

---

---

## ПОНЯТИЕ «ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО»: РАЗЛИЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ЕГО ИЗУЧЕНИЮ И ОСОБЕННОСТИ

**И.А. Добровольская**

Кафедра теории и истории журналистики  
Филологический факультет  
Российский университет дружбы народов  
*ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198*

Объектом исследования в статье является понятие информационного пространства и научные подходы к его изучению. На основании представленных материалов автор выделяет основные составляющие информационного пространства. Выделен сегмент российского информационного пространства. Оценивается состояние российского медиарынка на данный момент, приводится классификация ключевых каналов коммуникации с конкретными примерами. Делается вывод о произошедших изменениях в структуре информационного пространства.

**Ключевые слова:** информационное пространство, структура информационного пространства, российский медиарынок, производители и потребители информации, каналы коммуникации.

Понятие «информационное пространство» и различные его аспекты широко изучены в контексте разных сфер деятельности как с теоретической, так и с практической точки зрения.

В научной среде понятие «информационное пространство» было использовано впервые редактором журнала «Информационные ресурсы России» О.В. Кедровским [6]. Различные подходы к изучению этого понятия представлены в работах таких ученых, как Г.Г. Почепцов («Информационные войны»), С.Э. Зуев («Измерения информационного пространства: политики, технологии, возможности»), С.А. Модестов («Информационное противоборство как фактор геополитической конкуренции»), С.П. Расторгуев («Философия информационной войны»), О.В. Кедровский («Информационное пространство России»), И.М. Дзялошинский («Глобализация медиапространства и проблемы культурного разнообразия»), А.И. Ненашев («Информационное пространство современного общества: коммуникационный аспект»), М.А. Пильгун («Особенности формирования контента в русскоязычном медиапространстве»), А.В. Манойло («Государственная информационная политика в особых условиях»), В.Г. Машлыкин («Европейское информационное пространство»).

Появление понятия «информационное пространство» обусловлено возросшей потребностью общества в непрерывном информировании. Кроме того, формирование «информационного общества» тесно связано с внедрением инновационных технологий, сокративших время доставки информации до аудитории, позволивших быть в курсе всех событий, которые происходят в данный конкретный момент.

Прежде всего рассмотрим основополагающий термин «информация»: «информация — сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления» [16].

В Философском словаре дано следующее определение понятия «пространство»: «пространство — понятие, которое характеризует взаимное расположение сосуществующих объектов» [19].

Таким образом, соединив два понятия, мы получим некую систему взаимодействия субъектов и объектов окружающей среды, связанных посредством взаимодействия процессов производства и потребления сведений.

Данная система и будет являться информационным пространством. Рассмотрим определения понятия «информационное пространство», сформулированные в научных трудах.

В работе В.Л. Гирича и В.Н. Чуприной «Глобальное информационное пространство и проблема доступа к мировым информационным ресурсам» дано следующее определение: «Информационное пространство — совокупность информационных ресурсов и инфраструктур, которые составляют государственные и межгосударственные компьютерные сети, телекоммуникационные системы и сети общего пользования, иные трансграничные каналы передачи информации» [3]. Как мы видим, данная формулировка затрагивает технический аспект формирования информационного пространства.

Рассматривая данное понятие в контексте культурологии и социологии, С.М. Сороко утверждает, что «информационное пространство — это концептуальное пространство, отражающее мировосприятие людей современной эпохи» [14]. Иными словами, пространство, формирующееся под влиянием существующего в данный конкретный момент мировоззрения.

С.А. Проскурин в работе «Геополитическое измерение глобального информационного пространства» дает следующее определение: «Информационное пространство — пространство, в котором создается, перемещается и потребляется информация» [12]. Очевидно, ученый подразумевает некую ограниченную среду, которой привязаны информационные потоки.

С. Ширин, рассматривая данное понятие с точки зрения современной медиасистемы, говорит о том, что «мировое информационное пространство — интегрированные при помощи усовершенствованных в ходе информационной революции коммуникационных систем и способов передачи информации национальные и трансграничные информационные потоки» [20].

Наиболее полным и отражающим запросы современного общества, а также универсальным по отношению к различным сферам коммуникационной деятельности человека нам показалось определение информационного пространства, сформулированное в статье М.В. Катковой «Понятие „информационное пространство“ в современной социальной философии»: «Информационное пространство — это исторически сформировавшаяся, обеспеченная правовыми гарантиями и средствами, обеспечивающая наибольшую меру доступности для потребителя форм скоординированных и структурированных, территориально близких и удаленных

информационных ресурсов, аккумулирующих результаты коммуникационной деятельности людей» [5].

