

**"ПРАВО ЗНАТЬ: история, теория, практика"
N 7-8 (56-57) июль-август 2001 г.**

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО РОССИИ:
ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА ИЛИ НАУЧНОЕ ПОНЯТИЕ**

Понятия "информационная среда", "информационное пространство", "информационное поле" с эпитетом "единое" появились в разговорах руководящих деятелей и специалистов, отвечавших за ситуацию в российских СМИ, примерно в 1992 году. Резкое падение тиражей печатных СМИ, называвшихся тогда центральными, вызвало тревогу как у руководителей этих СМИ, так и у правительственных чиновников и политических деятелей. Эта тревога, у одних связанная с потерей политического влияния, у других - с потерей доходов, трансформировалась в заботу 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 (См., напр.: Средства массовой информации в политических технологиях. - М., 1994; Чичановский А.А. В тенетах свободы. - М., 1995; Смолян ГЛ. и др. Путь России к информационному обществу. - М., 1996; Закупень Т.В. Правовые и организационные аспекты формирования информационного пространства государств-участников СНГ. - М.: 1998; Контроль гражданского общества за информационной открытостью власти: теория и практика. - М., 1998; Год 1998: Что происходит с независимостью прессы в России. - М., 1999; Региональная пресса России и структуры гражданского общества: сотрудничество во имя развития - М., 1999; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. - М., 1999; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. День сегодняшней. - М., 2000; Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. - М., 2001. и др.).

Примерно в то же время была осознана проблема потери информационного влияния России на другие страны СНГ. Появился Указ Президента РФ "Вопросы формирования единого информационно-правового пространства СНГ" (1993 г.) Возникла Межгосударственная телерадиокомпания "Мир", которая до сих пор пытается как-то сохранить нечто, называемое "единое информационное пространство СНГ". Через несколько лет появилась и монография на эту тему с приложением списка литературы, включающего 58 наименований (Закупень Т.В. Правовые и организационные аспекты формирования информационного пространства государств-участников СНГ. - М., 1998.).

Разумеется, спасти тиражи центральных СМИ так и не удалось, равно как не удалось сохранить единое информационное пространство СНГ, однако понятия "информационное пространство", "информационное поле" вошли если не в научный, то в околонаучный оборот. И когда специалистам по информатизации, разрабатывавшим в 1993-1994 годах модели информационного развития России, понадобились аргументы, с помощью которых можно было бы доказать власть имущим необходимость информатизации, они воспользовались понятием "единое информационное пространство", якобы ради сохранения которого и надо было развивать новые информационные технологии. Так, например, в опубликованной в 1995 году "Концепции формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов" (мы еще вернемся к анализу этого документа) это понятие использовалось для обозначения "совокупности баз и банков данных, технологий их ведения и использования, информационно-телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и по общим правилам..."

Ни тогда, ни потом строгого определения понятию "единое информационное

пространство" никто не давал. И до сих пор, хотя словосочетание "информационное пространство" применяется чрезвычайно широко, его содержание как научного понятия почти не разработано. Без риска ошибиться можно сделать вывод о том, что данное понятие употребляется в своем общем смысле скорее как метафора, чем как строгий научный термин. Более определенное и точное содержание имеют лишь его частные смыслы, опирающиеся на конкретные модельные представления, которые еще не упорядочены в общую систему.

В содержании данной метафоры можно выделить несколько различных 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 подходе используются категории "упорядоченная совокупность информационных процессов"; "информационное поле"; "информационно-поисковая система" и т.д. Иногда в качестве информационных пространств интерпретируются используемые в семиотике аналогичные конструкции (знаковые системы, смысловые поля и т.п.). В последнее время появились попытки увязать категорию "информационное пространство" с ноосферной проблематикой.

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

Любой смысл "информационного пространства" содержит эти моменты, но в разной "пропорции". При доминировании первого получаем "информационное пространство" как информационно насыщенное метрическое. При доминировании второго - некоторое модельное представление совокупности информационных процессов, некоторой информационной структуры, динамической информационной системы и т.д. При доминировании третьего - представление об особых информационных отношениях между людьми.

Рассмотрим эти подходы подробнее.

Три подхода к осмыслению понятия "информационное пространство"

Геополитическое понимание информпространства

Анализ контекстов использования понятия "Информационное пространство" показывает, что многие политики и обслуживающие этих политиков аналитики трактуют "информационное пространство" как некую "территорию", то есть сознательно или интуитивно встраивают это понятие в некий геополитический дискурс, в рамках которого понятия "пространство" и "территория" выступают в качестве фундаментальных. Так, например, в книге Т.В. Закупень информационное пространство рассматривается как "территория, "покрытая", "охваченная" информацией, информационными ресурсами и инфраструктурой, в рамках которой все субъекты... имеют одинаковые возможности получения, передачи и всех других манипуляций с информацией в любой точке этого пространства"(См.: Закупень Т.В. Правовые и организационные аспекты формирования информационного пространства

государств-участников СНГ. - М., 1998, стр. 20.).

Примеры аналогичных определений есть и в книге Е. П. Прохорова. Однако Е.П. Прохоров уточняет, что для журналистики информационное пространство - это не просто территория, на которой действуют СМИ: "территория значима для СМИ населяющими ее людьми, составляющими реальную, расчетную, потенциальную аудиторию функционирующих в этом пространстве СМИ. Значит, пространство имеет не только географические, но и журналистско-аудиторные характеристики". Любопытно, что, оценивая наработки по проблеме "информационного пространства" (или "поля", "среды" - пока все эти термины используются практически синонимично), профессор Прохоров подводит промежуточные итоги разработки проблемы и формулирует следующие выводы.

"Во-первых, информационное пространство (ИП) - это некая территория, где действуют СМИ, располагающие информационными ресурсами (как национальными, так и международными), обращенными к наличной потенциальной аудитории;

во-вторых, в ИП должны быть налажены некие устойчивые отношения между СМИ и "потребителями информации"; в то же время аудитория ("потребители") СМИ имеет одинаковые возможности для контактов со СМИ в любой точке ИП, а информационные ресурсы доступны каждому гражданину;

в-третьих, при этом существуют некие стандарты, определяющие правила взаимодействия СМИ и аудитории; СМИ функционируют на основе единых принципов и по общим правилам; их основа и суть - каким-то образом упорядоченное получение и обмен информационными ресурсами;

в-четвертых, смысл создания и функционирования ИП - реализация прав граждан на информацию, удовлетворение их информационных потребностей, причем со стороны СМИ обеспечиваются актуальность, доступность, полнота, достоверность, оперативность, сопоставимость информации. Искомый результат - демократическое массовое сознание;

в-пятых, при оптимальной организации ИП недопустимо возникновение преимуществ для одних слоев "потребителей" в ущерб другим; поэтому необходимы правовые акты, преследующие нарушение законных прав и интересов граждан в информационной сфере, а также контроль за распространением информации, оказывающей негативное воздействие" (Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. - М., 2001, стр. 194.).

Анализируя работы, в которых "информационное пространство" рассматривается как некая информатизированная территория, можно заметить, что авторы этих определений либо не замечают, либо сознательно обходят вопрос о субъекте так понимаемого пространства. Дело в том, что в геополитике "пространство" является не столько вместительным государством и его сил (экономических или военных), сколько самостоятельной силой, то есть специфическим ресурсом. Не случайно для геополитики пространство является объектом захвата и удержания государствами. Именно государство (или некая замещающая его структура) является субъектом пространства-территории. Отметим этот тезис, поскольку именно он лежит в основе геополитического мышления как такового, и именно это положение является основной причиной популярности геополитического мышления в России. Геополитики полагают, что именно пространство сейчас стало не просто главным, но, по сути, и последним ресурсом России. Контролируя пространство, государство осуществляет контроль над остальными ресурсами (Палий А.И., Петров В.Л. Геополитическая доктрина России. План-проспект (<http://www.e-journal.ru>)).

Таким образом, в чисто геополитическом смысле понятием "информационное

пространство" обозначается выделенная неким субъектом по какому-то критерию территория, на которой размещаются информационные ресурсы, источники информации, технологические системы сбора, обработки, распространения информации, а также пользователи информационных ресурсов, подпадающие под юрисдикцию законодательства, действующего на этой территории. В этом смысле все разговоры о мировом (или глобальном) информационном пространстве и даже информационном пространстве СНГ представляются либо малообоснованными, либо маскирующими какие-то другие интересы.

В рамках данного подхода у любого пространства есть два главных признака: быть вместительным чего-то и иметь границы. В геополитическом понимании пространство осваивается, завоевывается, колонизируется. Поэтому так важно точно определять границы информационного пространства и защищать их от посягательства враждебных сил. Именно это и имеют в виду многие из тех, кто активно использует понятие "информационное пространство" и печется о его защите.

Сторонники этого подхода категорически не желают видеть, что сегодня во всем мире идут процессы переосмысления границ. Даже в чисто территориальном аспекте прежние границы, функционировавшие как важнейший элемент "железного занавеса" между капитализмом и социализмом, теряют привычный смысл. Благодаря усиливающемуся трансграничному сотрудничеству на фоне становления единой Европы еврорегионы инициируют новые импульсы для быстрого развития прежних периферийных территорий. С другой стороны, на части прежде единого пространства возникли новые государственные границы, которые постепенно приобретают смысл новой "границы Европы". Этот процесс явно затрагивает и другие "пространства", о которых будет идти речь дальше.

А уж в сфере информационных процессов любые границы имеют чисто символический смысл. Основная социальная функция границы - обеспечивать коллективную идентичность - практически никак не реализуется в сфере информационных отношений. Более того, ни один нормальный человек не может испытывать гордости от того, что он в силу каких-то причин - незнание языка, отсутствие средств и др. - не в состоянии побывать в иных информационных мирах.

