

■ ■ ■ Формирование медиапространства в условиях столкновения компетенций субъектов коммуникаций

Горохов А.М.

Публичное акционерное общество «Объединенная авиастроительная корпорация», Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Влияние недобросовестных коммуникативных практик и факторов дестабилизации социальных отношений следовало бы верифицировать интеллектуальными механизмами профилактики. Особенности системных проблем с информационной сферой деятельности не дают возможности свободно рассуждать о выгодах развития информационного общества. Рост неопределенности поведения субъектов коммуникации в мировом информационном пространстве сохраняется. По-прежнему, трудоемкими остаются задачи информационно-аналитического сопровождения государственной и международной деятельности, которые выходят на первый план в условиях следования трендам глобализации.

Субъекты социальных отношений могут иметь большое количество взаимных сведений и компетенций, что увеличивает взаимообмен информации, и наоборот. Конкурентное столкновение компетенций в медиапространстве может быть сведено к решению творческой задачи. Состязательный характер конкуренции целесообразно направлять на познание новейших компетенций. Творческий характер конкуренции способствует развитию уже существующих компетенций. Соответственно, организация деятельности предполагает не просто обучение новых людей, но подбор и переподготовку многих уже действующих управленцев. Все дело в целях и характере профессиональной (пере)подготовки. А также в особенностях подбора управленцев для работы в особых современных условиях, которые требуют корректировки существующих и адаптации вновь внедряемых управленческих компетенций в части касающейся стабилизации социальных отношений.

Ключевые слова: медиапространство, медиа-концепт, компетенции субъектов коммуникации

Для цитирования: Горохов А.М. Формирование медиапространства в условиях столкновения компетенций субъектов коммуникаций // Коммуникология. 2018. Том 6. № 5. С. 82-88. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-5-82-88.

Сведения об авторе: Александр Михайлович Горохов, ПАО «Объединенная авиастроительная корпорация», департамент маркетинга по странам Европы и СНГ, ведущий специалист. Адрес: 101000, Россия, г. Москва, Уланский пер., 22/1.
E-mail: aeronautic2014@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию: 04.10.2018. *Принята к печати:* 17.10.2018.

Из истории цивилизации известно, что общественно-коллективная деятельность приобщала человека к свободе на уровне средств, методик, инструментов труда [Антоновский: 270-284]. Как правило, в античном мире, владеть «принуж-

дали» рабов, а воинов «обучали» и жрецов в конкретных коллективных или индивидуальных ситуациях использовать свои способности и инструменты в определенных целях. Поэтому, из истории цивилизации так же известно, что используемые орудия труда или боевые средства чаще всего носили индивидуальный характер и применялись в соответствии со способностями человека [Шлёкин: 200-210]. Что касается применения информации как средства осуществления социальных отношений, то для информации особое внимание необходимо из-за принципиального ее отличия от материальных средств.

Развитие негативных практик и противоборства в информационном пространстве

Во всем мире неуклонно, происходит увеличение численности людей, работающих в информационной сфере [Selwyn]. С середины 90-х годов прошлого века в России также происходит резкий рост информационного производства и технологий. Глобализация преумножает запросы воспроизводства и применения в информационных ресурсах и увеличивает информационные потоки между странами [Попов, Гришина: 19-21]. Социологи связывают активизацию информационных процессов с интенсификацией социальных отношений и необходимости создания условий для реализации жизненных практик и проявления человеком своей активности.

Увеличение интенсивности общения, рост объема недостоверной информации требуют применения значительных усилий по противодействию негативным практикам и преднамеренным манипуляциям, вызывающим накопление потенциала неопределенности и провоцирование кризисных состояний. Неопределенность характеризует функционирование социальных отношений как недостоверных, и вовлечение в социальные отношения неопределенной массы людей [Кирия, Новикова: 26-37]. Например, если речь идет об общепризнанных социальных конструктах «открытости» и «безопасности», то на первый план многофункционального информационного пространства выходит достоверность социального действия при решении практических проблем, при повышении качества действий, при сохранении субъектом коммуникации своей репутации, при распределении субъектами коммуникации ресурсов на формирование гудвилла организации [Шарков, 2015: 7-32].

