями, чувствами, то не только не лишаются их, как в ситуации обмена предметами, но и взаимно обогащаются. Поэтому более корректно говорить, что в коммуникации мы хотим не обменяться, а *поделиться* мыслями, *разделить* чувства. Даже в ситуации, когда говорит только один, а другой просто слушает, коммуникация – это взаимодействие, и каждый из его участников оказывает влияние на его ход. Коммуникация не является лишь передачей либо приемом информации в процессе обмена ею – это создание определенной общности, взаимопонимания между участниками.

Глубинную суть коммуникации составляет процесс расшифровки, «уразумения» сообщения, т. е. того круга значений, которые несет с собой знак. Если при обмене товарами понимание значимости вещи существует как предпосылка данного процесса, то в обмене сообщениями оно выступает как результат [2, с. 103]. Так, покупая определенный товар, мы делаем это потому, что заранее представляем его значимость, а получая сообщение, можем оценить его значимость только в результате расшифровки.

С неверной интерпретацией смысла сообщения связаны многочисленные коммуникативные неудачи. Игнорировать эту глубинную суть коммуникации – значит допускать нежелательные искажения в ее изучении. К сожалению, достаточно часто она рассматривается именно на поверхностном уровне, по схеме обмена товарами.

Заметим, что в западной науке о коммуникации начиная с 1980-х гг. социальная коммуникация исследуется уже не только как интерактивный, но и как трансактный процесс [3, с. 103]. Это означает, что, во-первых, любой субъект коммуникации является отправителем и получателем сообщения не последовательно, а одновременно, и, во-вторых, любой коммуникационный процесс непременно включает в себя, помимо настоящего (конкретная ситуация общения), прошлое (пережитый опыт), а также проецируется на будущее. Несмотря на то что большинство коммуникативных ситуаций имеют четко

определяемые начало и конец, мы тем не менее не знаем, где, когда, с кем и каким образом разговор с одним партнером может получить продолжение в наших взаимодействиях с другими людьми. В этом смысле мы участвуем в процессе общения бесконечно, и границы нашей коммуникации не всегда можно четко определить. Поскольку ее целью выступает не просто обмен знаками (это лишь средство), а достижение общих смыслов и согласование совместной деятельности, то, соответственно, коммуникация – это способ регуляции деятельности, согласования интересов различных социальных групп, в процессе которой последние осуществляют выбор социальных приоритетов деятельности и способов реализации социальных программ.

Такое понимание значимости коммуникации позволяет обосновать гносеологическую ценность применения *коммуникационного подхода*¹ к исследованию информационного пространства. Это означает, что, во-первых, в фокусе исследования должны находиться многообразные информационно-коммуникационные связи и взаимодействия и, во-вторых, данные связи и взаимодействия следует анализировать не в субъектно-объектной (деятельностной), а в субъектно-субъектной (коммуникационной) парадигме.

Социальная коммуникация, в каких бы различных формах она ни была реализована, всегда выражает отношения между субъектами. Нельзя отрицать, что многообразие форм человеческой коммуникации дает основание для различения и даже противопоставления нейтральных, деловых форм и межличностного общения, понимаемого как особый, наиболее интимный способ контактов людей друг с другом. Нет сомнения в том, что на первый взгляд монологические формы взаимодействия, например воинский приказ или академическая лекция, оставляют получателю сообщения меньше возможностей для раскрытия себя как неповторимой личности, чем диалогические формы, такие как дружеская беседа или искусство. Верно и то, что в монологической и диалогической формах коммуникации применяются разные языковые средства: для первой характерна тенденция к однозначности и жесткой кодификации значений, тогда как вторая форма тяготеет к многозначности и недосказанности, требующим сотворчества партнеров в процессах смыслообразования.

Однако для того, чтобы отличать диалогическую форму контактов от монологической, нет необходимости выводить последнюю за пределы субъектно-субъектных отношений [4, с. 216], ведь индивид выступает как субъект не только тогда, когда

¹ Следует различать прилагательные «коммуникативный» (принадлежащий к субъекту коммуникации) и «коммуникационный» (относящийся к каналам и средствам осуществления коммуникации). В рамках статьи чаще используется определение «коммуникационный» как «относящийся к коммуникации» вследствие того, что для выполнения поставленных задач равноценное значение имеют как субъекты коммуникации, так и средства ее реализации.