Информационно-ноосферное понимание информационного пространства

Специалисты в области информационных исследований выделяют несколько направлений анализа информационного пространства. В рамках одного из этих направлений предлагается концептуальная модель информационного пространства, в которой выделяются пять объектов: образ, знак, концепт, текст, документ (См.: Каптерев А.И. Мультимедиа как социокультурный феномен. - М., 2000 (<http://www.dvc.tvwork.ru>)).

Обосновывая этот набор, автор опирается на следующую систему аргументов. Психологи и философы сходятся в том, что единицей мышления человека является образ, который существует в виде ассоциаций в различных формах. Для оперирования образами в пространстве и во времени они должны быть означены (т.е. представлены знаками).

Определение места знака в системе знаков требует его однозначного толкования, что приводит к возникновению понятий. Понятие (концепт) представляет собой элемент знания. Переход от концептуальных моделей к их словесным трактовкам обозначается понятием интерпретация. В результате этого процесса появляются тексты различного содержания. Оформление текстов в различные формы приводит к появлению документов, а сам процесс мы называем документализацией. Таким образом и были

выделены пять основных объектов информационного пространства.

Соответственно, необходимы процессы опредмечивания объектов информационного пространства (экстериоризации) и распредемечивания (интериоризации) их. Так формируются ось опредмечивания: "автокоммуникация - семантизация - концептуализация - интерпретация - документализация" и противоположно направленная ось распредемечивания: "чтение - образование - познание - восприятие - понимание". Поведение субъекта в информационном пространстве можно рассматривать с двух точек зрения: как преимущественно логическое и как преимущественно интуитивное.

Соответственно, формируются две оси: ось преимущественно логического поведения в информационном пространстве "мышление - общение - обучение - наука - информационная деятельность" и ось преимущественно интуитивного поведения "медитация - телепатия - вера - священные тексты - ритуал". Информационное пространство в целях упорядочивания порождает ряд рефлексивных процессов, также соответствующих пяти вышеназванным объектам. Так возникает ось рефлексии: "идентификация - идеография - концептография - текстография - документография".

В рамках другого направления разрабатывается идея рассмотрения информационного пространства как гипертекстовой структуры. В данном случае речь идет о том, что с точки зрения своего содержания информационное пространство выступает вместилищем разнообразных образов, знаков, концептов, текстов, документов, которые связаны друг с другом многими возможными переходами.

Еще одна версия осмысления информационного пространства изложена в "Концепции формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов". Концепция разработана в 1995 году во исполнение Указа Президента Российской Федерации от 1 июля 1994 г. N 1390 "О совершенствовании информационно-телекоммуникационного обеспечения органов государственной власти и порядке их взаимодействия при реализации государственной политики в сфере информатизации".

Авторы концепции указывают, что "информационные услуги, ресурсы и программные продукты (информационный потенциал) распространены по территории России крайне неравномерно, причем в основном ими обеспечены центральные области. Это распределение соответствует распределению основных научных и информационных центров России и не учитывает потребности населения и органов управления. Именно поэтому требует скорейшего решения задача выравнивания информационного потенциала. Указанные проблемы можно решить только путем формирования единого информационного пространства России". И далее дается формулировка: "Единое информационное пространство представляет собой совокупность баз и банков данных, технологий их ведения и использования, информационно-телекоммуникационных систем и сетей, функционирующих на основе единых принципов и по общим правилам, обеспечивающим информационное взаимодействие организаций и граждан, а также удовлетворение их информационных потребностей. Иными словами, единое информационное пространство складывается из следующих главных компонентов:

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

- организационные структуры, обеспечивающие функционирование и развитие единого информационного пространства, в частности, сбор, обработку, хранение, распространение, поиск и передачу информации;

- средства информационного взаимодействия граждан и организаций,

обеспечивающие им доступ к информационным ресурсам на основе соответствующих информационных технологий, включающие программно-технические средства и организационно-нормативные документы.

Организационные структуры и средства информационного взаимодействия образуют информационную инфраструктуру". Другими словами, для авторов данной Концепции информационное пространство есть некая никому не принадлежащая (или принадлежащая всем?) совокупность информационных ресурсов, средств обеспечения их пополнения и обработки, а также механизмов доступа пользователей к этим несметным, как полагают авторы Концепции, богатствам.

Про национальную или какую-то иную территорию в этом определении ничего не говорится.

Наконец, в самое последнее время начинают появляться работы, в которых к анализу проблематики информационного пространства применяется терминология и подходы, разработанные в рамках концепции ноосферы (Демченко Ю. Формирование (изменение) мира, основанного на знаниях, в условиях Информационной революции (<http://www.ua-zone.org>); Ноосфера (<http://21next.capital.ru>); Ноосфера и информационное пространство (<http://mykm.ru>)).

Социальное понимание информационного пространства

Особый интерес вызывает рассмотрение информационного пространства как поля социальных отношений (Семенов И.А. Социально-политические импликации информационных технологий (<http://ims2000.nw.ru>)). С этой точки зрения информационное пространство есть совокупность определенных структур (индивидов, их групп и организаций), соединенных информационными отношениями, то есть отношениями сбора, производства, распространения и потребления информации. Сама информация при этом рассматривается как некоторое отношение между субъектами информационного пространства. Другими словами, информационное пространство - это поле информационных отношений, создаваемое взаимодействующими по поводу информации субъектами, но вместе с тем имеющее свое особое (системное) качество, отсутствующее в самих субъектах.

Для анализа так понимаемого информационного пространства может быть использован мощный аппарат современных социологических и социально-психологических концепций. Не вдаваясь в эти увлекательные материи, обозначу лишь несколько направлений такого анализа.

Первое направление - рассмотрение информационного пространства как специфического социального ресурса, владение которым позволяет реализовывать различные внеинформационные цели.

Второе направление - рассмотрение информационных отношений как социальных. Другими словами, описание и осмысление информационного пространства как совокупности социальных связей и отношений. Например, информационное пространство можно рассматривать - с учетом идей французского социолога П. Бурдьё - как распределение различного вида благ и услуг, а также агентов и их групп.

Третье направление связано с использованием при анализе информационного пространства аппарата новой отрасли социологии, которая так и называется - "социология пространства". Социология пространства исследует вопрос о том, в каком смысле и применительно к каким феноменам вообще можно говорить об их локализации, ставить вопрос "где находится?" и объяснять, что значит в данном случае "где?". Именно социология пространства начинает задавать вопросы, которые имеют

прямое отношение к проблеме информационного пространства. Например: "Где находится Интернет?".

Разумеется, местоположение того или иного сервера зафиксировать можно: страна, город, улица, дом, комната, а в ней компьютер. Но фиксация материального носителя информации ничем не может помочь человеку, задающему вопрос: "Где находится Интернет?" И уже это тривиальное утверждение заставляет всерьез задуматься о применимости традиционных пространственных представлений применительно к миру информационных отношений. Главный итог социологии пространства в интересующем нас аспекте заключается в утверждении, что существуют феномены, для которых невозможна пространственная локализация. И, по всей видимости, информация относится именно к таким феноменам.

Четвертое направление дает возможность увидеть информационное пространство как арену, на которой происходит взаимодействие занимающих разные позиции и стремящихся к разным целям субъектов, а значит, использовать для описания этих процессов такие понятия, как "статусы", "ранги", "роли", "амплуа". Структурными элементами так понимаемого информационного пространства являются сама информация, выступающая предметом информационных отношений, субъекты информационных отношений, сами информационные отношения.

Обратившись к анализу понятия "информация" в интересующем нас контексте, следует констатировать, что информация должна быть осмыслена в качестве некоего социального ресурса, конвертируемого в другие виды ресурсов. Соответственно, информационные процессы должны быть описаны как процессы получения, распределения, перераспределения и потребления специфических ресурсов в пространстве человеческих отношений. Наиболее интересным вопросом в этом контексте является вопрос доступности информации. Очевидно, что именно объем и качество получаемой информации, то есть доступ к информационным источникам, является наиболее ясным критерием, на основании которого можно дифференцировать субъектов информационных отношений. Именно доступ к информации является наиболее отчетливым индикатором информационного статуса и всегда означает некое преимущество над кем-то; обладание информацией и даже просто обладание возможностью получения информации предполагает наличие субъектов, лишенных этой возможности. В этом случае информационная стратификация (иерархически упорядоченное информационное неравенство), о которой я скажу ниже, предстает в виде вершины, на которую взбираются одиночки. Из такой логики анализа естественно вырисовываются информационные страты (слои), определяемые с помощью количественных сравнений: высшая, средняя, низшая.

Поскольку доступ к информации является одним из важнейших факторов конструирования информационных иерархий, постольку очень важной проблемой является легитимность порядка доступа к информации. Легитимность в широком смысле слова - это правомерность, допустимость, оправдание определенного действия на основе его соответствия общепринятым нормам и ценностям. Это понятие имеет как юридический, так и психологический компонент.

М. Вебер выделил три типа легитимного порядка, основываясь на механизмах его поддержания.

1. Порядок, поддерживаемый "чисто аффективно: эмоциональной преданностью".

2. Порядок, опирающийся на ценностно-рациональные механизмы, то есть на "веру в абсолютную значимость порядка в качестве выражения высочайших непреложных ценностей (нравственных, эстетических или каких-либо иных)".

3. Порядок, поддерживаемый религиозной верой, то есть "верой в зависимость блага и спасения от сохранения данного порядка".

Идеальный тип легитимного порядка - это порядок, не нуждающийся в защите, поскольку порядок обеспечивается признанием его всеми гражданами. Поэтому один из способов измерить легитимность доступа к информации - посмотреть, сколько людей контролируют этот процесс.

