

УДК 101.1:316.77

Латыпов Ильдар Абдулхаевич

д-р филос. наук, доцент, завкафедрой социологии коммуникаций, ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет» (УдГУ)
E-mail: latypoveldar@hotmail.com

Latypov Idar Abdulkhaevich

Doctor of Philosophy, Associate Professor,
Head of Sociology of Communications Chair,
Udmurt State University (Izhevsk)

**ПОЛИСУБЪЕКТНАЯ
МУЛЬТИФРАКТАЛЬНОСТЬ
ИНФОРМАЦИОННЫХ
ОТНОШЕНИЙ В СЕТИ:
ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ**

**POLY-SUBJECT MULTIFRACTAL
TRENDS OF INFORMATION
RELATIONS IN ON-LINE
COMMUNICATIONS:
PHILOSOPHICAL ASPECTS**

Аннотация

В статье с социально-философской точки зрения рассматриваются мультифрактальные характеристики полисубъектных коммуникаций в процессе сетевой информационной деятельности. Предлагается мультифрактальный подход к теории полисубъектной социальности. Предлагаемая философская трактовка данного подхода к заявленной проблеме характеризует самоподобие сетей полисубъектных отношений.

Ключевые слова: полисубъектность; социальная философия; фрактал; мультифрактал; сетевая коммуникация; информационные отношения.

Abstract

The paper describes social-philosophical context of multifractal characteristics of poly-subject relations in modern networking informational activity on-line. Multi-fractal approach is applied to the theory of poly-subject sociality. The problem interpreted philosophically describes the self-similarity of nets of poly-subject informational relations.

Key words: poly-subject sociality; social philosophy; fractal; multifractal; on-line communication; information relations.

Анализ проблемы полисубъектной мультифрактальности становится востребованным именно в современных информационных отношениях. В сетевой цивилизации это связано с неравновесной динамикой развития постоянно растущего множества субъектов самого разного уровня общности.

Проблема дифференциации информационных отношений уже ставилась автором в связи с необходимостью философского осмысления все более усиливающегося расслоения общества по критерию неравных возможностей использования социальной информации и с обострением проблемы информационного неравенства [21. С. 347–353].

В данном исследовании информационными называются общественные отношения по поводу производства, хранения, передачи и потребления информации. Сетевая же коммуникация в данной работе трактуется как вид коммуникации в интернет-пространстве. Коммуникация off-line в рамках сетевых структур реального социального пространства имеет многие сходные свойства, но в данном исследовании рассматриваться не будет. Поэтому внимание будет сосредоточено на on-line коммуникации.

Теория фракталов основана Бенуа Мандельбротом [9; 10]. Понятие фрактала определяется по-разному в теории и практике в зависимости от контекста.

«Фракталы – объекты, характеризующиеся дробной размерностью и самоподобием» [14. С. 1118]. «Ключевое свойство, характеризующее фракталы, – это са-

© Латыпов И. А., 2014

моподобие. То есть, когда вы смотрите на фрактал, вы видите некоторый набор элементов, который остается одним и тем же независимо от масштаба» [17. С. 35].

С другой стороны, фрактальный подход реализуется в различных концепциях. Практическая реализация фрактального подхода в социально-экономических науках отличает идеальные и реальные, абстрактные и конкретные фракталы. Подобные типологии деления фракталов проводятся по критериям теоретической конструируемости, возможности практической реализации и реального существования.

Фракталы делятся на те, которые можно считать идеальными, абстрактными (например, треугольник или ковер Серпинского, снежинка Коха, множество Мандельброта и др.), и на реальные конкретные фракталы. К последним, в свою очередь, относятся различные фрактальные объекты из природной, социальной или технической реальности (например, очертания побережья Великобритании, очертания облаков, обычно извилистые границы между государствами или самовоспроизводящаяся структура социальных коммуникаций). По различным критериям выделяются алгебраические и геометрические фракталы и т. д.