в полной мере раскрывает свои возможности, но и когда ограничивается на первый взгляд простыми действиями. Так, если человек только воспринимает и категоризирует окружающую его реальность, он уже действует как субъект познания. Тем более он имеет право на этот статус, когда, например, усваивает содержание лекции, поскольку как минимум обладает свободой воли – слушать или не слушать, воспринимать информацию внимательно или отвлекаясь, а термин «эффективное слушание» подчеркивает идею о том, что данный процесс – не менее важная часть диалога, чем говорение. Вообще, если индивиду необходимо «всего-навсего» понять, усвоить информацию и определенным образом поступить, то этого уже вполне достаточно для признания индивида, способного на такие действия, субъектом, а не пассивным объектом. Даже воспринимая приказ, команду, коммуникант не может оказаться в позиции объекта, так как должен сначала реконструировать мысль, вложенную в сообщение отправителем, т. е. понять ее. Акт понимания он способен совершить только в качестве партнера по коммуникации, разделяющего с отправителем общее соглашение о смысле знаков, т. е. не иначе как в качестве равноправного субъекта. Следовательно, во всех случаях информационных контактов, будь то воинский приказ, академическая лекция или дружеская беседа, коммуникация строится как совместное взаимодействие участвующих в ней субъектов, направленное на согласование совместной деятельности. Соответственно, коммуникация как в диалогической, так и в монологической форме является субъектно-субъектным взаимодействием. Только субъект способен понять смысловое содержание знакового сообщения, реконструируя мысль субъекта-отправителя с помощью общего с ним культурного кода. Таким образом, в отличие от деятельности, которая носит субъектно-объектный характер, человеческая коммуникация всегда, в каком бы формализованном виде она ни выступала, является субъектно-субъектным взаимодействием. И в этом заключается ее огромный гуманистический потенциал.

С точки зрения коммуникационного подхода главная особенность современного социума состоит в том, что определяющую роль в нем играет коммуникационное измерение социальной практики, что выражается в текучести границ между разными формами символического взаимодействия, а также в прогрессирующем уплотнении, усложнении и взаимозависимости коммуникационных связей. Любые изменения информационного пространства влекут за собой изменения социума, и, наоборот, изменения в социуме невозможны без модификации и трансформации его информационного пространства.

Применение коммуникационного подхода не означает отказа от деятельностного и институцио-

нального подходов. Публичное информационное пространство правомерно рассматривать в *деятельностной парадигме* – как пространство, сформированное особыми видами информационно-коммуникационной деятельности (прежде всего журналистикой, связями с общественностью, рекламой и пропагандой), специфическими по своим основным характеристикам (цель деятельности, ее субъект, результат, предмет, средства и др.), а также в *институциональной парадигме* – как выполняющий определенные функции социальный институт, по отношению к которому общество выдвигает конкретные требования.

Деятельностный подход позволяет оптимизировать данные виды информационно-коммуникационной деятельности в контексте наилучшего удовлетворения информационных потребностей общества, а также их согласования между собой. *Институциональный подход* способствует максимальному учету общественных ожиданий от результатов деятельности перечисленных выше акторов, их легитимизации, наращиванию отраслевого репутационного капитала.

Важным методологическим принципом исследования информационного пространства должен выступать *подход социального конструктивизма*, изложенный в классической работе П. Бергера и Т. Лукмана. Он предполагает активное преобразование человеком окружающей реальности под влиянием ее интерпретации на основе приобретенных в процессе межличностного, группового и социального взаимодействия знаний о ней [5]. По отношению к публичному информационному пространству представляются более значимыми те исследования, в которых мир конструируется не субъективно, в сознании каждого отдельного индивида, а совместно, в процессе взаимодействия и социальной практики. Можно обобщить основные положения социального конструктивизма во взглядах на коммуникацию [3, с. 103–122].

Коммуникация – это основной процесс сотворения, сохранения (поддержания) и преобразования социальных реальностей. Коммуникация не служебный процесс и не средство достижения определенных целей. Она ценна сама по себе, будучи основополагающим, первичным социальным процессом, в котором мы, его участники, совместно создаем, воспроизводим и преобразуем наши социальные миры, качество нашего существования.