Обобщив проанализированные определения и научные труды, можно прийти к выводу, что в научной среде преобладают два подхода в изучении информационного пространства — технический подход и гуманитарный подход. Рассмотрим специфику каждого из них.

*Технический подход.* Информационное пространство представлено в организационно-техническом аспекте как система, осуществляющая передачу, обработку и хранение информации с использованием технических средств и других ресурсов. Информационному пространству в этом случае свойственна ограниченность и привязанность к каналам распространения данных. Так, А.И. Ненашев говорит о том, что «структуру информационного пространства определяют информационные технологии и материальные носители информации» [10], а именно базы и банки данных, технические средства хранения, передачи и обработки информации, коммуникационные сети.

Объектами информационного пространства с точки зрения точных наук являются информационные ресурсы, средства информационного взаимодействия и информационная инфраструктура [4]. Объекты изучения в этом случае будут иметь «материально-техническую природу» [9].

*Гуманитарный подход.* С точки зрения гуманитарных наук информационное пространство является совокупностью знаний и информации, формирующейся и постоянно изменяющейся в процессе эволюции общества.

Гуманитарное понятие информационного пространства предполагает полное отсутствие границ и привязанности к конкретной местности. Данный подход подразумевает, что объекты информационного пространства имеют «человеческую природу — люди и их сообщества» [9].

Так как данное исследование проводится на базе филологических наук, для изучения понятия «информационное пространство» мы будем придерживаться именно гуманитарного подхода.

Информационное пространство представлено как сфера «деятельности отдельных людей, профессиональных групп, субъектов государственного управления, экономических и политических отношений и т.п. — т.е. фактически любого субъекта деятельности, осуществляющего такую целиком или частично с использованием возможностей современных информационных технологий» [9].

Иными словами, как на глобальном, так и на локальном уровне мы можем рассматривать формирование информационного пространства, исходя из определенного контекста. Основой для изучения информационного пространства могут служить любые географические единицы, мировоззренческие постулаты, традиционные убеждения и сферы человеческой деятельности. Следовательно, тему искусства мы также можем изучать, анализируя освещение событий, связанных с ним, в информационном пространстве.

Б.Н. Лозовский представляет условия формирования информационного пространства [8]. На базе данных условий можно выделить составляющие, образующие *структуру информационного пространства*:

- аудитория, способная к восприятию транслируемой через каналы коммуникации информации;
- развитая и совершенствуемая система коммуникационных технологий (информационно-телекоммуникационная инфраструктура [8]);
- система международного взаимодействия на информационном и технологическом уровне.

Таким образом, информационное пространство представляет собой взаимодействие различных субъектов, производящих или потребляющих информацию, которые, в совокупности с различными процессами, образуют *структуру информационного пространства*.

А.В. Манойло предлагает универсальную *модель информационного пространства*. Она включает информационное поле, информационные потоки, каналы коммуникации СМИ и МК [9].

Субъектами и объектами информационного пространства являются производители и потребители информации соответственно (нюсмейкеры, эксперты, лидеры мнений, производители специальной информации (мода, товары, театр и кино, реклама) [9].

Как мы видим, информационное пространство имеет многокомпонентную структуру, основу которой составляют каналы коммуникации.

В учебных целях произведем сегментирование и рассмотрим российское информационное пространство исходя из существующих на сегодняшний день каналов коммуникации.

На российском медиарынке представлены как *традиционные*, так и *сетевые СМИ*. По данным Роскомнадзора от 10.04.2014, в России зарегистрировано около 88 519 СМИ. Большую часть из них составляют традиционные: 65,6 тыс. печатных изданий, 15,7 тыс. электронных СМИ (радио и телевидение), 1,7 тыс. информационных агентств. Общее количество сетевых СМИ (интернет-издания, интернет-каналы и радиостанции) составило 6,2 тыс. [7].

Самыми цитируемыми печатными изданиями по рейтинговым данным от 02.2014 являются «Коммерсантъ», «Известия», «Российская газета», «Ведомости», РБК Daily, «Московский комсомолец» журналы Forbes, «Итоги» и «Эксперт». Среди самых цитируемых интернет-ресурсов — Lenta.ru, Газета.ru и Newsru.com. Самые цитируемые электронные СМИ — телеканалы Lifenews, Россия 24, Первый канал, «Дождь», и радиостанции «Эхо Москвы», «Русская служба новостей» и «Радио Свобода» [13].

В современном информационном пространстве возросла значимость такого канала коммуникации, как *социальные медиа* (социальные сети, блоги и микроблоги, видеохостинги и фотохостинги).