Например, «фрактал – геометрическая форма, которая может быть разделена на части, каждая из которых – уменьшенная версия целого. В финансах эта концепция – не беспочвенная абстракция, а теоретическая переформулировка практической рыночной поговорки – а именно, что движения акции или валюты внешне похожи, независимо от масштаба времени и цены. Наблюдатель не может сказать по внешнему виду графика, относятся ли данные к недельным, дневным или же часовым изменениям» [22].

В этом примере функция, выражающая финансовые показатели в зависимости от времени, инвариантна при изменении масштаба времени при переходе от единицы измерения времени, выраженной в часах, к дням или неделям. Это и выражает самоподобие данной фрактальной модели.

Аналогично, фрактально самоподобной является самовоспроизводящаяся разветвленная структура сетевых коммуникаций интернет-пространства.

Проблема фрактальности информационных отношений уже ставилась автором в контексте проблемы разрывов толерантности в информационном обществе [6. С. 151–165] и в связи с необходимостью философского осмысления сетевых коммуникаций (см.: [4. С. 145–147], [7. С. 149–152]).

В целом же проблема вида фрактальности информационных отношений в Сети оказывается социально-философской, поскольку предполагает рассмотрение следующих вопросов:

- Кто относится к множеству субъектов формирования и воспроизводства фрактальных информационных отношений в Сети?

- Каковы социальные факторы формирования таких отношений?

- В каких взаимодействиях и процессах они возникают, самоорганизуются, трансформируются и воспроизводятся?

- Каковы условия их развития?

В современной социальной практике сложность вышеприведенных вопросов постоянно нарастает, тогда как философское обеспечение для их решения (в виде соответствующих социальных теорий) еще не разработано.

Для критического философского анализа информационных отношений теоретическим основанием может являться концепция полисубъектной социальности [3].

В классических философских характеристиках анализ информационной деятельности сводился в основном к исследованию субъект-объектных отношений, а

в неклассических – субъект-субъектных. В постклассической же философии необходим анализ полисубъектных (сетевых) отношений.

Для исследования этого вопроса можно использовать методологическую концепцию полисубъектной социальности В. Е. Кемерова, основанную на определенной интерпретации деятельностного подхода, связанной с рассмотрением деятельности как процесса, разделенного между различными субъектами.

С точки зрения теории полисубъектной социальности в понимании деятельности (в том числе, и в процессе информационных отношений) основное внимание уделяется ее процессуальным характеристикам. Концепция полисубъектности может применяться для исследования динамичных процессов сетевого взаимодействия многих субъектов информационной деятельности [3].

Проблема определения субъектов формирования и воспроизводства мультифрактальных информационных отношений в Сети имеет социальный характер. Действительно, возможность быть полноправным субъектом таких отношений, а не простым информатором или компилятором («копи-пастером») зависит не только от отдельных интеллектуалов как субъектов производства и распространения информации, но и от многих социальных факторов.

Естественно, остается много вопросов о критериях и степени строгости дифференциации авторов, комментаторов, информаторов, компиляторов и т. п., а также отличиях корректного цитирования, неправомερных заимствований и плагиата.

По аналогии с классификацией уровней субъектов обладания информацией [5. С. 180] можно построить следующую классификацию уровней субъектов мультифрактальных информационных отношений в Рунете:

- **Индивидуальный** (например, Артемий Лебедев). Индивидуальные субъекты в этой классификации могут быть также представлены, например, авторами постов, контент-менеджерами сетевых ресурсов, владельцами личных блогов и т. п.
- **Корпоративный** (например, ЗАО «Лаборатория Касперского»). Этому уровню также соответствуют, например, юридические лица, развивающие собственные сайты или порталы.
- **Муниципальные** субъекты представлены, например, соответствующими муниципальными образованиями, развивающими собственные сетевые ресурсы.
- **Региональному** уровню субъектов соответствуют, например, субъекты РФ с их соответствующими сетевыми ресурсами.
- **Федеральному** уровню этой классификации соответствуют различные федеральные структуры, представленные как в домене «.ru», так и в кириллическом домене сети «.рф» (например, «президент.рф»).