Ключевая проблема в процессе коммуникации – создание смыслов. Коммуникация – не просто обмен информацией, это процесс формирования некой общности, в котором мы осмысливаем информацию и соотносим наши смыслы со смыслами партнеров по коммуникации, создавая таким образом определенную степень взаимопонимания. При этом происходит не столько самовыражение и передача

(прием) уже сформированных смыслов, сколько совместное смыслообразование. Сколько бы мы, например, ни старались спланировать, представить предстоящий с кем-либо разговор, реальная беседа никогда не разворачивается точно так, как мы думали. Реальное течение разговора всегда динамично и диалогично, поэтому динамичен и диалогичен смысл, который мы создаем в процессе разговора. Если высказывание, прозвучавшее в начале разговора, может первоначально восприниматься нами в одном смысле, то в свете каждого нового высказывания предыдущие смыслы, как правило, изменяются, уточняются, дополняются. Таким образом, смыслы – это постоянно изменяющиеся, «текущие» образования.

Базовую роль в коммуникации играет ее контекст. Наиболее общим контекстом выступает вся социокультура. Коммуникационные процессы протекают и приобретают смысл лишь в определенном контексте. Один и тот же акт коммуникации может иметь для нас разную значимость, наделяться различными смыслами в зависимости от того, рассматриваем ли мы его в контексте конкретного коммуникативного акта, межличностных отношений либо тех или иных социально-культурных стратификаций.

Социально-культурным конструктом является не только окружающая действительность, но и собственное *я*. Коммуникация – это процесс, в котором мы конструируем не только социальную реальность (реальности), но и свое *я*. Восприятие себя следует рассматривать не как фиксированное образование, а как конструкт, постоянно модифицируемый в зависимости от того, с кем и как мы вступаем во взаимоотношения. Иначе говоря, с различными людьми в той или иной коммуникативной ситуации мы можем иметь разные представления о себе как отражение мнений *обобщенного другого*.

Коммуникация – это процесс создания общих смыслов посредством использования разнообразных знаковых систем, первоочередная роль среди которых принадлежит естественному языку. Из этого следует признание значимости семиотических и социолингвистических исследований информационного пространства.

И, наконец, социальный конструктивизм исходит из взаимовлияния исследователя и анализируемой им коммуникационной практики. Теория коммуникации – это практическая теория, коммуникация – практическая дисциплина. Исследователь, включенный в процесс анализа, испытывает на себе влияние рассматриваемой коммуникационной практики и при этом одновременно преобразует, формирует, «культивирует» ее.

Вместе с тем базисная идея, основанная на подходе социального конструктивизма, – это *значимая роль коммуникации в процессах социальной динамики*.

Трактуя коммуникацию как важный фактор преобразования реальности, мы тем самым показываем, что изменения в информационном пространстве в сторону плюрализма, гуманизма, достижения консенсуса между его акторами способствуют модернизации общества, выступая мощным механизмом социальной динамики.

В изучении информационного пространства следует активно применять *комплексный подход*, в соответствии с которым учитываются различные аспекты рассматриваемого явления и их взаимосвязи. Комплексный подход базируется на такой закономерности развития науки, как взаимодействие и взаимосвязанность всех ее отраслей, в результате чего предмет одной из них может и должен исследоваться приемами и методами другой. В результате комплексный подход позволяет раскрыть новые свойства объектов посредством их междисциплинарного изучения. Динамику информационного пространства, технологии и механизмы влияния многообразных элементов, акторов и институтов на модернизацию информационного пространства целесообразно исследовать с помощью методов и принципов философии, социологии, политологии, филологии, теории журналистики и коммуникации, семиологии и социолингвистики.

Кроме того, комплексный подход санкционирует применение большого количества различных источников исходной информации, поэтому в качестве таковых следует использовать не только тексты СМИ и данные их обсуждения на интернет-форумах, но и экспертные интервью с представителями сферы медиа, независимыми аналитиками, результаты наблюдений и др.

Важен и *системный подход*, в соответствии с которым информационное пространство рассматривается как совокупность элементов, во-первых объединенных связями и функционирующих как единое целое, во-вторых отделенных от внешней среды границами, но взаимодействующих с ней посредством постоянной двусторонней коммуникации. Системный подход позволяет трактовать публичное информационное пространство как подсистему социального пространства, состоящую, в свою очередь, из четырех подсистем – журналистики, связей с общественностью, пропаганды и рекламы. Если еще сравнительно недавно взаимодействие между указанными подсистемами носило эпизодический характер, то современной тенденцией в развитии информационного пространства является активное влияние подсистем друг на друга вплоть до размывания границ между ними [6, с. 180]. Более того, часть элементов (например, определенные каналы доставки информации) для всех подсистем становятся общими. На уровне отдельных явлений можно даже говорить о случаях их слияния (например, с помощью

такого приема, как *product placement*, когда товар помещается в контекст художественного произведения).