В России наибольшей популярностью пользуются социальные сети «ВКонтакте» и американская социальная сеть Facebook. Согласно последним исследова-

ниям компании Adobe, американская социальная сеть Facebook занимает первое место по популярности, а количество пользователей Facebook на 11.01.2014 составило 1,4 млрд человек [2]. Что касается крупнейшей российской социальной сети «ВКонтакте», то на момент подготовки статьи ее аудитория составила более 260 млн пользователей [1].

По-прежнему популярными у российских интернет-пользователей являются *блоги* и *микроблоги*, что делает их эффективными каналами коммуникации при обеспечении информационной поддержки в различных сферах деятельности. Лидером среди веб-сервисов, позволяющих пользователям вести онлайн-дневники, является российский сайт LiveJournal.com. Российская аудитория LiveJournal, по данным на июль 2013 года, составляет 5,7 тыс. человек [20]. Абсолютным лидером среди микроблогов является сайт Twitter.com: общее число пользователей — 645 750 000 человек (по данным от января 2014 года) [22], российская аудитория — 7,9 млн человек [13].

Поскольку видео- и фотоматериалы способны оказать более сильное воздействие на аудиторию, чем обычный текст, нельзя недооценивать такие социальные медиа, как видеохостинги — сайты, позволяющие хранить и воспроизводить видеофайлы, и фотохостинги — сайты для хранения и публичной демонстрации фотографий.

На сегодняшний день наиболее посещаемым видеохостингом в России является мировой лидер Youtube.com. У данного ресурса более 51 млн российских интернет-пользователей (по данным от 21.03.2013 [20]). На втором месте по популярности — российский сайт Rutube.ru: 15 млн уникальных пользователей по данным от 22.08.2014 [17].

Для каждой конкретной сферы деятельности большую роль играют *специализированные сайты*. Данные сайты посвящены конкретной тематике, сфере деятельности, области знаний и т.п. Специализированные сайты можно условно разделить на информационные и коммерческие. К первым относятся все сайты, содержащие узкоспециализированную информацию, к коммерческим — все сайты, с помощью которых осуществляется торговля товарами или услугами в данной конкретной сфере.

Таким образом, российское информационное пространство представляет собой многомерную структуру. Современный медиарынок, помимо традиционных каналов коммуникации, включил в себя систему ресурсов и технологий интернет-пространства. Такая интеграция способствует расширению аудитории и усилению влияния СМИ на массовое сознание.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Аудитория «ВКонтакте» // Социальная сеть «ВКонтакте». — URL: [http://vk.com/page-47200925\\_44240810/](http://vk.com/page-47200925_44240810/) (дата обращения: 24.09.2014).
- [2] *Гайнуллина А.* «ВКонтакте» вошел в топ-10 крупнейших соцсетей мира // РИА Новости: электрон. изд. 2014. — 11 янв. — URL: <http://ria.ru/world/20140111/988713690.html> (дата обращения: 10.07.2014).