В зависимости от доступа к информации в информационном пространстве можно выделить два противоположных идеальных типа механизма конструирования информационной иерархии.

1. Моноцентрическое информационное пространство имеет один ярко выраженный центр, который конструирует основные информационные позиции. контролирует их функционирование, корректирует статусы. Разумеется, этот центр наталкивается на сопротивление, поскольку каждая, даже самая слабая информационная позиция наделена способностью к пассивному сопротивлению, саботажу, имитации подчинения и т.д. Но в моноцентричном информационном пространстве четко выделяется центр, которому можно пассивно противостоять, но с которым невозможно конкурировать. Чаще всего в качестве такого центра выступает государство.

2. Полицентрическое информационное пространство характеризуется наличием нескольких или множества более или менее сопоставимых по своей силе центров. В этом случае реальная информационная иерархия является равнодействующей множества сил.

С социальной точки зрения тоже очевидно, что не бывает информационного пространства вообще. У информационного пространства всегда есть субъект, который и "рисует" границы своего информационного пространства. В качестве субъектов информационных отношений могут выступать индивиды, группы, общности, мегаобщности (классы, нации), социальные институты. Представленное выше толкование информационного пространства дает возможность и инструментарий для анализа взаимодействий, складывающихся между субъектами информационных отношений. В частности, можно ввести понятия "информационная группа", "информационное сообщество", "информационный класс", "информационная элита" и др.

Информационная группа - это совокупность субъектов, связанных относительно устойчивыми информационными отношениями. Если вести анализ дальше, можно выделить информационные группы-в-себе - это совокупность более или менее однородных статусных позиций; и группы-для-себя - это совокупность субъектов, осознавших общность информационных интересов и действующих более или менее согласованно.

Информационные группы располагаются в информационном пространстве в иерархическом порядке. Поддержание. воспроизводство этого порядка обеспечивается через информационные институты. В своей совокупности информационные группы и поддерживающие их информационные институты составляют информационную структуру. Она воспроизводится только через действия людей, исполняющих предписанные институтами роли и таким образом поддерживающих существующее информационное неравенство.

Можно выделить несколько связанных с субъектами информационного пространства проблем, которые нуждаются в глубоком анализе.

Прежде всего, это проблема социального смысла информационных потребностей и информационных интересов различных типов субъектов. Несмотря на то, что исследования в этой сфере интенсивно проводятся, большая часть из них носит констатирующе-описательный, а не концептуально-объяснительный характер.

Другая проблема связана с необходимостью исследования такого параметра субъекта информационных отношений, как информационная позиция, проявляющаяся через информационный статус (совокупность прав, обязанностей, условий). Дело в том, что каждый из описанных выше субъектов информационных отношений занимает в информационном пространстве какую-то позицию (или - несколько позиций). Следовательно, информационное пространство можно представить как систему информационных позиций.

Информационная позиция - это место в информационном пространстве, связанное с необходимостью совершать определенные, повторяющиеся действия с информацией, это совокупность прав и обязанностей, ожиданий, форм и объемов вознаграждения, устойчивых форм информационного поведения.

Как отдельные индивиды, так и крупные информационные организации в определенных обстоятельствах ведут себя совершенно определенным образом, регулярно воспроизводя однотипные формы информационного поведения. Нередко они напоминают роботов, выполняющих заложенную в них программу.

Что представляет собой программа, лежащая в основе информационной позиции? Это различные информационные нормы и ценности, опирающиеся на традицию, привычку или требование власти, то есть силу, превращающую формальные нормы в реальные образцы поведения.

Информационная позиция может быть реальной и декларируемой.

Декларируемая информационная позиция - это совокупность прав и обязанностей, существующих в формальных нормативных актах, но не выполняющихся в системе реальных информационных отношений. Ярким примером являются различные документы, кодексы, декларирующие неангажированность, объективность средств массовой информации, которые на самом деле могут выступать в роли инструмента информационного киллерства.

Реальная информационная позиция - это совокупность прав и обязанностей, которые проявляются в виде реальных информационных отношений.

Если информационная позиция характеризует место в информационном пространстве, воздействующее в том или ином направлении и стой или иной силой на поведение занимающих ее индивида или организации, то информационная роль - это реальное поведение в пределах, предписанных позицией, это позиция в действии. Это варианты информационного поведения, доступные субъекту в данной позиции. Информационная позиция задает правила информационного поведения, но в рамках этих правил субъект импровизирует, пробиваясь к поставленной цели. Субъект сам выбирает варианты информационного поведения, допускаемые информационной позицией.

Субъекты, играя предписанные им информационными позициями роли, воспроизводят эти позиции, обеспечивающие, в свою очередь, воспроизводство информационных систем.

Совокупность норм и правил, устойчивых форм информационного поведения можно обозначить понятием "информационная культура". Если культура вообще - это

программа жизнедеятельности людей, то информационная культура - это программа поведения субъекта в информационном пространстве, или, по-другому, - это совокупность относительно устойчивых идей и представлений о желаемой форме информационного порядка и отношений людей, разделяемых большинством членов данного общества, а также символических форм коммуникации.

В то же время информационная культура играет активную роль в регулировании процессов, протекающих в информационном пространстве. Информационная культура по отношению к попавшим в нее субъектам имеет силовой характер. Она навязывает им свои ценности, нормы и язык. Незнание или неспособность им следовать, пользоваться ими ведут к информационному исключению, формированию границы, которая отделяет "своих" от "чужих", "нас" от "них".

Информационные отношения между субъектами информационного пространства могут быть описаны по горизонтали и по вертикали. По горизонтали речь идет о таких отношениях, как производство, поиск, получение, передача, распространение информации, контроль за информационными процессами. С точки зрения этого классификационного признака, все субъекты информационных отношений делятся на производителей, распространителей, потребителей, контролеров и др.

Другой подход к анализу информационных отношений (по вертикали) связан с анализом размещения информационных позиций в информационном пространстве. Очевидно, что информационные позиции занимают в информационном пространстве разное место. Соответственно, субъекты информационных отношений помещаются (или помещают себя) в некое место информационного пространства, которое может быть охарактеризовано как через его позицию по отношению к другим местам (выше, ниже и т.п.), так и через дистанцию, отделяющую это место от других (То, что люди находятся в разных частях информационного пространства, занимая разные информационные позиции, - очевидно. Атрибутом метафоры пространства является метафора дистанции, т.е. удаленности информационных позиций друг от друга. Если в качестве единицы информационного пространства рассматривать индивида, то категория информационного пространства может ограничить свою роль метафорической функцией. Индивиды многолики, что создает существенные трудности для определения информационной дистанции между ними. Нельзя однозначно измерить информационную дистанцию между субъектами, занимающими одновременно несколько позиций и удаленными друг от друга в разной мере.

Понятие информационной дистанции корректно, когда оно используется как одномерное в многомерном информационном пространстве. Гораздо точнее говорить об информационной дистанции не между многомерными индивидами, а между одномерными информационными позициями. Информационная дистанция выступает в двух формах.

Во-первых, это дистанция между информационными позициями в одномерной плоскости информационного пространства (например, политического, административного, экономического и т.д.). Здесь измерение дистанции возможно лишь с помощью категории "Доступ к информации" (в каждой плоскости - своего вида: административной, политической, экономической и т.д.), исходя из оценки того, кто имеет больший доступ к информации. Для занятия места в этой иерархии неважно, насколько богат человек, или сколько у него власти в формально социологическом смысле: и деньги, и власть превращаются в фактор информационных отношений и регулирования информационной дистанции, когда они конвертируются в "доступ к информации", то есть становятся информационным отношением. Объективная информационная дистанция поддерживается с помощью инструментов доступа к информации. Имеющий информацию регулирует дистанцию в одностороннем порядке,

решая на основании имеющихся правил или личного своеволия, кому ее давать, а кому нет.

Во-вторых, информационная дистанция характеризует личностные отношения. Эта сторона информационной дистанции связана с первой, но отнюдь не жестко. Она определяется системами ценностей, которые связывают или разделяют субъектов информационных отношений. Владелец информации решает, дать или не дать ее тому, кто за ней обращается, однако другой субъект сам решает, обращаться ему за этой информацией или нет. И здесь возникает важный методологический вопрос: на основании каких критериев должно идти сравнение?

Кроме доступа к информации, возможными критериями классификации субъектов информационных отношений могут выступить:

- актуальный информационный потенциал, то есть объем активно используемой информации;
- перспективы, открываемые занимаемой информационной позицией для вертикальной восходящей информационной мобильности;
- удовлетворенность своим статусом (можно мучиться информационным голодом, ежедневно поглощая огромные объемы информации, и можно наслаждаться жизнью, обходясь минимумом информации).

На основе индикаторов информационного статуса выстраивается система информационной стратификации, т.е. информационное неравенство, иерархически упорядоченное вдоль одной оси, выстроенной по одному из индикаторов информационного статуса. Данный тип информационного неравенства легче всего поддается эмпирической операционализации, описанию с помощью количественных методов.

Поскольку информационная позиция измеряется с помощью группы шкал, то индикаторы статуса в каждой из них могут иметь разные количественные выражения и сочетаться в различных формах. Некоторые информационные позиции имеют максимальные показатели по всем шкалам: тут и информационное богатство, и возможность конвертировать информацию в иные виды капитала, и престиж, даруемый фактом обладания информацией, и многие другие шкалы. Есть также позиции с минимальными показателями по всем шкалам. Однако большинство позиций характеризуется той или иной степенью рассогласованности статусных индикаторов: высокий доступ к информации и низкий престиж, возможность быстрой конвертации информации в другие виды капитала и нестабильность положения. Есть рассогласования и внутри каждого блока индикаторов (например, человек обладает ценнейшей информацией, но денег едва хватает на скромное питание, а у другого нет никакого информационного ресурса, но он имеет высокие доходы).