Системный подход обладает очевидными преимуществами: позволяет применить к исследуемому объекту ряд общих, неизменно верных по отношению к любой системе принципов, сформулированных порой в совершенно далеких друг от друга областях, а также дает возможность наиболее точного прогнозирования развития системы.

Современное информационное пространство как подсистему пространства социального следует рассматривать в *синергетической парадигме*. Синергетическое представление о процессах самоорганизации сложных и сверхсложных систем изначально разрабатывалось физиками и математиками – И. Пригожиным, Г. Хакеном, С. П. Курдюмовым и другими учеными, однако с течением времени сформулированные ими положения стали применяться и к объектам социальных наук. Синергетика делит системы на механические, саморегулирующиеся и саморазвивающиеся. Последние способны порождать в процессе своей эволюции новые уровни, причем каждый из них оказывает обратное воздействие на ранее сложившиеся уровни, перестраивает их, в результате чего система обретает новую целостность. С появлением новых уровней организации система дифференцируется, в ней формируются относительно самостоятельные подсистемы, вместе с тем перестраивается блок управления, возникают новые параметры порядка, типы прямых и обратных связей [7].

В соответствии с синергетическим подходом информационное пространство, будучи саморазвивающейся системой, способно к самостоятельному увеличению своей сложности, т. е. порождает в процессе развития новые компоненты и уровни, в качестве которых можно рассматривать связи с общественностью и рекламную коммуникацию. При этом каждый новый компонент взаимодействует с ранее сложившимися – журналистикой и пропагандой – и перестраивает их, в результате чего информационное пространство через возникновение иных внутренних связей обретает новую целостность.

Спецификой синергетической методологии является концентрация внимания на становлении, трансформациях, на том, что происходит между устойчивыми структурами во времени и пространстве. Иначе говоря, исследовательские интересы синергетики сосредоточены на неустойчивых структурах как фазах перехода системы из одного состояния в другое. Соответственно, информационное пространство как синергетический синтез – это объединение не жестко установленных, фиксированных структур, а структур, обладающих разным «возрастом», находящихся на разных стадиях развития.

Одна из важных идей синергетики – множественность возможных вариантов развития системы. С точки зрения синергетического подхода саморазвивающиеся системы не предполагают стремления к гомеостазу, т. е. всегда находятся в состоянии динамического неравновесия. Это означает, что информационное пространство не только постоянно изменяется под влиянием внутренних и внешних факторов, но и способно трансформироваться чрезвычайно быстро и непредсказуемо, проходя как через периоды нормального развития с прогнозируемыми количественными и качественными изменениями, так и через точки бифуркации, реализуя, казалось бы, невероятные сценарии. Проиллюстрировать понятие точки бифуркации можно через ситуацию кризиса, когда достаточно малейшего толчка, чтобы кардинально повернуть ход дальнейших событий. Однако бифуркацию нельзя отождествлять с кризисом в его негативной трактовке как нежелательное развитие событий с отрицательными для системы последствиями. Бифуркация – это качественное изменение системы, которое может привести к появлению новых, позитивных с точки зрения ее развития свойств. Такая трактовка бифуркации связана с характерным для саморазвивающихся систем пониманием причинности не в смысле линейной детерминированности (механические системы) или учета вероятностей и целеполагания (саморегулирующиеся), а как превращения возможности в действительность. Эту направленность развития не следует толковать как фатальную предопределенность. Случайные изменения в точках бифуркации формируют аттракторы, которые в качестве своего рода программ-целей ведут систему к некоторому новому состоянию и изменяют возможности (вероятности) возникновения других ее состояний. Поэтому *принцип причинности* (взаимообусловленности явлений и процессов, происходящих в социуме) в отношении информационного пространства нацеливает на выявление прежде всего внутренних факторов, предпосылок и закономерностей его динамики.