Информационное противоборство только усиливает естественную predisposition внимания и познавательной деятельности человека к вопросам концентрации сложно добываемых, ценных и достоверных ресурсов, которые необходимы для его жизнедеятельности. Влияние образов информационного противоборства между носителями современных социальных отношений и влияние эволюции информационного пространства пока явно не осязаемо. Однако, не вызывает сомнения, что информационное противоборство обуславливает необходимость выбора и применения уравнивающих информационных императивов.

Итак, осмысление технологий, применяемых в общественном секторе, направлено на то, каким образом формы информационных носителей и отношений в сообществах связаны с необходимостью рациональной деятельности. Необходимость все чаще выражается в реальности и принимает формы медиа-исследований, нацеленных на оценку информационных императивов. В большинстве таких коллективных или индивидуальных исследований единицей исследования выступает текст. В частности текст доктринальных документов государства или международного пространства по смежным вопросам развития всемирного информационного пространства [Шарков, Горохов: 114]. В развитие данной темы социальных отношений целесообразным представляется учитывать в качестве единиц исследования не только текст, но и современные технологии. Тогда имеется возможность расценивать информационные императивы не только по доминированию в текстах коммуникации каких-либо малоизученных информационных конструкций. Необходимы более очевидные медиа-концепты подтверждающие факт комплексного влияния современных технологий и средств массовой информации на аспекты восприятия и мышления, оценки социальных отношений и миропонимания [Кириллина]. Ведь именно интегративная особенность информационно-коммуникационных технологий позволяет людям объединять базовые представления о мире и говорить о потребностях в оперировании когнитивным конструктом массовой коммуникации [Шкодин: 144-149].

В данной статье в качестве такого медиа-концепта рассматривается «медиапространство». «Медиапространство» терминологически обладает свойством дискурсивной уникальности. В данном случае дискурс рассматривается как динамическая и регулярно пополняющаяся структура, которая отражает социально-политические события и регулирует облик того или иного объекта восприятия и познавательной деятельности в повседневных социальных отношениях. В то же время дискурс не транслирует «вертикальные» исторически и культурно-обусловленные коннотации, то есть лишен тех фоновых знаний, сведений и фактов, узко и субъективно влияющих на восприятие «медиапространства».

Репрезентация медиапространства основывается как на когнитивных положениях, так и на лингвокультурологических принципах анализа, который выполняется с учетом свойств конкурентной информационно-коммуникационной среды современных социальных отношений.

Компетенции субъектов социальных отношений

В процессах исследования медиапространства и оценки информационных императивов, например, «информационной войны» или «информационного противоборства» неизбежно пересекаются профессиональные компетенции множества субъектов коммуникации, имеющих различные, порой несопоставимые организационные условия деятельности. В целом, компетенции субъектов социальных отношений раскрываются в процессе коммуникации в пределах конкретного коммуникационного пространства, обуславливаемого концептом «ме-

диапространства». В одних случаях компетенции так или иначе согласуются или даже синхронизируются. В других же случаях компетенции сталкиваются и в каких-то случаях вступают в столкновение.

Конкурентное столкновение компетенций в медиапространстве может быть регулятивно сведено к решению творческой задачи, к совместному выполнению анализа проблемы охвата в медиапространстве совокупности необходимых информационных императивов. А состязательный характер конкуренции целесообразно направлять на познание новейших компетенций. Творческий характер конкуренции способствует развитию уже существующих компетенций. При этом актуальной остается сквозная задача сохранения достоверности и транспарентности изменений. Субъекты социальных отношений являются носителями большого количества сведений и компетенций, что увеличивает доступ к взаимообмену информации, и наоборот [Голицын, Петров: 23-64].

Информационно-смысловая логика, вложенная в понятие конкурентного столкновения компетенций, позволяет осуществлять комплексный анализ медиапространства с нескольких позиций. Во-первых, логика формирования медиа-концептов. Во-вторых, уточнение модели информационного поиска. И, в-третьих, определение оценок и реакций субъектов коммуникации на причисляемые к медиапространству информационные императивы. Методическая организация для основных задач рассмотрения процессов взаимодействия субъектов коммуникации с явным конкурентным столкновением компетенций имеет несколько важных решений. Во-первых, параметрический характер конкурентного столкновения компетенций требует осознанного выбора методик и подходов для совместного формирования сегмента медиапространства совместными усилиями субъектов по условию достоверности информации. Во-вторых, для продолжения взаимодействия между субъектами в условиях столкновения компетенций необходимо сохранение у коммуникантов возможности, желания и воли продолжать отношения и, соответственно, коммуникации. Для чего важно рассматривать с использованием социологических подходов действий, которые структурируют информацию для взаимного понимания и принятия решений по формированию общего поля медиапространства. А также выработка на основе управленческих знаний решений по корректировке и регулированию в период столкновения компетенций, так как необходимость мониторинга конфликтных ситуаций и перерастание конкуренции в прямое столкновение аргументов и контраргументов в коммуникативном процессе является вероятно очевидным явлением в любой социальной среды.