Расширение перечня индикаторов информационного статуса еще более размывает четкость видения информационной иерархии. Сколько индикаторов - столько осей, вдоль которых строятся пирамиды. При этом все чаще возникают ситуации, в которых верх одной пирамиды (например, доступ к информации) оказывается в жесткой связке с дном другой (например, безопасность).

Изучение информационной стратификации должно стать одним из важных направлений исследований информационного неравенства. В основе этих исследований - описание и анализ неравного распределения информации в обществе.

Информационная стратификация рассматривается нами как процесс деления

информационного пространства на слои, характеризующиеся разным объемом доступной информации. Неравномерное распределение информации порождается как объективными процессами производства и распределения информации, так и характеристиками субъектов информационных отношений. Неравномерное распределение информации чаще всего является результатом более или менее сознательной политики правящей элиты, рассматривающей информационное неравенство как важный механизм стабилизации социальной системы.

Само по себе неравное распределение информации не является проявлением информационного неравенства (иерархии). Последнее имеет место, когда на основе господствующей системы ценностей индикаторы распределения благ упорядочиваются в иерархию.

Для этого необходимо, чтобы критерии, используемые для определения разных возможностей доступа к информации, воспринимались членами данного общества как значимые. В современном российском обществе владение огромной библиотекой по теории научного коммунизма никак не сказывается на информационном статусе. Обилие книг далеко не всегда делает их хозяина информационно богатым человеком, а их отсутствие - информационно бедным. Не сам по себе доступ к информации является индикатором информационного статуса, а значимость, придаваемая этой информации большинством членов данного информационного сообщества.

В результате один и тот же набор информационных носителей в разном социокультурном контексте является основой разных конфигураций информационной иерархии.

Одним из наиболее интересных аспектов этой проблематики является вопрос о делении общества на информационные элиты и информационные массы. Ни для кого не секрет, что в любом информационном пространстве есть некие зоны, области, в которых концентрируются основные источники качественной информации, и есть части, где концентрация информации в расчете на одну индивидуальную информационную позицию очень низка. В одних полях граница более или менее четко прочерчена, в других она размыта до предела. Но эта размытость, неопределенность границы не означает отсутствия элитных и массовых участков данных отраслевых полей. Элита там, откуда слышны голоса, к которым прислушиваются в данном поле, которым доверяют. В науке элитные места характеризуются высокой концентрацией символических ресурсов, символического капитала (например, имен, которые узнаются и звучат как аргумент в споре).

Где та граница, та условная черта, которая разделяет информационное пространство на элитарную и массовую части? Возникает ли эта граница стихийно, или она является результатом сознательной деятельности членов элит, преследующих свои информационные интересы (Элита и массы - это две зоны информационного поля, взаимосвязанные отношениями доступа к информации. Они делят общий "пирог", поэтому их статусы взаимосвязаны, находятся в постоянном взаимодействии. Зависимость элиты от массы противоречива: с одной стороны, элита, радикально оторвавшаяся от массы своего поля, выходит за его пределы и теряет свой элитарный статус, с другой стороны, условием существования элиты является постоянное конструирование границы, отделяющей ее от массы. Элита без массы не существует, как нет короля без подданных. Массы - это источник элитарности. Конструирование границы ведется с двух сторон: масса выделяет элиту как зону власти над собой, а элита поддерживает дистанцию, конструирует границу. Масса играет элиту, как короля окружение.)?

В самом общем плане можно сказать, что информационная элита - это та часть

субъектов информационного пространства, в руках которой сосредоточены позиции, наделенные самым высоким статусом и наибольшими возможностями доступа к информации. Члены элиты - это индивиды, занимающие позиции в элитарных участках. Они входят и выходят из элитных зон, как входят в элитные кабинеты и покидают их в связи с отставкой или по иным причинам. Разведение элитных зон и людей, обитающих там, важно, поскольку имеющиеся у них возможности доступа к информации не в них самих, а в занимаемых ими креслах. В политике, управлении это очевидно почти всем: лишившись должности, человек теряет элитарный информационный статус. Даже в таких сферах, как искусство и наука, индивид приобретает влияние в своем поле, лишь получив официальный или неофициальный "титул", означающий признание его права иметь особые источники информации.

Поскольку информационное пространство общества делится на поля, пересекающие его как в горизонтальном, так и вертикальном направлении, постольку появляется возможность выделить разные типы информационных элит. Они накладываются друг на друга, образуя причудливую и запутанную картину.

Отраслевые информационные элиты - это участки отраслевых информационных полей, где сосредоточены основные центры отраслевой информации. Это отрасли и подотрасли: управление, оборона, сельское хозяйство, наука, искусство и т.д. и т.п. Каждая из этих отраслей представляет собой органичное информационное поле, связанное воедино более или менее сильными внутренними связями и отделенное от других полей отраслевыми границами, на которых связи уменьшаются, если не исчезают вообще.

Региональные информационные элиты - это участки информационных полей регионов, концентрирующие основные источники информации. Горизонтально расположенные информационные поля - это города, регионы, представляющие собой более или менее цельные информационные единицы.

Региональные элитные участки так же, как и общенациональное информационное пространство, организованы, прежде всего, по отраслевому принципу. Поэтому и на местном уровне есть элита административная, промышленная и т.д.

Деление на массы и элиту осуществляется по одному набору критериев, более или менее жестко привязанных к отраслевому разделению труда. Сравнение элитарных и массовых позиций возможно лишь внутри одной отрасли.

Процесс конструирования элитарного информационного поля предполагает наличие субъектов, способных это делать. Здесь действуют, во-первых, информационные институты, во-вторых, индивиды - члены элиты, в третьих, масса членов общества, сознательно отделяющих себя от элиты и рассматривающих собственную "информационную простоту" в качестве специфического социального капитала: "Мы университетов не кончали".

Информационные институты, организующие жизнь в пределах каждой отраслевой ниши информационного пространства, конструируют границу, выделяющую в этом пространстве элитное поле. Ключевую роль среди институтов, конструирующих информационную элиту, играет государство, различные его отраслевые органы. Они не только структурируют собственно государственное пространство, но и оказывают влияние на процесс формирования элитарной границы в других нишах. Важную роль в этом процессе играют также различные негосударственные организации, например, партии, профессиональные союзы, ассоциации, религиозные объединения, церкви и т.д.

При определенных обстоятельствах не только члены элиты играют свою элитарную

роль, но и массы членов данного общества или отраслевой группы участвуют в этом спектакле. Основой такой игры масс является признание легитимности элитного статуса и правомерности отбора членов элиты. Уважение, признание, любовь и даже преклонение масс перед той или иной информационной элитой обеспечивает поддержание границы, предотвращающей равное распределение ресурсов.

С другой стороны, элиты сталкиваются с постоянным давлением масс. не испытывающих восторга от того, что значительные объемы общеинтересной информации достаются ограниченному кругу людей. Все больше и больше представителей масс претендуют на занятие элитарных информационных позиций, что во многом обусловлено исчезновением бывшего колоссального разрыва в уровне образования элит и низов. Формой компромисса, позволяющего элите и себя сохранить, и массы успокоить, является демократизация механизма селекции элит. Он обеспечивает иллюзию открытости элитарного пространства при фактической его закрытости. Так, любой россиянин может подключиться к очень многим базам данных, если он имеет необходимые финансовые ресурсы.

В связи с этими процессами целесообразно обозначить еще одну проблемную область, исследование которой способствовало бы пониманию того, что происходит в российском информационном пространстве. Я имею в виду проблему информационной мобильности. Этим понятием имеет смысл обозначить любое передвижение индивида с одной информационной позиции на другую.

В силу того, что информационное пространство состоит из статусных позиций, заполняемых индивидами, информационная мобильность выступает в двух основных формах.

1. Перемещение самих статусных позиций, представляющих единицы информационной структуры. В процессе развития общества трансформируется и его информационная структура. Такой тип информационной мобильности доминирует в эпохи информационных революций и глубоких реформ. При этом одни информационные позиции поднимаются вверх по ступеням информационной иерархии (восходящая информационная мобильность), другие - спускаются вниз (нисходящая мобильность).

2. Перемещение индивидов и групп индивидов из одних статусных позиций в другие. Это информационная мобильность в традиционном смысле этого слова: люди постоянно перемещаются в вертикальном и горизонтальном направлениях, например, от школьного класса к вузовской аудитории, оттуда - к конструкторскому бюро, креслу главного инженера, к креслу директора, к дворовой лавочке пенсионера. Этот вид мобильности является основным в условиях стабильной системы: стоит структура, а люди перемещаются по ее ячейкам.

Таким образом, по необходимости краткий анализ социального понимания информационного пространства позволяет сформулировать несколько положений.

- Совокупность переплетающихся информационных процессов формирует информационное пространство, делящееся на информационные поля. Это взаимодействие порождает новые, системные качества. В результате информационные поля приобретают силовой характер по отношению к попадающим в них индивидам.

- Единицей информационного поля является информационная позиция, представляющая собой более или менее устойчивую практику участия в совместной информационной деятельности и распределении ее результатов. Базис информационной позиции - определенный набор ресурсов, из которых вытекает соответствующий спектр возможностей.