Аналогично в глобальных сетевых коммуникациях можно выделять **субглобальный**, или транснациональный (например, сетевая версия ТВ-канала «Russia today» – rtd.rt.com), и **глобальный** уровни (например, сетевая версия CNN – <http://edition.cnn.com>).

Каковы же социальные факторы формирования информационных отношений в Сети?

Уже упомянутая полисубъектность является одним из таких ключевых факторов.

Одним из факторов также, несомненно, является инновационность. В самом деле, информационное обеспечение необходимо для любой инновационной деятельности. В свою очередь, инновационность необходима для трансформации информационных отношений. Бурное развитие ИТ-технологий является примером инновационности высоких технологий.

«Вместе с тем формирование инновационного общества предполагает креативность коммуникативной деятельности как... значимый фактор для трансформации...» [8. С. 227].

Полисубъектность информационных отношений в Сети изначально сама стала инновационной.

С другой стороны, одним из факторов является рекурсивность. Этот фактор, характеризующий определенные повторы в информационной деятельности, в определенном смысле оказывается противоположностью новой информации об инновациях.

Действительно, «рекурсивность – термин, обозначающий повторяющийся характер человеческой деятельности и любого социального феномена как такового, устанавливающий отношения различия с тем, что повторяется» [15. С. 416].

Рекурсивность противостоит инновационности, как и традиционность, но по другому критерию. Можно было бы охарактеризовать логическое соотношение рекурсивности и традиционности следующим образом: традиция рекурсивна, но не каждая рекурсия традиционна. Дело в том, что возможны рекурсивные цепи инновационных проектов.

Одним из ключевых факторов также является мультифрактальность. То, что формирование информационных отношений в Сети реализует фракталоподобную структуру, уже отмечается в некоторых исследованиях (см. далее). Но подобие здесь является более сложным, а именно является подобием мультифрактальности.

В данном случае имеется в виду подобие фрактальной «метафизики – как самоорганизации коммуникаций, интересубъективной среды для диалога между учеными, способствующего усилению познавательной ценности категории фрактала» [16. С. 51].

Трактовки различных фракталов в социальной или технической реальности многообразны. Например, становится общепризнанным самоподобие многих сетевых структур.

Понятие фракталов укореняется в современной социальной теории, допуская и многочисленные прикладные модели.

В частности, понятие фракталов используется и в современном дизайне. «Среди современных объектов дизайна появляются энергоэффективные решения, создаются проекты на основе фрактального формообразования» [1. С. 110].

Самоподобие абстрактных фракталов может теоретически задаваться определенным алгоритмом, выраженным алгебраическим или геометрическим образом. Одним из признаков фрактальных структур является их рекурсивность. Но последовательное усложнение фрактала может вызвать к жизни понятие мультифрактала.

Мультифрактал – это «сложная фрактальная структура, получаемая с помощью нескольких последовательно сменяющих друг друга алгоритмов» [11].

Существуют социально-философские трактовки фракталов (см.: [4], [7]), культурфилософские и философско-антропологические. Понятия фрактала и мультифрактала становятся актуальными и для коммуникативистики.

Например, по мнению С. А. Шушарина, с точки зрения философии культуры «бренд, являясь ключевым элементом рекламной коммуникации, предстает как сложная система – концептуальный мультифрактал» [20. С. 8]. Мультифрактальность находит практическое применение и в анализе финансовых отношений (Бенуа Мандельброт – «Мультифрактальная прогулка вдоль Уолл-стрит» [22]).

Мультифрактальность информационных отношений в Сети формируется в результате самоорганизации различных фрактальных подструктур информационно-

го пространства сетевых коммуникаций. Интернет-пространство в целом развивается мультифрактальным образом в результате последовательной смены и развития различных соответствующих алгоритмов.

В самом деле, в развитии некоторых сегментов интернет-пространства (например, китайского) в последнее время появляются определенные алгоритмы, не предполагавшиеся на заре интернет-технологий (в частности, алгоритмы фильтрации контента); формирование и развитие же кириллического домена сети «.рф» в России в некоторой степени облегчило проникновение интернет-технологий в сельскую местность и расширение круга пользователей сетевых коммуникаций и т. д.; в целом, в интернет-пространстве развитие и возможная последующая смена алгоритмов цифровой подписи и электронного документооборота многократно увеличили возможности технологий электронной коммерции и «электронного правительства»; также в связи с бурным ростом возможностей мобильного доступа к Сети совершенствуются алгоритмы развития и самоорганизации интернет-пространства в целом, и т. д.

