

повысить не только лояльность общества, но и улучшить эффективность бизнеса, что скажется на доходах учредителей, менеджеров, составов советов директоров.

Литература

1. Porter, M.E. Strategy and Society: Corporate Social Responsibility and the Competitive Advantage / M.E. Porter // Liverpool Summit – Transforming Technology October 1, 2008. – P. 26.
2. Freeman, R.E., Velamuri S.R., Moriarty, B. Company Stakeholder Responsibility: A New Approach to CSR. – Business Roundtable Institute for Corporate Ethics, 2006. – P. 19.
3. Полунин, К.А. Государственное регулирование социальной ответственности Российских корпораций / К.А. Полунин. – М.: Фин. акад. при Правительстве РФ, 2009. – С. 167. А-р 18 с.

Ирина Сидорская

Белорусский государственный университет

О понятиях «пространство», «поле», «среда» и «сфера» применительно к массовой коммуникации

В научных работах, посвященных выявлению закономерностей и трендов в области массовой коммуникации, для обозначения объекта исследования используется определенный набор понятий: «информационное пространство», «медиафера», «коммуникационная среда», «массмедийное пространство», «информационное поле» и др.³ В настоящей статье мы ставим цель провести демаркацию между понятиями «пространство», «поле», «среда» и «сфера» невзирая на то, как тот или иной исследователь склонен обозначать их качество: «информационное», «коммуникационное» либо «массмедийное». Конечно, перечисленные понятия являются частично синонимичными, что приводит к нередко встречающейся замене их друг другом в рамках одного исследовательского текста. Однако наличие разных

³Белорусская национальная медиасреда: Социологический аспект / А.В. Гусев, В.И. Ермак, О.Э. Жнивень, В.М. Литвинович, В.В. Маючий, С.П. Николаенко // под ред. О.А. Пролесковского, Л.Е. Криштаповича. – Минск, 2011; Войтик, Е.А. Медиапространство спортивной коммуникации: концептуальный подход в понимании сущности // Вестник СПбГУ. – Сер. 9. – Вып. 1. – 2014. – С. 235–247; Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография. – М., 2013; Данильченко А.В., Якушенко К.В., Потребин А.В. Информационный рынок и единое информационное пространство: мировой контекст и белорусский опыт. – Минск, 2015; Кириллова, Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М., 2005; Коммуникативные практики в современном медиапространстве [Текст]: монография / сост. Л.П. Шестеркина. – Челябинск, 2014; Конструктивное информационное поле: инновационная модель / А.И. Шабловский, Г.П. Коршунов, В.В. Гончаров, Е.С. Суркова. – Минск, 2005; Лизунова, И.В. Медиапространство российского региона: книга, пресса, радио, телевидение, интернет (на примере Сибири и Дальнего востока 1991–2011 гг.). – Новосибирск, 2013; Медиафера Беларуси: Социологический аспект / под общ. ред. В.О. Дашкевича. – Минск, 2014; Правдивец В.В., Ротман Д.Г., Русакевич В.В. Информационное поле Республики Беларусь. Структура и подходы к изучению. Формирование и развитие. – Минск, 2009; Толстик, И.А. Медиафера в условиях глобализирующегося мира. – Минск, 2007; Юдина, Е.Н. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения): Автореф. дис. ... д-ра социол. наук. – М., 2008; Яковлев, И.П. Стратегическое управление медиасферой: Учебное пособие. – СПб., 2014.

дефиниций свидетельствует об оттенках смысла, которые следует не игнорировать, а, наоборот, тщательно прояснять, что позволит получить новое знание.

В качестве исходного понятия рассмотрим категорию «пространство», которая активно употребляется в русскоязычном научном дискурсе с 90-х гг. XX столетия.

В философском понимании пространство – это форма бытия материи. Пространство характеризуется протяженностью, структурностью, взаимодействием элементов, что объясняет его возможность влиять на субъекты, скорость, ход и условия коммуникации.

В философии и естествознании, начиная с античности, существовали две основных концепции пространства [2, с. 73–74]. Первая была сформирована древними атомистами Демокритом, Эпикуром, Лукрецием и трактовала пространство как пустую территорию, заполненную различными объектами чувственного восприятия, а потому однородную (одинаковую во всех точках) и бесконечную. Вторая концепция восходит к Аристотелю, Декарту, Лейбницу и определяет пространство как отношение («порядок»), применимое к «ряду» тел. Соответственно, как таковое пространство не существует, а является продуктом восприятия.

Первая концепция была развита в связи с разработкой основ классической физики И. Ньютоном. По Ньютону, пространство есть пустое «вместилище тел», абсолютно неподвижное, непрерывное, бесконечное, однородное и изотропное, не воздействующее на материю и не подвергающееся ее воздействиям. А поскольку (и здесь мы солидарны с И.М. Дзялошинским) большинство гуманитариев учили физику по Ньютону, то в гуманитарных исследованиях, публицистике, обыденном словоупотреблении чаще обнаруживается именно этот подход, согласно которому пространство – некая пустая территория, которая заполняется объектами чувственного восприятия. Поэтому, говоря о пространстве, чаще всего подразумевают место, где что-то находится (например, информация), что-то происходит (например, коммуникация), или сцену, на которой действуют какие-то субъекты (например, культурное пространство как место действия духовных сил).