- Информационное пространство, поля, информационные позиции не могут существовать без заполняющих их индивидов, что не мешает им быть наиндивидуальной реальностью, иметь системное качество, отсутствующее в людях.
- Индивиды, попав в то или иное информационное поле. стремятся к реализации своих осознанных интересов и в меру имеющихся у них ресурсов воспроизводят или реконструируют индивидуальные и групповые информационные позиции, иерархии. В результате информационные иерархии представляют собой устойчивые формы осознанного поведения людей.
- Индивиды в процессе совместной информационной деятельности конструируют информационные институты разных типов, которые, в свою очередь, используются в качестве инструмента конструирования информационных иерархий. Информационные институты, будучи результатом деятельности людей, приобретают собственную логику развития, которая выступает как внешняя сила (структура) по отношению к индивидам.
- Процессы конструирования и воспроизводства разных типов информационных иерархий более или менее существенно различаются, что требует детального изучения каждого из них. Однако при всем многообразии особенностей прослеживается и универсальная логика: люди осознанно конструируют и поддерживают иерархически упорядоченные клетки. В этом процессе участвуют как обитатели верхних этажей, так и оказавшиеся на самом дне и мучительно переживающие свое состояние.
- Конфигурации иерархий носят относительный характер. Однако наличие в каждом обществе ограниченного числа ценностных систем, поддерживаемых большинством, превращает иерархии из индивидуальных конструкций в информационные, придает им относительную устойчивость и создает видимость их абсолютности, объективности.

(Продолжение в следующем номере)

Иосиф ДЗЯЛОШИНСКИЙ,
президент Правозащитного фонда "Комиссия по свободе доступа к информации"

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО РОССИИ:
ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА ИЛИ НАУЧНОЕ ПОНЯТИЕ**

Окончание. Начало см. в N 7–8 (55–56)

Тенденции развития информационного пространства

Выполненный выше анализ позволяет сказать, что понятием "информационное пространство" в настоящий момент обозначаются различные феномены, которые связаны между собой наличием информации, а также тех, кто ее производит, и тех, кто ею пользуется. Несмотря на расплывчатость содержательной интерпретации этого феномена, интуитивно очевидно, что нечто, обозначаемое понятием "информационное пространство", существует и, значит, развивается (Возможная аналогия – "Солярис" Станислава Лема.).

Говоря о тенденциях развития информационного пространства, я бы выделил в качестве основных три: компьютеризацию и интернетизацию, глобализацию, приватизацию.

Компьютеризация и интернетизация

Что касается компьютеризации и связанного с компьютеризацией процесса интернетизации, то по этому поводу написано так много, что вряд ли здесь можно сказать что-нибудь новое. Все отмечают, что объем продаж в России компьютеров растет, сформировался и успешно развивается отечественный рынок телекоммуникаций, информационных технологий, продуктов и услуг, ускоренными темпами идет развитие систем и средств телекоммуникации. Растет количество корпоративных информационных сетей и увеличивается число абонентов мировых открытых сетей, информатизированы многие отрасли хозяйства, банковская сфера и сфера государственного управления и т.д. Создаются разнообразные концепции формирования информационного общества в России. Однако, несмотря на обилие этих концепций, ясности в том, как будет проходить информатизация России, пока нет. Например, в Концепции формирования информационного общества в России, разработанной в 1999 году по инициативе Государственного комитета по связи и информатизации и Комитета Государственной думы по информационной политике и связи, сказано, что возможны два варианта перехода России к информационному обществу.

Первый вариант – повторение того пути, который уже пройден или проходится другими странами, в основном, европейскими. Он требует значительных капиталовложений, достаточно короткий по времени (не более 7–10 лет до выхода на средневропейский уровень информатизации при условии 2–3% темпа экономического роста). Скорость движения по такому варианту будет обеспечиваться выделенными средствами (не менее 5–7% ВВП). Кроме того, этот путь будет требовать существенного изменения российского менталитета и переориентации общественного сознания на цели, приоритеты и направления развития, свойственные американскому или европейскому образу жизни.

Второй вариант – нахождение пути, ориентированного на чисто российские критерии и характеристики качества жизни, социально-культурные особенности и требующего в сегодняшних социально-экономических условиях лишь минимальных капиталовложений со стороны государства. Этот путь нетрадиционный, не апробированный. Однако он требует хотя бы минимальных темпов экономического

роста, политической стабильности в обществе и политической воли исполнительной и законодательной власти, поставившей перед обществом задачу перехода к информационному обществу как задачу высокого приоритета.

Для реализации первого пути требуется получить основные объемы инвестиций из зарубежных источников или от отечественных коммерческих структур и населения. Оба варианта нереальны – сегодня и в обозримом будущем никто такие средства не даст, так как уверенности в их возврате у зарубежных кредиторов нет, да и "выращивать" за собственные деньги конкурента никто не будет. Получить средства от собственных коммерческих структур и населения в ближайшие годы не представляется возможным – для этого необходимы существенно более высокий уровень развития этих структур, заметное оживление рыночных преобразований и повышения качества жизни населения.

Следовательно, пишут авторы Концепции. приемлем только второй путь.

В итоге, по мнению составителей Концепции, Россия может выступить как носитель специфической модели цивилизационного развития, во многом корректирующей западный эталон. Историческая преемственность, национальная идентичность, восстановление нравственного сознания, образование единого духовного пространства страны – таковы основные особенности выбираемого Россией пути к информационному обществу.

В этой концепции есть еще один любопытный абзац. "Обеспечение сферы информационных услуг духовным содержанием, отвечающим российским культурно–историческим традициям, является политической задачей, решение которой должно обеспечить передачу новому поколению всего многообразия российской культуры, воспитания этого поколения в атмосфере национальных духовных ценностей и идеалов, максимально уменьшить негативное воздействие на молодых людей англоязычной информационной экспансии, культурно–окупационного характера Интернета. Должна быть оказана всесторонняя поддержка организация мощного русскоязычного сектора в Интернете. Все это создаст предпосылки для преодоления идеологического диктата и распространения политического и духовного влияния США через современные коммуникационные сети и системы".

Далеко смотрели разработчики этой Концепции.

Глобализация

Одной из проблем, которая волнует многих политиков и экспертов, занимающихся проблематикой информационных отношений, является глобализация информационного пространства. Об этом свидетельствует огромное количество статей и материалов на эту тему, семинаров, круглых столов и конференций (См., напр.: "Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России", <http://www.csr.ru>; "Информационные вызовы национальной и международной безопасности" (<http://www.pircenter.org>); "Информация: вызов XXI века". Всемирный конгресс по информационному сотрудничеству (<http://www.itar-tass.com/congress/ru>); "Развитие телекоммуникаций и построение информационного общества в странах СНГ" (<http://www.contel.ru>); Международный конгресс "Телекоммуникации в аспекте национальной безопасности. Перспективы развития информационно–телекоммуникационной инфраструктуры", ноябрь 1998 г.). Сторонники информационной глобализации указывают, что появление глобального информационного пространства означает приближение эпохи глобальной экономики, которая будет характеризоваться стиранием географических границ рынков сбыта, появлением распределенных сетевых трудовых ресурсов, кардинальным сближением

производства и потребления, открытием новых рынков в новой сфере интеллектуального потребления, что, естественно, повлечет за собой совершенно новые возможности. Для противников информационной глобализации характерны, в основном, алармистские настроения, по принципу "враги окружают". Многих пугает то обстоятельство, что сегодня границы государств, в том числе и границы информационных пространств, становятся все более и более условными.

Однако деваться некуда: все понимают, что войти в глобальное информационное пространство придется, и вопрос лишь в том, с какой скоростью и с какими оговорками.

Выделяются несколько основных подходов к проблеме глобализации.

Один из них делает акцент на технологических аспектах глобализации, и его сторонники подчеркивают, что должна быть реализована такая государственная политика в области телекоммуникации, информатизации, которая будет в наибольшей степени способствовать созданию на всей территории России адекватной инфракоммуникационной инфраструктуры.

Это означает:

- реорганизацию системообразующих предприятий связи, обеспечение равномерного развития территорий путем реализации механизма "универсальные услуги";
- развитие конкуренции:
- создание законодательной и нормативно–правовой базы для внедрения в России общепринятых на мировом рынке, в мировой практике принципов взаимодействия операторов (это принцип "интерконэкшн");
- формирование эффективных отраслевых рынков на основе адекватной лицензионной политики и политики в области распределения частного ресурса;
- переход на общепринятые в мире методы тарифного регулирования общепринятых услуг электрической связи, разработка концепции поддержки национального производства в области инфракоммуникаций;
- государственную поддержку ускоренного широкомасштабного распространения терминального оборудования для работы в Интернете (в первую очередь, для школ, вузов, библиотек, объектов социальной инфраструктуры, связи, домашнего пользования) и, наконец, государственную поддержку программ, создающих условия для ускоренного развития Интернета во всех этих сферах (См.: выступление министра Российской Федерации по связи и информатизации Леонида Дододжоновича Реймана на семинаре "Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России", который состоялся в Москве 13 апреля 2000 года (<http://www.csr.ru>)).

Представители второго подхода, в основном, размышляют о необходимости увеличить долю России в глобальном информационном пространстве и защититься от чрезмерной экспансии других государств. Например, высказываются взгляды, согласно которым Россия потеряла технологическую независимость от Запада, и теперь надо срочно эту независимость восстановить. Для этого предлагается начать выпускать те компоненты, на базе которых будет строиться информационная инфраструктура. Затем мы должны разработать из этой лучшей элементной базы компоненты управления нашей российской инфраструктурой. А после этого в течение очень короткого времени, 2–3 года максимум, мы можем заняться разработкой или созданием отечественных технологий, поднимать элементную базу.

По мнению сторонников этого подхода, необходимо усилить экспансию российских СМИ на другие рынки. Прежде всего – на рынки стран СНГ, где Россия, по мнению сторонников этого подхода, должна "контролировать русскоязычные СМИ, и не только русскоязычные, потому что должен быть информационный поток из России, и та же российская информационная составляющая должна быть и в нерусскоязычных СМИ в странах СНГ. Это страны, находящиеся в орбите жизненных интересов России, в ближнем соприкосновении с нами. Плюс страны перспективные, представляющие перспективный интерес для бизнеса или для политики. Там должны сосредоточиваться основные информационные услуги.