- [3] *Гирич В.Л., Чуприна В.Н.* Глобальное информационное пространство и проблема доступа к мировым информационным ресурсам [Электронный ресурс] // Российская государственная библиотека. — URL: [http://www.rsl.ru/upload/mba2007/mba2007\\_05.pdf](http://www.rsl.ru/upload/mba2007/mba2007_05.pdf) (дата обращения: 15.06.2014).
- [4] *Жилкин В.В.* К вопросу понимания сущности термина «информационное пространство» [Электронный ресурс] // Центр системного анализа. — URL: <http://rosanaliz.ru/Post.aspx?Post=107> (дата обращения: 04.03.2014).
- [5] *Каткова М.В.* Понятие «информационное пространство» в современной социальной философии // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. — 2008. — Вып. 2. — С. 23—26.
- [6] *Кедровский О.В.* Информационное пространство России // Информационные ресурсы России. — 1994. — № 4. — С. 2—3.
- [7] Количество печатных СМИ в России все еще преобладает над числом интернет-изданий [Электронный ресурс] // Информ. агентство «Пресс лайн». 2012. — 6 фев. — URL: <http://www.press-line.ru/novosti/2012/02/kolichestvo-pechatnyh-smi-v-rossii-vse-eshhe-preobladaet-nad-chislom-internet-izdaniy.html> (дата обращение: 8.04.2014).
- [8] *Лозовский Б.Н.* Журналистика: крат. слов. — Екатеринбург, 2004. — URL: [http://www.eunnet.net/metod\\_materials/jdictionary/?xsl=article.xslt&id=a72](http://www.eunnet.net/metod_materials/jdictionary/?xsl=article.xslt&id=a72).
- [9] *Манойло А.В.* Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. — М.: МИФИ, 2003. — 388 с.
- [10] *Ненашев А.И.* Информационное пространство современного общества: коммуникационный аспект: Автореф. дисс. ... канд. филос. наук. — Саратов, 2008. — 32 с.
- [11] Перечень наименований зарегистрированных СМИ // Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. — URL: <http://rkn.gov.ru/mass-commun/> (дата обращения 10.09.2014).
- [12] *Проскурин С.А.* Геополитическое измерение глобального информационного пространства // Геополитика: Учеб. / Под общ. ред. В.А. Михайлова. — М.: Изд-во РАГС, 2007. — 261 с.
- [13] Рейтинг федеральных СМИ — февраль 2014 // Информационно-аналитическая система «Медиалогия» [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.mlg.ru/ratings/federal\\_media/](http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/) (дата обращения: 09.04.2014).
- [14] *Сороко С.М.* Структура информационного пространства культуры / Педагогические науки: Культурология № 15 // Вестник ПГУ. Серия Е. — 2012. — № 15.
- [15] Твиттер + 48% российской аудитории, Facebook — 36% // Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде Cossa. 2013. — 1 нояб. — URL: <http://www.cossa.ru/news/244/54054/> (дата обращения: 15.06.2014).
- [16] Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ // Российская газета (Федеральный выпуск). — № 4131, 2006. — 29 июля.
- [17] *Федосеев А.* Rutube стал популярней // Исследовательское агентство рынков ИКТ и медиа ComNews Research. — 2014. — 22 авг. — URL: <http://www.comnews.ru/node/87030> (дата обращения: 13.09.2014).
- [18] Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. — М.: Республика, 2001. — С. 356.
- [19] Число пользователей Youtube превысило один миллиард // Postimes: электр. изд. — URL: <http://rus.postimees.ee/1176498/chislo-polzovatelej-youtube-prevysilo-odin-milliard/> (дата обращения: 24.04.2014).
- [20] *Ширин С.* Фактор внешней среды в современной глобальной системе международных отношений // Международные процессы. — 2005. — Т. 3. — № 3(9).
- [21] *Smith C.* (July 2013) By the Numbers: Russian Social Media Stats. Digital Marketing Ramblings. 2013, 28 jul. URL: [http://expandedramblings.com/index.php/russian-social-media-stats-yandex-vkontakte/#.U16PB\\_1\\_t1c](http://expandedramblings.com/index.php/russian-social-media-stats-yandex-vkontakte/#.U16PB_1_t1c) (Accessed 19 August 2014).
- [22] Twitter Statistics/Statistic Brain. 2014, 1 jan. URL: <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics/> (Accessed 28 June 2014).