Выводы

Информационный контекст для исследования социальных отношений и организации взаимодействия субъектов коммуникации представляется существенным, т.к. на определенном ресурсном потенциале жизненного цикла социальной системы, формирующей модели медиапространства. Формирование

медиапространства также должно осуществляться с учетом глобальных трендов образования и популяризации массовых информационных императивов. Целесообразно в этом процессе рассматривать особенности композиции когнитивной, лексико-семантической и лингво-культурологической специфик совместного анализа медиа-концептов, который может быть инициирован при конкурентном столкновении профессиональных компетенций субъектов социальных отношений (коммуникации).

Исследования информационных императивов коммуникации приводят к осуществлению адекватного коммуницирования в фактических условиях социальных отношений, включая уместное применение информации и технологий [Шарков, Баранов, Гайденок]. При этом важно обеспечение достоверности информации и оправданности применения конкретных (коммуникационных) социальных систем, например, достоверных социальных технологий, основной контент которых легко формируется в массовом формате. Речь идет о выработке императивов как общезначимых нравственных предписаний, совокупности требований и качественных положений, касающихся моделирования новых компетенций и адекватного учета корреляций между современными информационными полями и организационными целями воспроизводства стабильных социальных отношений.

Источники

Антоновский А. (2012). О технике как культуре, технологической манипуляции и технологической нормативности. Сб. научных работ под ред. О.Е. Столяровой «Онтологии артефактов: взаимодействие «естественных» и «искусственных» компонентов жизненного мира. М.: Изд. дом «Дело» РАНХиГС. С. 270-284.

Голицын Г.А., Петров В.М. (2017). Информация. Поведение. Язык. Творчество. М.: ЛЕНАНД. С. 23-64.

Каптерев А.И., Гришина Т.В., Осетров Е.Т. (2015). Интегральные критерии эффективности управления профессионализацией // *Труд и социальные отношения*. №2. С. 3-22.

Кириллина Н.В. (2018). Право на город: репрезентация и воспроизведение данных в городской информационной среде // *Коммуникология*. Т.6. №2. С. 166-123.

Кирия И.В., Новикова А.А. (2017). История и теория медиа. М.: Изд. Дом ВШЭ. С. 26-28.

Попов Ю.Н., Гришина Т.В. (2017). Социокультурные коммуникации как фактор глобально-го социально-экономического управления // *Коммуникология*. Т.5. №1. С. 19-21.

Степанова Г.Б. (2010). Творческий компонент деятельности по разработке инновационного продукта. Сб. научных работ по ред. М.С. Киселева. М.: Прогресс-Традиция. С.335-336.

Шарков Ф.И. (2015). Константы гудвилла: стиль, имидж, бренд, репутация, известность. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2015. 7-32.

Шарков Ф.И., Горохов А.М. Применение социальных технологий в исследовании информационных императивов коммуникации (на примере информационного противоборства). 2018, Т.2, №6. С.105-115. DOI: 10.21453/2311-3065-2018-6-2-105-115.

Шарков Ф.И., Баранов А.В., Гайденок С.П. (2018). Консолидирующая роль социокультурных коммуникационных императивов глобального управления // *Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление*. №4 (95). С. 113-117.

Шкондин М.В. (2014). Функциональная целостность медиасистемы. Известия Иркутской государственной экономической академии. № 2. С. 144-149.

Шлёкин С.И. (2018). Техника: Современные проблемы развития. М.: ЛЕНАНД, С. 200-210.
 Maskay W.E. (1999). Media Spaces: Environments for Informal Multimedia Interaction", in Beaudouin-Lafon (Ed.) Computer Supported Co-operative Work. P. 55-82, Chichester: John Wiley & Son Ltd.

Selwyn N. (2002). Defining the digital divide: developing a theoretical understanding of inequalities in the information age. Occasional paper 49, Cardiff University School of Social Sciences.