Нужна работа с русскоязычной прессой, радио и телевидением, которые находятся не только в странах СНГ, но и в Америке, в Австралии, в странах Европы (Так, например, в марте 2001 года глава Минпечати РФ Михаил Лесин сообщил, что российское правительство может выделить грант на проведение социальной рекламной кампании в США с целью создания положительного имиджа РФ. Ранее глава МИД РФ Игорь Иванов объявил, что его ведомство ставит своей задачей создание положительного имиджа России за рубежом. А состоявшийся в мае 2001 года Третий Всемирный конгресс русской прессы решил создать единый банк информации и фотоматериалов, которым смогут воспользоваться журналисты зарубежных стран.). Причем процесс расширения русской диаспоры происходит постоянно. Поэтому мультимедийные СМИ и пакетные услуги – это те основные направления, которые позволят удержаться на рынке. Если сейчас заморозить ситуацию, мы рынок потеряем, и на самом деле кончится тем, что сюда придут и за нас все сделают" (Из выступления Алексея Константиновича Волина, генерального директора РИА "Вести", на семинаре "Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России" (<http://www.csr.ru>)).

Для этого следует повысить достоверность, оригинальность, эксклюзивность информации, которую надо "готовить" на основании понятных и привычных зарубежному потребителю международных стандартов. Разумеется, информация должна быть качественно переведена на иностранный язык (Из выступления генерального директора Информационного агентства "Интерфакс" Михаила Витальевича Комиссара на семинаре "Глобализация информационного пространства: вызовы и новые возможности для России".).

Для сторонников этого подхода Интернет интересен, прежде всего, тем, что открывает совершенно уникальные, новые, еще наверняка не полностью нами осознанные возможности по проникновению на зарубежные информационные рынки.

Приватизация

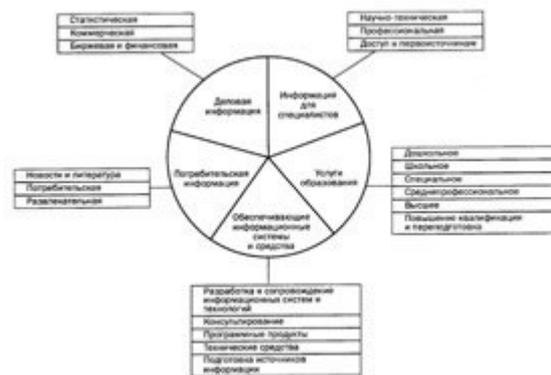
Что бы мы ни понимали под информационным пространством, любому непредвзятому аналитику ясно, что в России это пространство состоит из нескольких секторов. Один из них контролируется частным капиталом –и чем дальше, тем больше. Для удобства этот сектор можно обозначить понятием "рыночный сектор информационного пространства" или "информационный рынок". В другом секторе господствует государство, и эту часть информационного пространства можно обозначить понятием "государственный сектор информационного пространства".

Что касается рыночного сектора информационного пространства, то если оставить в стороне рынок СМИ, о котором речь будет дальше, он характеризуется определенной номенклатурой продуктов и услуг, их предоставления, ценами. В отличие от торговли обычными товарами, имеющими материально–вещественную форму, здесь в качестве предмета продажи или обмена выступают информационные системы,

информационные технологии, лицензии, патенты, товарные знаки, "ноу-хау", инженерно-технические услуги, различного рода информация и прочие виды информационных ресурсов.

По одной из моделей, этот сектор можно разделить на четыре взаимодействующие области: электронная информация, электронные сделки, системы сетевых коммуникаций, программное обеспечение. Рынок электронной информации включает в себя пять секторов: деловая, юридическая, массовая, потребительская и информация для специалистов. Рынок электронных сделок включает в себя системы банковских и межбанковских операций, электронных торгов и т.п. Рынок систем сетевых коммуникаций охватывает системы электронной почты, телеконференций, электронные сетевые доски объявлений и другие системы, объединяющие пользователей ТВС.

По другой модели, информационный рынок может быть представлен следующим образом (См.: Рынок информационных продуктов и услуг (<http://synopsis.kubsu.ru>)).



Примером превращения коммерческих проектов в действенный элемент информационной индустрии при наличии реальной рыночной потребности стала разработка справочно-правовых систем. По некоторым оценкам, в этой сфере в России сейчас занято более десяти тысяч человек. Существует круг стабильных производителей, созданы сильные дистрибьюторские сети, имеются такие инфраструктурные элементы, как конкурсы, семинары, выставки. Важно, что в данном секторе рынка при наличии конкурирующих систем существуют цивилизованные отношения и сохраняются этические нормы взаимоотношений.

Сейчас потребитель страдает от высоких цен на информацию, так как при ограниченном спросе производители вынуждены поддерживать высокую ценовую планку на информационную продукцию, исходя из реальной себестоимости и затрат. Ценовая политика на российском рынке информации строится по принципам "конъюнктура ли сегодня эта информация" и "сколько может заплатить потребитель".

Сегодня российский информационный рынок не удовлетворяет существующие информационные потребности. Это связано с двумя основными причинами. Во-первых, в информационном плане наше общество является полузакрытым. Нет официального доступа ко многим источникам информации, которая нужна потребителю для нормального рыночного развития. В ряде случаев это восполняется нелегальным доступом к информации, но цена добываемых таким способом сведений достаточно высока. Так, для всего российского фондового рынка характерна информационная непрозрачность. Инвесторам трудно получить достоверную информацию о деятельности тех или иных элементов, без которой нельзя принимать взвешенные и осознанные решения. Хотя в принятых нормативных документах содержатся довольно жесткие требования к содержанию проспекта эмиссии, раскрывать информацию в соответствии с этими требованиями будут лишь российские компании, которые хотят провести очередную эмиссию.

Во-вторых, из-за недостатка инвестиционных средств в информационном бизнесе производители не могут настроиться на изменившиеся информационные потребности. Ранее они носили общий характер. Теперь потребитель готов платить за более детальную информацию, необходимую для решения конкретных прикладных задач. Сегодня на российском информационном рынке недостаточно информации, которая в полной мере подходила бы для решения практических задач предпринимателей. Но часто виноват в этом не продавец информационного продукта, а общее состояние самого рынка. Существующие административные нормы часто не соответствуют реальной рыночной ситуации. Оттакого несоответствия на практике возникают параллельные официальные и неофициальные информационные потоки в одной и той же сфере деятельности. Например, такая ситуация характерна для рынка недвижимости. Существуют два вида договоров: один составляется у нотариуса (в нем дается оценка недвижимости по цене Бюро технической информации, причем эта цена в несколько сот раз ниже рыночной); второй содержит фактическую цену покупки. Российский потребитель сильно страдает от монополизма на рынке. Практикой стало присвоение государственных ресурсов, распространение их через элитные структуры. Монополизм будет мешать нормальному развитию информационного рынка до тех пор, пока не станут нормой жизни созданные правовые акты, в том числе регламент доступа к общезначимым государственным информационным ресурсам (См.: Андреева И.А. Влияние макроэкономических факторов на состояние российского рынка информационных продуктов и услуг (<http://www.fact.ru>)).

Общее состояние рыночного сектора информационного пространства – неуверенность и нестабильность. Основные причины нерентабельности важнейших для общества коммерческих информационных проектов сохранились. Производить что-либо невыгодно, массовая платежеспособность низкая, информация не стала товаром первой необходимости. Информационное производство, как и всякое другое производство, облагается инфляционным налогом. Более устойчивыми оказываются те фирмы, которые имеют поддержку государственных структур, отечественных компаний развивающихся секторов рынка, зарубежных информационных фирм. Общий способ сохранения позиций в информационном бизнесе – выбор ниши с платежеспособной категорией потребителей. Но российская действительность и здесь вносит свои коррективы. В период банковского кризиса пострадали многие фирмы, сосредоточившие свои усилия на информационном обслуживании разорившихся банков. Не всегда эффективными оказываются проекты, которые поддерживаются из соображений социальной значимости и потенциальной необходимости. Теоретически, например, существует задача информационной поддержки малого бизнеса. Но сегодня условия его развития таковы, что дорогостоящая глобальная система деловой информации мало что дает для успешной работы конкретного предпринимателя. Созданные на практике многочисленные

фонды, ассоциации, бизнес-центры для информационной поддержки малого бизнеса практически не выполняют этой функции, работая на платежеспособного клиента независимо от его статуса. До последнего времени неэффективной была информационная деятельность, связанная с поддержкой инвестиционного процесса. Объемы этой деятельности в России таковы, что пока достаточно информации по телефону для лиц, причастных к этой сфере.

СМИ в структуре информационного пространства

Если рассматривать "информационное пространство" с точки зрения состава основных информационных комплексов, то можно выделить приватный информационный комплекс, различные специальные (или специализированные) информационные комплексы и массовые информационные комплексы, в системе которых выделяются

журналистика, реклама и public relations, которые чаще всего обозначаются общим понятием "средства массовой информации", или масс-медиа. Заслуженно или незаслуженно, но именно масс-медиа рассматриваются сейчас в качестве ведущего компонента информационного пространства. И хотя на этот счет есть большие сомнения, однако, не вдаваясь – в силу ограниченности объема статьи – в анализ частного и специализированного информационных комплексов, обозначим некоторые проблемы, связанные с состоянием массово-информационного комплекса России.