Особенность второй концепции состоит в том, что в ней отвергается представление о пространстве как о чем-то самостоятельном, существующем наряду с материей и независимо от нее. Пространство есть отношение, применимое лишь ко многим телам. В XX в. эта концепция получила мощный импульс благодаря теории относительности А. Эйнштейна, основная идея которой состоит в том, что свойства пространства определяются телами, которые в нем находятся. Тела искривляют пространство, а если их вообще нет, то бессмысленно говорить о пространстве.

Эта трактовка пространства нашла свое развитие в появившейся в это же время *концепции поля*, главной особенностью которой является утверждение, что свойства пространства определяются свойствами находящихся в нем тел. При движении тел с очень большими скоростями, близкими к скорости света, происходит изменение поля, приводящее, в свою очередь, к изменению пространственных и временных свойств тел.

Таким образом, концепция поля фиксирует зависимость данного пространства от особенностей находящихся в нем тел, что и позволило создателю советской, а затем и российской теории журналистики Е.П. Прохорову определить информационное поле как область распространения конкретного СМИ (например, «информационное поле ОРТ»), а информационное пространство – как систему информационных полей различных СМИ, из которых каждая конкретная аудитория формирует свои конкретные наборы источников информации и выбираемые из них тексты [3, с. 194]. Данная концепция основывается на подходе П. Бурдье к социальному пространству как комплексу автономных, хотя и топологически непрерывных, полей. При этом различные поля имеют разную силу и размеры, что определяет их иерархию, вследствие которой одни поля могут выступать субполями других [1].

Концепция пространства как «пустого пространства», «вместилища» близка, на наш взгляд, к пониманию пространства как «*среды*» – окружающего человека мира. Такое понимание среды было введено в общественные науки французским философом, создателем культурно-исторической школы в искусствознании И.А. Тэнном. Его теория среды признавала человека зависимым от нее и поэтому неответственным за действия, спровоцированные ею. Исследуя искусство как составную часть общественного целого, Тэн в качестве основного фактора, определяющего своеобразие искусства в тот или иной исторический период, в рамках той или иной национальной традиции, считал среду. Впоследствии теория среды развивалась, но и сегодня мы чаще всего воспринимаем среду как место, природные или иные условия, в которые человек погружен, а не как сферу реализации человеческой активности. Поэтому, например, в исследованиях Е.П. Прохорова информационная среда – это совокупность источников информации, в которую «погружена» конкретная аудитория [3, с. 194].

В отличие от «среды», слово «*сфера*» подчеркивает активный характер действующих в ней субъектов, реализующих те или иные цели, осуществляющих определенные действия, программы и потому влияющих на происходящие в ней процессы. Следовательно, если мы хотим акцентировать роль субъектов в преобразовании своего «месторасположения», то уместнее использовать понятие «сфера».

Существует еще одна особенность, которую следует учитывать при оперировании понятиями «среда» и «пространство», это разная трактовка границ. Среда – это в любом случае ограничение, в отличие от пространства, которое, скорее всего, такому ограничению противится. Здесь уместно вспомнить рассуждения о пространстве М. Хайдеггера: «Но как мы сумеем отыскать собственное существо пространства? На случай крайней нужды есть спасательный мостик, правда, ветхий и шаткий. Попробуем прислушаться к языку. О чем он говорит в слове «пространство»? В этом слове говорит простирание. Оно значит: нечто просторное, свободное от преград. Простор несет с собой свободу, открытость для человеческого поселения и обитания» [4, с. 314]. Т. е. пространство способно «впустить в себя», это место воплощения человеческой экзистенции, самоорганизующаяся система. Хотя у любого информационного пространства всегда есть субъект, который и обозначает границы своего информационного пространства, эти границы проницаемы, условны, постоянно расширяются. «Среда» же имеет объективные, физические границы, устойчивость которых значительно выше.

Таким образом, существуют две основных концепции пространства: как «пустого вместилища тел» (и эта концепция близка к понятию «среда», однако между ними существует важное отличие в трактовке границ) и как «отношения, применимого к ряду тел». Вторая концепция пространства лежит в основе концепции поля, суть которой в детерминации свойств поля свойствами составляющих его тел. В ней подчеркивается активная роль субъектов и процессов в определении современного состояния пространства–поля. Концепция сферы родственна концепции среды в отношении границ, а концепции пространства – в отношении активной роли субъектов. Эти выводы имеют важное значение при выборе собственной методологической позиции и соответствующих ей понятий.

Литература

1. Бурдые, П. Социальное пространство: поля и практики. Сборник статей. Составление, общая редакция перевода и послесловие Н. А. Шматко / П. Бурдые. – М., 2005: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/3707>
2. Дзялошинский, И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И. М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013.
3. Прохоров, Е. П. Журналистика и демократия / Е. П. Прохоров. – М.: РИП-Холдинг, 2001.
4. Хайдеггер, М. Искусство и пространство / М. Хайдеггер *Время и бытие: Статьи и выступления*: Пер. с нем. – М.: Республика, 1993.