С позиций синергетического подхода лучший способ предвидеть будущее системы – это сконструировать его, пробуждая скрытые в системе возможности. Создаваемый конструкт должен обладать большим запасом гибкости, позволяющей ему адаптироваться к изменяющимся условиям. Длительный путь эволюции к сложному может быть сокращен за счет определения параметров порядка системы как основы для резонансных воздействий, выводящих процесс развития на желаемые сложные структуры. При этом наиболее важен принцип решающей роли субъекта в выборе возможных путей развития в состояниях неравновесности сложных систем – точках бифуркации. Но реализуются только те сценарии, которые соответствуют внутренним

ресурсам как субъекта, так и преобразуемой им сложной системы, частью которой он сам является. С этой точки зрения в качестве фактора порядка, обеспечивающего взаимопонимание субъектов, и детектора, отбирающего определяющую бифуркационную структуру (стратегию управления коммуникациями), современные исследователи склонны рассматривать связи с общественностью как подсистему информационного пространства².

К бифуркациям часто приводят различные противоречия в развитии системы. При этом источником нового могут быть как внутренние противоречия между элементами системы, так и внешние – между системой и средой. В качестве одного из основных источников развития информационного пространства следует рассматривать противоречия и способы их разрешения между его подсистемами (журналистика, пропаганда, реклама и связи с общественностью), способные выступать предпосылками как позитивных, так и негативных векторов развития.

Исследуя информационное пространство в состоянии динамического неравновесия, целесообразно в полной мере использовать *исторический подход*, предполагающий, что действительность развивается, изменяется во времени, что следует учитывать и при ее изучении. Это означает необходимость постоянно отслеживать динамику информационного пространства, своевременно фиксировать его появляющиеся и, наоборот, уходящие тенденции. Вместе с тем нужно помнить, что современные подходы к социальному развитию отрицают эволюционистскую традицию объяснения его причин, движущих сил и результатов, внимание сосредоточивается на

особой социально-преобразующей роли человека, социальных групп и движений, их смыслопорождающей деятельности [8, с. 49]. Парадигматический сдвиг состоит в переходе от образа эволюции, или социального развития, к *социальному становлению*, когда акцент переносится на открытые исторические сценарии, развивающиеся с помощью сознательного выбора из имеющихся возможностей либо благодаря флуктуациям.

Соответственно, исторический подход в отношении информационного пространства следует применять с учетом таких важных свойств саморазвивающихся систем, как зависимость от прошлых состояний и необходимость исследования систем этого типа не с позиции анализа их структурных компонентов, а с точки зрения протекающих в них процессов [7]. При изучении механических и саморегулирующихся систем объекты воспринимаются как нечто первичное, а их взаимодействие – как влияние одного объекта на другой. Что касается саморазвивающихся систем, то их возникновение возможно в результате определенных взаимодействий. Система – это процесс взаимодействия с внешней средой, своеобразный инвариант в разнообразных контактах со средой. Усложнение системы в ходе ее развития, связанное с появлением новых уровней организации, выступает как смена одного инварианта другим. В этом смысле развитие информационного пространства вызывается не столько внешними по отношению к нему процессами, сколько внутренними, прежде всего имеющими отношение к возникновению новых уровней его организации и новых подсистем.

Заключение

В результате проведенного исследования можно сделать ряд выводов.

1. Понимание информационного пространства как особой формы социального пространства, связанной с наличием процесса социальной коммуникации, закономерно обуславливает применение комплексной коммуникационной методологии: не только самого коммуникационного подхода, согласно которому в фокусе исследования должны находиться многообразные информационно-коммуникационные связи и взаимодействия, исследуемые в субъектно-субъектной парадигме, но и трансактной методологии, в соответствии с которой любой субъект коммуникации является одновременно отправителем и получателем сообщения, а любой коммуникационный процесс непременно включает в себя, помимо настоящего (конкретная ситуация общения), прошлое, а также проецируется на будущее.

2. Особую роль в исследовании информационного пространства играет подход социального конструктивизма, согласно которому изменения в информационном пространстве в сторону плюрализма, гуманизма, достижения консенсуса между его акторами способствуют модернизации общества, выступая мощным механизмом позитивной социальной динамики.

3. Важное значение для изучения любого сложного объекта, в том числе информационного пространства, имеет синергетический подход. Сосредоточенные на неустойчивых структурах как фазах перехода системы из одного состояния в другое, научные интересы синергетики касаются прежде всего различных вариантов развития системы. Это означает, что информационное пространство не только постоянно изменяется под влиянием внутренних и внешних факторов, но и способно трансформироваться чрезвычайно быстро и непредсказуемо,

²Кужелева-Саган И. П. Онто-гносеологические и философско-методологические основания научного знания о связях с общественностью : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.01. Томск, 2008. С. 32–34.