Говоря о месте СМИ в структуре информационного пространства, уже цитировавшийся профессор Е.П. Прохоров в книге "Журналистика и демократия" предложил использовать понятия "пространство", "поле" и "среда" следующим образом: "Кажется разумным под "информационным полем" понимать область распространения конкретного СМИ ("информационное поле" ОРТ, "Известий", "Маяка"...). А "информационная среда" – это совокупность источников информации, в которую "погружена" конкретная аудитория (отдельный человек, семья, региональная, профессиональная, национальная или иная группа). Тогда получается, что в "информационном пространстве" (города, региона, континента...) функционируют определенной конфигурации "информационные поля" различных изданий и программ, из которых каждый конкретный слой аудитории формирует свою "информационную среду" – конкретные наборы источников информации и выбираемые из них тексты" (Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – М., 2001, стр. 194.).



На схеме, предложенной Е.П. Прохоровым, легко увидеть, что "информационная среда" одной части аудитории создана через включение в "информационные поля" ряда СМИ, другой – в "информационное поле" только общефедерального или регионального СМИ (при этом только одного), и т.д.

Дальнейший анализ привел профессора Прохорова к выводу о том, что поскольку у граждан разных социальных статусов и различных жизненных позиций потребности в информации неодинаковы, "информационное пространство (села, города, области, страны, мира) тогда будет "обустроено" оптимально, когда в "информационную среду" любого "потребителя" будут проникать, вклиниваться "информационные поля" таких СМИ, материалы которых и создадут ситуацию его информированности "по всем азимутам". (Несомненно, что информированность через удовлетворение потребностей в информации возможна только на базе личного желания и собственной активности "потребителя" удовлетворить всю совокупность его интересов, ожиданий, мотивов, запросов, предпочтений в информационной сфере. И это тоже проблема качества организации "информационного пространства" и формирования стремлений аудитории, от которой в данном случае приходится отвлечься – требуется специальный анализ).

При этом "единым" проектируемое "информационное пространство" может быть только при условии, если в любой "точке" этого пространства (в отдаленном поселении или мегаполисе) каждый может получить минимально необходимые сведения для того, чтобы быть достаточно информированным" (Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – М., 2001, стр. 195.).

Рассматривая различные варианты реализации этой задачи, Е.П. Прохоров выделяет два основных:

– создание оптимального множества СМИ с возможностью широкого выбора для каждого с добавлением "газеты для всей России";

– создание в каждом регионе, каждом населенном пункте одного СМИ, дающего аудитории весь спектр сведений и мнений по всем основным направлениям информационных потребностей аудитории.

Анализ этих путей приводит профессора к выводу о том, что "оптимальное решение, как всякая "золотая середина", лежит где-то "между", точнее, на путях контаминации обоих подходов. Если первый – "широкий" – не создает условий для реализации требований информированности всех слоев аудитории, то второй – "узкий" – создает их все же слишком ограниченно и труден для реализации. Поэтому необходимо их объединение.

Разумеется, надо стремиться к тому, чтобы в любом регионе было максимально много "информационных полей" самых различных СМИ, каждое из которых отстаивало бы "частные" нужды (с возможно широким выходом на "общие"). И вместе с этим было бы такое СМИ, которое, действуя под эгидой государственно-общественного Совета по СМИ, создавало бы интегрированное "информационное поле", обслуживающее по преимуществу "общие" интересы и потребности с учетом и "частных".

Именно такое СМИ способно выполнять центрирующую роль в "информационном пространстве" вообще и в "информационной среде" каждого из различных слоев аудитории. В условиях, когда "информационная среда" каждого слоя аудитории будет формироваться хотя бы минимально из двух каналов информации (одного, представляющего преимущественно "частные" интересы, связанные с особенностями слоя, и второго, отстаивающего, прежде всего, "общие"), уже такое, созданное с учетом требований принципа дополненности, состояние "информационного пространства" создавало бы достаточные условия для свободного движения к информированности. А если аудитория способна и желает обратиться к большему числу источников массовой информации (при обязательном внимании к интегрирующему и центрирующему государственно-общественному), движение к оптимуму очевидно" (Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – М., 2001, стр. 204–205.).

Скептически относясь к отстаиваемой Е.П. Прохоровым идее создания нового типа СМИ, тем более под эгидой государства, не могу не отметить страстное желание не только поставить вопрос о месте СМИ в структуре информационного пространства, но и найти эффективное решение, которое позволило бы в короткие сроки изменить ту трудную ситуацию, которая сложилась в российских СМИ.

А ситуация действительно тревожная.

Государство и информационное пространство. Власти в сфере информационных процессов

Роль государства в становлении и развитии информационного пространства велика и неоспорима. Вопрос лишь в том, как эту роль видят лица, принимающие решения, и те, кто помогает им понять, что в этом пространстве происходит, и что с ним надо делать.

Не берясь в небольшой статье осветить эту огромную тему, остановлюсь лишь на одном аспекте: выборе вектора государственной политики в информационной сфере.

Примерно в 1994 году когда в США, Канаде, других развитых странах разрабатывали идеологию информационной супермагистрали и открытого общества, аналогичные идеи бродили и в головах некоторых российских ученых. Тогда на суд общественности

были представлены такие документы, как "Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и соответствующих государственных информационных ресурсов" (1995 год), "Концепция государственной информационной политики" и ряд других документов. В 1999 году появилась "Концепция формирования информационного общества в России", одобренная решением Государственной комиссии по информатизации при Государственном комитете Российской Федерации по связи и информатизации. Все эти документы так и остались невостребованными.

Параллельно шли разговоры о том, что на наше информационное пространство непрерывно покушаются и нам надо укреплять информационную безопасность. До поры до времени эти разговоры казались неопасными мечтаниями информационщиков в погонах. Но довольно быстро стало ясно, что сплоченная группа "спасителей информационного пространства" подмяла под себя "информационное сообщество" и диктует правила игры. Результатом этой игры стала Доктрина информационной безопасности. Об этой Доктрине столько написано, что повторяться нет смысла. И не в Доктрине дело. Тем более что в ней много трезвых и правильных положений, под которыми подпишется любой здравомыслящий человек. Дело в акцентах. В Этом документе неистребимый акцент автора – Совета безопасности. В результате и получилась не национальная доктрина участия России в построении глобального информационного общества и даже не федеральная целевая программа развития информационной инфраструктуры, а именно Доктрина информационной безопасности. И ругать за это Сов–без нелогично: каждый делает то, что умеет.

Специфика Совбеза предопределила не только логику построения, но и стилистику Доктрины. Профессор М.А. Федотов сравнил Доктрину информационной безопасности и Окинавскую хартию. Выяснилось, что по объему эти документы соотносятся примерно как 4 к 1, а по тематике совпадают. Авторы обоих документов волнует вопрос: как строить жизнь общества и государства в условиях новых информационных и коммуникационных технологий. Но достаточно посмотреть частоту повторений в обоих текстах ключевых слов, чтобы понять, насколько различны подходы авторов Доктрины и Хартии. Такое ключевое слово, как "безопасность", в Доктрине повторяется 133 раза, в Хартии – 2; "оборона", соответственно, – 20 и 0; "организация частного сектора" – 1 и 11; "СМИ. – 27 и 0.

В тех документах, о которых я говорил выше, тоже упоминалась проблема информационной безопасности, но акцент был на другом: на развитии информационной сферы. Например, в "Концепции формирования информационного общества в России" модель желаемого будущего России как информационного общества описывалась следующим образом:

- формирование единого информационно–коммуникационного пространства России как части мирового информационного пространства, полноправное участие России в процессах информационной и экономической интеграции регионов, стран и народов;
- становление и последующее доминирование в экономике новых технологических укладов, базирующихся на массовом использовании перспективных информационных технологий, средств вычислительной техники и телекоммуникаций;
- создание и развитие рынка информации и знаний как факторов производства в дополнение к рынкам природных ресурсов, труда и капитала, переход информационных ресурсов общества в реальные ресурсы социально–экономического развития, фактическое удовлетворение потребностей общества в информационных продуктах и услугах;
- возрастание роли информационно–коммуникационной инфраструктуры в системе

общественного производства:

- повышение уровня образования, научно–технического и культурного развития за счет расширения возможностей систем информационного обмена на международном, национальном и региональном уровнях и, соответственно, повышение роли квалификации, профессионализма и способностей к творчеству как важнейших характеристик услуг труда;
- создание эффективной системы обеспечения прав граждан и социальных институтов на свободное получение, распространение и использование информации как важнейшего условия демократического развития.

А в другом документе той поры – "Концепции государственной информационной политики" – говорилось:

"Переход к информационному обществу неразрывно связан с дальнейшей демократизацией политической и общественной жизни. В контексте информационной политики это означает признание презумпции открытости информации для граждан и защиту их информационных прав. Это означает также ориентацию главных технологических компонентов информационной среды (системы формирования, распространения и использования информационных ресурсов, информационно–телекоммуникационной инфраструктуры и информационных технологий) на обеспечение свободного обращения информации, воплощения в жизнь конституционного права на свободный поиск, получение, производство и распространение информации...

Основными направлениями Государственной информационной политики, реализующими указанный путь развития, должны быть:

- недопущение подчинения СМИ конъюнктурным интересам власти и бизнеса и усиления возможностей их влияния на СМИ (прямой нажим, снабжение СМИ неполной, неопределенной, искаженной или ложной информацией, откровенной дезинформацией, умышленные недоговоренности, сращивание структур власти, бизнеса, прессы и т.п.);
- регулирование уровня концентрации и монополизации СМИ (препятствие уменьшению независимых источников информации, сосредоточению СМИ в руках представителей экономической элиты, бесправию журналистов и т. п.);
- защита интересов региональных рынков массовой информации и содействие развитию местных СМИ;
- совершенствование национального законодательства в части гарантий свободы слова и информации, свободного распространения массовой информации, в том числе на трансграничном уровне, недопущения распространения насилия и нетерпимости через СМИ, обеспечения плюрализма СМИ, доступа к официальной информации".