## LITERATURA

- [1] Auditoriya «Vkontakte». Russian social media «Vkontakte». URL: [http://vk.com/page-47200925\\_44240810/](http://vk.com/page-47200925_44240810/) (accessed: 24.09.2014).
- [2] Gaynullina A. “Vkontakte” voshel v top-10 krupneyshih sotssetey mira. RIA Novosti. 2014, 11 jan. URL: <http://ria.ru/world/20140111/988713690.html> (accessed: 10.07.2014).
- [3] Girich V.L., Chuprina V.N. Globalnoe informatsionnoe prostranstvo i problema dostupa k mirovym informatsionnyim resursam. Rossiyskaya gosudarstvennaya biblioteka. URL: [http://www.rsl.ru/upload/mba2007/mba2007\\_05.pdf](http://www.rsl.ru/upload/mba2007/mba2007_05.pdf) (accessed: 15.06.2014).
- [4] Zhilkin V.V. K voprosu ponimaniya suschnosti termina ‘informatsionnoe prostranstvo’. Tsentr sistemnogo analiza. URL: <http://rosanaliz.ru/Post.aspx?Post=107> (accessed: 04.03.2014).
- [5] Katkova M.V. Ponyatie ‘informatsionnoe prostranstvo’ v sovremennoy sotsialnoy filosofii // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filosofiya. Psihologiya. Pedagogika. 2008, no. 2. P. 23—26.
- [6] Kedrovskiy O.V. Informatsionnoe prostranstvo Rossii. Informatsionnyie resursyi Rossii. 1994, no. 4. P. 2—3.
- [7] Kolichestvo pechatnyh SMI v Rossii vse esche preobladaet nad chislom internet-izdaniy. Information agency ‘Press layn’. 2012, 6 feb. URL: <http://www.press-line.ru/novosti/2012/02/kolichestvo-pechatnyh-smi-v-rossii-vse-eshhe-preobladaet-nad-chislom-internet-izdaniy.html> (accessed: 8.04.2014).
- [8] Lozovskiy B.N. Zhurnalistika: krat. slov. Ekaterinburg, 2004. URL: [http://www.eunnet.net/metod\\_materials/jdictionary/?xsln=article.xslt&id=a72](http://www.eunnet.net/metod_materials/jdictionary/?xsln=article.xslt&id=a72) (accessed: 13.10.2014).
- [9] Manoylo A.V. Gosudarstvennaya informatsionnaya politika v osobiyh usloviyah. Moscow, MIFI, 2003. P. 13—59.
- [10] Nenashev A.I. Informatsionnoe prostranstvo sovremennoogo obschestva: kommunikatsionnyiy aspekt. *Extended abstract of PhD dissertation (Philology)*. Saratov, 2008. 32 p.
- [11] Perechen naimenovaniy zaregistrirrovannyh SMI. Federalnaya sluzhba po nadzoru v sfere svyazi, informatsionnyh tehnologiy i massovyh kommunikatsiy. URL: <http://rkn.gov.ru/mass-commun/> (accessed: 10.09.2014).
- [12] Proskurin S.A. Geopoliticheskoe izmerenie globalnogo informatsionnogo prostranstva. Geopolitika. Moscow: RAGS, 2007. 261 p.
- [13] Reyting federalnyh SMI — fevral 2014. Informatsionno-analiticheskaya sistema ‘Medialogiya’. URL: [http://www.mlg.ru/ratings/federal\\_media/](http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/) (accessed: 09.04.2014).
- [14] Soroko S.M. Struktura informatsionnogo prostranstva kulturyi. Pedagogicheskie nauki: Kulturologiya no. 15. Vestnik PGU. 2012, no. 15.
- [15] Twitter 48% rossiyskoy auditorii, Facebook — 36%. Informatsionnyiy portal o marketinge i kommunikatsiyah v tsifrovoy srede Cossa. 2013, 1 nov. URL: <http://www.cossa.ru/news/244/54054/> (accessed: 15.06.2014).
- [16] Federalnyiy zakon Rossiyskoy Federatsii ot 27 iyulya 2006 g. N 149-FZ // Rossiyskaya gazeta (Federalnyiy vyipusk). no. 4131, 2006, 29 jul.
- [17] Fedoseev A. Rutube stal populyarny. Issledovatel'skoe agentstvo ryнков IKT i media ComNews Research. 2014, 22 aug. URL: <http://www.comnews.ru/node/87030> (accessed: 13.09.2014).
- [18] Frolova I.T. Filosofskiy slovar. Moscow: Respublika, 2001. P. 356.
- [19] Chislo polzovateley Youtube prevysilo odin milliard. Postimes. URL: <http://rus.postimees.ee/1176498/chislo-polzovatelej-youtube-prevysilo-odin-milliard/> (accessed: 24.04.2014).
- [20] Shirin S. Faktor vneshney sredy v sovremennoy globalnoy sisteme mezhdunarodnyh otnosheniy. Mezhdunarodnyie protsessyi. 2005. T. 3. no. 3(9).

- [21] *Smith C.* (July 2013) *By the Numbers: Russian Social Media Stats. Digital Marketing Ramblings.* 2013, 28 jul. Available at: [http://expandedramblings.com/index.php/russian-social-media-stats-yandex-vkontakte/#.U16PB\\_1\\_t1c](http://expandedramblings.com/index.php/russian-social-media-stats-yandex-vkontakte/#.U16PB_1_t1c) (accessed 19 August 2014).
- [22] *Twitter Statistics / Statistic Brain.* 2014, 1 jan. Available at: <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics/> (accessed 28 June 2014).

## **THE CONCEPT OF “INFORMATION SPACE”: DIFFERENT APPROACHES TO ITS STUDY AND FEATURES**

**I.A. Dobrovolskaya**

Department of theory and history of journalism  
Peoples' Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklaya str., 10/2, Moscow, Russia, 117198*

The study object in this article is the notion of ‘information space’ and scientific approaches to its research. On the basis of submitted sources the author identifies the main components of the information space. The author continues the study of the concept with highlighting a segment of the Russian information space. The current state of the Russian media market is being assessed and the key communicational channels are classified with specific examples. A conclusion is made on the changes that had occurred in the structure of the information space.

**Key words:** information space, information space structure, Russian media market, information producers and consumers, communicational channels.