проходя как через периоды нормального развития с прогнозируемыми количественными и качественными изменениями, так и через точки бифуркации, реализуя, казалось бы, невероятные сценарии.

4. Являясь саморазвивающейся системой, информационное пространство характеризуется следующими особенностями: а) интерпретацией причинности не как линейной детерминированности или учета вероятностей и целеполагания, а как превращения возможности в действительность; б) зависимостью от прошлых состояний и необходимостью

исследования систем этого типа не с позиции анализа их структурных компонентов, а с точки зрения протекающих в них процессов. В результате в динамике информационного пространства эндогенные факторы, связанные с взаимовлиянием и взаимодействием составляющих информационное пространство подсистем, акторов и процессов, будут преобладать над экзогенными.

5. По отношению к информационному пространству не теряют своей значимости и традиционные исторический, деятельностный, институциональный методы научного познания.

Библиографические ссылки

1. Правдивец ВВ, Ротман ДГ, Русакевич ВВ. *Информационное поле Республики Беларусь. Структура и подходы к изучению. Формирование и развитие*. Минск: Зималетто; 2009. 210 с.
2. Парахонский БА. *Язык культуры и генезис знания*. Киев: Наукова думка; 1988. 209 с.
3. Матяш ОИ. Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование. В: Розина ИН, редактор. *Теория коммуникации & прикладная коммуникация. Выпуск 2*. Ростов-на-Дону: Институт управления, бизнеса и права; 2004. с. 103–122.
4. Чертов ЛФ. *Знаковость: опыт теоретического синтеза идей о знаковом способе информационной связи*. Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета; 1993. 388 с.
5. Бергер П, Лукман Т. *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. Руткевич Е, переводчик. Москва: Медиум; 1995. 323 с.
6. Шукина ЛС. Перспективы использования системного и синергетического подходов в исследовании рекламных коммуникаций. *Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика*. 2004;1:179–185.
7. Степин ВС. Саморазвивающиеся системы и постнеклассическая рациональность [Интернет] [процитировано 16 октября 2020 г.]. Доступно по: <http://spkurdyumov.ru/philosophy/samorazvivayushhiesya-sistemy-i-post/>.
8. Рубанов АВ. Социальное развитие: традиции и современные подходы к изучению. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*. 2017;2:49–59.

References

1. Pravdivec VV, Rotman DG, Rusakevich VV. *Informatsionnoe pole Respubliki Belarus'. Struktura i podkhody k izucheniyu. Formirovaniye i razvitiye* [Information field of the Republic of Belarus. Structure and approaches to study. Formation and development]. Minsk: Zimaletto; 2009. 210 p. Russian.
2. Parahonskij BA. *Yazyk kul'tury i genezis znaniya* [The language of culture and the genesis of knowledge]. Kyiv: Naukova dumka; 1988. 209 p. Russian.
3. Matyash OI. [What is communication and do we need communication education]. In: Rozina IN, editor. *Teoriya kommunikatsii & prikladnaya kommunikatsiya. Vypusk 2* [Communication theory & applied communication. Issue 2]. Rostov-on-Don: Institute of Management, Business and Law; 2004. p. 103–122. Russian.
4. Chertov LF. *Znakovost': opyt teoreticheskogo sinteza idei o znakovom sposobe informatsionnoi svyazi* [Signity: the experience of theoretical synthesis of ideas about the sign method of information communication]. Saint Petersburg: Publishing House of Saint Petersburg University; 1993. 388 p. Russian.
5. Berger PL, Luckmann T. *The social construction of reality. A treatise on sociology of knowledge*. London: Penguin Books; 1966. 247 p.
Russian edition: Berger P, Luckmann T. *Sotsial'noye konstruirovaniye real'nosti. Traktat po sotsiologii znaniya*. Rutkevich E, translator. Moscow: Medium; 1995. 388 p.
6. Shchukina LS. [Prospects for the use of systemic and synergistic approaches in the study of advertising communications]. *Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*. 2004;1:179–185. Russian.
7. Stepin VS. Self-developing systems and post-non-classical rationality [Internet] [cited 2020 October 16]. Available from: <http://spkurdyumov.ru/philosophy/samorazvivayushhi-esa-sistemy-i-post/>. Russian.
8. Rubanov AV. Social development: traditions and contemporary approaches to study. *Journal of the Belarusian State University. Philosophy and Psychology*. 2017;2:49–59. Russian.

Статья поступила в редколлегия 23.11.2020.
Recieved by editorial board 23.11.2020.