Как недавно писались эти слова. И какими далекими кажутся те времена(См.: Засурский И.И. Масс–медиа второй республики. – М., 1999.).

Стоит ли ворошить прошлое? Мне кажется, стоит. Надо понять, что победа авторов и сторонников Доктрины информационной безопасности над авторами и сторонниками идей информационного развития – не случайность. На эту победу работали глубинные социокультурные и политические факторы. Победа Доктрины безопасности стала логическим завершением системы старого, нерелексивного тоталитарного мышления в сфере функционирования информационных процессов.

Но одновременно надо понять изначальную проигрышность господствующей ныне стратегии "борьбы" с опасностями и "защиты" от них, в том числе борьбы с преступностью, защиты от внешних и внутренних врагов, "защиты природы" и т.д., и т.п.

Стратегия "борьбы и защиты" проигрышна в принципе по двум причинам. Во-первых, она направляет усилия не на корни и источники негативных явлений, а на результаты и симптомы болезни, превращая эти "борьбу" и "защиту" в латание тришкиного кафтана. Во-вторых (и это даже важнее), "борьба" и "защита" ориентированы всегда на предстоящие нам и якобы не зависящие от нас неприятности.

Изучая публикации, выступления и материалы, посвященные проблеме информационной безопасности, приходишь к выводу о том, что сконцентрированность на образе врага, инерция мышления, сформированного в предыдущую эпоху и подходящего лишь для нее, консерватизм населения и властных элит повсеместно выдвигают на передний план проблемы второго и третьего порядка, которые разделяют страны и одновременно затушевывают важность первоочередных вопросов, требующих сотрудничества сторон.

Пресловутый раскол информационного сообщества на сторонников информационной безопасности и сторонников информационной открытости является не столько следствием социального расслоения, сколько следствием господства превратных представлений о возможных формах организации жизни общества и страны. Эти представления унаследованы от марксистской идеологии с ее классовой борьбой и противопоставлением социализма и капитализма. Но все это – старые мифы, место которым не в живой жизни, а в историческом музее.

Наиболее важные национальные интересы объективно у большинства европейских стран в гораздо большей степени совпадают, нежели противоречат друг другу. Общие интересы сторон намного превосходят те, что их разделяют. Изучение основных вызовов, с которыми столкнется каждое из государств в ближайшем десятилетии, приводит к неизбежному выводу о невозможности ни для одной из сторон защищать и продвигать приоритетные национальные интересы без постоянных активных усилий совместно с другими странами. Или все-таки авторы Доктрины информационной безопасности не верят в то, что Россия – европейская страна, и по ночам украдкой читают А. Дугина?

Хочется надеяться, что рано или поздно сообщество специалистов, исследующих и проектирующих информационные процессы, примет идею о том, что должна быть выработана новая концептуальная основа поведения России в информационной сфере, четко ориентированная на новую цель, а именно: не сохранение традиционной, узко российской системы безопасности, в том числе и информационной, а создание нового экономического политического и информационного порядка и системы безопасности наряду с новым психологическим климатом в Большой Европе, конструктивное интегрирование России в мировое информационное сообщество.

Философия, которая должна лечь в основу нового подхода, может быть сведена к нескольким простым положениям:

- ориентироваться на будущее, а не на прошлое;
- рассматривать вызовы как возможности, а не только как угрозы;
- делать упор на то, что объединяет, а не разделяет демократии;
- отказаться от мысли о том, что вокруг одни враги и противники, и все наши беды есть

следствие чьих–то козней.

И помнить, что ориентация на Запад (не в географическом, а в идеологическом и политическом смысле) есть ориентация на открытое общество, рефлексию, критическое мышление, коммуникацию и развитие. Ориентация на Восток, разговоры об особом пути России объективно могут означать только отмежевание от традиции европейского рационализма, уход от критического мышления, открытого общества, ценностей развития. Третьего пути нет. Евразийство, "соборность" есть, по существу, форма существования органического общества, очередная и на сей раз совершенно архаическая утопия. Реализоваться в XXI веке естественным образом она не может. Соборность же, насаждаемая силой, – не более чем еще один вариант тоталитарной идеологии.

Очевидно, что дальнейшие изменения в информационном пространстве будут определяться тем, по какому пути пойдет развитие государства и общества в целом. Самый пессимистический сценарий основан на предположении, что сопротивление определенных социальных структур сорвет планы перехода страны к рыночной экономике и демократии. Шансов на реализацию такого сценария немного, но они не равны нулю. Если развитие пойдет по этому пути, то России угрожает не только внутренняя, но и внешняя катастрофа. Что касается информационного пространства, то очевидно, что власть будет стремиться распространить на него те же авторитарные технологии управления, которые будут использоваться и в других сферах.

Другой сценарий, который многие специалисты считают наиболее вероятным, основан на предположении, что в обозримом будущем Россия будет умеренно авторитарным государством с экономикой смешанного государственно–капиталистического типа. В случае реализации этого сценария государство на первых порах будет стремиться управлять средствами массовой информации и другими подсистемами информационного пространства, используя экономические и правовые рычаги.

В конечном счете, осуществляемый в России переход от индустриального общества к информационному приведет к становлению и развитию информационного пространства, несущими конструкциями которого будут мощные независимые информационно–коммуникационные комплексы. Эти интегрированные информационные предприятия будут основаны на комплексном использовании возможностей техники и средств создания и обработки информационно–публицистических материалов. Поскольку такие комплексы будут все в большей степени выходить из–под влияния властей, последние будут стремиться всячески воспрепятствовать их развитию, в частности, под предлогом борьбы с монополизмом в информационной сфере.

Заключение

Представленный материал ни в коей мере не претендует на осмысление всего комплекса проблем, связанных с категорией "информационное пространство". За пределами рассмотрения остались вопросы функционирования информационных и коммуникативных подсистем, составляющих "тело" информационного пространства, практически не затрагиваются вопросы взаимодействия информационного пространства с экономическим, политическим, культурным и другими "пространствами". Ничего не сказано о специфике информационного пространства в стабильных и динамичных социальных системах, а также об особенностях информационного пространства в открытом, гражданском обществе и иных общественных системах. Я стремился более или менее точно определить уже существующие парадигмы рассмотрения явления, получившего название "информационное пространство", и выявить возможные направления дальнейших исследований в этой области.

Выполненный выше анализ позволил сделать вывод о том, что уже существуют два активно развивающихся подхода к анализу "информационного пространства": геополитический и информационно–ноосферный. Начинает оформляться социальный подход. Возможно, в скором времени появятся и другие подходы.

Что касается геополитического подхода, то он носит, на мой взгляд, пока что спекулятивный характер и к науке не имеет никакого отношения. Хотя в рамках этого подхода есть вполне перспективные идеи: например, идея картографирования информационного пространства может – в случае ее правильного осуществления – дать интересные результаты, выявив некие освоенные и неосвоенные информационные пространства, центральные и периферийные области, приграничные зоны и т.п.

Возможен и другой подход к картографированию информационного пространства: расчленение его на различные информационные поля. Например, информационное пространство может быть разделено на информационные сферы (экономика, политика, социальные отношения, культура, наука и др.), каждая из которых формируется определенным типом информационных отношений, обладает собственной автономной логикой. Понятно, что автономность не означает изоляции. Разные сферы информационного пространства взаимодействуют друг с другом.

Но в целом геополитический подход к анализу информационного пространства, на мой взгляд, малопродуктивен. И дело не только в глубоко провинциальных разговорах о "нашем" и "не нашем" информационном пространстве, о защите "нашего" и проникновении в "не наше" и тому подобных вещах. Здесь напрашивается аналогия с воздушным пространством. Существует закон о воздушном пространстве, с помощью которого регулируются полеты самолетов. Но человека, который всерьез заговорил бы о том, что надо защищать часть атмосферы, расположенную над "нашей" территорией от чужого воздуха, от чужих ветров, от неправильных воздушных потоков и т.п., наверняка отправили бы на излечение.

Гораздо серьезнее то, что сторонники этого подхода либо не замечают, либо делают вид, что не замечают глубокое внутреннее противоречие между идеей информационного пространства как чего–то имеющего отчетливые границы. устанавливаемые тем, кто имеет на это право, то есть либо собственником (хозяином) этой территории, либо лицом, на это уполномоченным, – и реальной практикой, в которой у информационного пространства нет и не может быть собственника в традиционном смысле этого слова, нет и не может быть отчетливо обозначенных границ. А без хозяина и границ пространство теряет свои основные признаки, превращаясь в среду. Не случайно сейчас все чаще и чаще используются понятия "медиа–среда", "мультимедиа–среда" и т.п..

Попытки спасти понятие "информационное пространство" с помощью многочисленных оговорок напоминают ситуацию с птолемеевой моделью Вселенной накануне коперниканской революции. Рано или поздно придет Коперник, и все встанет на свои места.

Значительно перспективнее информационно–ноосферный подход к анализу информационного пространства. Уже выполненные в рамках этого подхода разработки позволяют говорить о том, что специалисты, работающие в этом направлении, готовы к переходу от общих концепций к созданию практических моделей информационного развития России.

Что касается социального подхода к рассмотрению информационно–коммуникативных процессов, то здесь, как было показано выше, просто безбрежное море работы,

которую, к сожалению, пока что никто не делает. А жаль. Потому что без разрешения социальных противоречий в информационной сфере вряд ли возможно развитие России в сторону открытого информационного общества.

Иосиф ДЗЯЛОШИНСКИЙ,
президент Правозащитного фонда "Комиссия по свободе доступа к информации"