■ ■ ■ Formation of Media Space within the Clash of Competences of Communication Subjects

Alexander M. Gorokhov

United Aircraft Company, Moscow, Russia.

Abstract. The influence of unfair communication practices and factors of destabilization of social relations should be verified by intellectual mechanisms of prevention. Features of system problems within the information sphere of activity do not give the chance to argue freely about benefits of development of information society. The growth of uncertainty in the behavior of communication subjects in the global information space remains. Still, the tasks of information and analytical support of state and international activities, which come to the fore in the context globalization trends, remain time-consuming.

Subjects of social relations can have a large number of mutual information and competencies, which increases the interchange of information, and vice versa. Competitive clash of competencies in the media space can be reduced to solving a creative problem. Competitive nature of competition should be directed to the knowledge of the latest competencies. The creative nature of competition contributes to the development of existing competencies. Accordingly, the organization of activities involves not just training new people, but the selection and retraining of many existing managers. It is all about the purpose and nature of professional (re)training and the process of the selection of managers to work in special modern conditions that require adjustment of existing and adaptation of newly introduced managerial competencies in terms of stabilization of social relations.

Keywords: media space, media concept, competence of communication subjects

For citation: Gorokhov A.M. Formation of media space within the clash of competences of communication subjects. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No.5. P. 82-88. DOI 10.21453 / 2311-3065-2018-6-5-82-88.

Inf. about the author: Alexander Mikhailovich Gorokhov, United Aircraft Company, Marketing department for Europe and CIS, Leading Spec. Address: 101000, Russia, Moscow, Ulansky lane, 22/1. E-mail: aeronautic2014@yandex.ru.

Received: 04.10.2018. *Accepted:* 18.10.2018.

References

Antonovsky A. (2012). On technology as culture, technological manipulation and technological normativity. In sc. bulletin Ontologies of artifacts: an interrelation between «natural» and «artificial» components of the lifeworld / Ed. O.E. Stolyarova. Moscow: «Delo» RANEP. P. 270-284 (In Rus.).

- Golitsyn G.A., Petrov V.M. (2017). Information. Behavior. Language. Creativity. Moscow: LENAND. P. 23-64 (In Rus.).
- Kaptev I.V., Grishina T., Sturgeon E.T. (2015). Integral criteria of efficiency of management of professionalization. *Labor and social relations*. No.2. P. 3-22 (In Rus.).
- Kiria I.V., Novikova A. (2017). History and theory of media M.: HSE. P. 26-28 (In Rus.).
- Kirillina N.V. (2018). The Enjoyment of Right to the City: data representation and rendering in urban information environment. *Communicology (Russia)*. Vol. 6. No.2. P. 116-123.
- Mackay W.E. (1999). Media Spaces: Environments for Informal Multimedia Interaction. In: Beaudouin-Lafon (Ed.) Computer Supported Co-operative Work. P. 55-82, Chichester: John Wiley & Son Ltd.
- Popov Y.N., Grishina T.V. (2017). Socio-cultural communication as a factor in global socio-economic governance. *Communicology*. Vol. 5, №1. P. 19-21 (In Rus.).
- Selwyn N. (2002). Defining the digital divide: developing a theoretical understanding of inequalities in the information age. Occasional paper 49, Cardiff University School of Social Sciences.
- Sharkov F.I. (2015). Constant goodwill: style, image, brand, reputation. M.: Dashkov and Co. P. 7-32 (In Rus.).
- Sharkov F.I., Baranov A.V., Gaydenko S.P (2018). Consolidating the role of social and cultural communication and management, science and education: economy and Economics, business, law and management. No. 4 (95). P. 113-117 (In Rus.).
- Sharkov F.I., Gorokhov A.M. (2018). The use of social technologies in the study of information imperatives of communication (the example of information warfare). *Communicology*. Vol. 6, No.2. P. 105-115. DOI: 10.21453 / 2311-3065-2018-6-2-105-115 (In Rus.).
- Shkondin M.V. (2014). Functional integrity of the media system. News of Irkutsk state economic Academy. No. 2. P. 144-149 (In Rus.).
- Slukin S.I. (2018). Technique: Modern problems of development. M.: LENAND, P. 200-210 (In Rus.).
- Stepanova G.B. (2010). Creative component of the development of innovative product. In: sc. papers, ed. M.S. Kiselev. M.: Progress-Tradition. P. 335-336 (In Rus.).