В каких же взаимодействиях и процессах возникают, самоорганизуются, трансформируются и воспроизводятся информационные отношения в Сети?

Эти взаимодействия зачастую носят синергетический характер. Понятие, теоретический аппарат и основные подходы синергетики стали общепризнанными в общественном знании, как в теоретическом, так и в практическом плане. В частности, личный 15-летний опыт преподавания «Концепций современного естествознания» для гуманитариев и обществоведов позволяет утверждать, что тема, посвященная синергетике, вызывает внимание (по крайней мере, у будущих культурологов и коммуникаторов) большее, чем интерес к другим темам курса.

Например, возрастает интерес к использованию синергетического подхода к информационному управлению рекламными коммуникациями. Кроме того, в практике сетевых рекламных коммуникаций предъявляются новые требования к рекламному дизайну, в том числе с использованием синергетического подхода.

С этой точки зрения, «в области применения синергетического подхода к формообразованию весьма показательны наличие фракталов в современном дизайне» [1. С. 111].

Если же кратко отмечать некоторые социально-теоретические аспекты, то необходимость осознания синергетических эффектов в современном обществе, характеризующих самоорганизацию неравновесных социальных процессов, стала общепризнанной хотя бы с учетом общеизвестной значимости «эффектов бабочки».

Учитывая развитие синергетического подхода к социальному познанию и ситуацию «полипарадигмальности социального знания» [12. С. 3], можно рассматривать различные возможности и направления самоорганизации постнеклассической социальной парадигмы.

Возможны синергетические эффекты с прохождением точки бифуркации как своеобразной «точки невозврата» или стремление в долгосрочной перспективе к некоторым аттракторам как к трендам устойчивого развития.

Далее, в сетевом обществе быстро происходит трансформация содержания и формы массовой коммуникации. Средства массовой информации сетевого общества без электронной версии становятся неполноценными. Постепенно формируется и так называемая сетевая «народная журналистика», дополняющая, а зачастую и теснящая профессиональную журналистику.

Сетевая медийная «коммуникация осуществляется “от многих многим”» и является полисубъектной. Формируется осознание продуктивности «понимания медиа как трансмедиального универсума, продуцирующего новые формы публичного взаимодействия» [19. С. 8], например, так называемый медиаактивизм.

Каковы же новые условия развития информационных отношений в Сети?

Новые формы публичного взаимодействия в онлайн-коммуникациях представляют информационные потоки лавинообразного распространения медиавирусом как достаточно точных повторов некоторых медиасобытий.

Понятие «медиавирус» выражает информацию о таком значимом (и/или необычном) медиасобытии, быстрое распространение сведений о котором (подобно цепной реакции) становится информационным поводом для всплеска коммуникативной деятельности.

Можно считать, что этот термин выражает «фактор, противодействующий преднамеренному упрощению картины мира средствами массовой информации: медиасобытия, вызывающие подлинные социальные перемены, детища сложившейся ситуации, информация о которых распространяется в информационной среде по принципу вирусов, названных Рашкоффом медиавирусами» [18].

Фактически медиавирус на некоторое время становится аттрактором, привлекающим повышенное внимание в информационном пространстве, до того момента, когда его вытеснит следующий медиавирус.

Распространение медиавирусом может выявлять некоторые бессознательные мотивы пользователей сетевых технологий. Впрочем, рационализм сознательной деятельности (в том числе и информационной) давно ставится под вопрос постмодернизмом.

Рационализация же сознательной информационной деятельности отчасти проявляется в развитии интеллектуальных информационных систем – ИИС.

«ИИС (intelligent information system) – это информационная система, которая основана на концепции использования базы знаний для генерации алгоритмов решения задач различных классов в зависимости от конкретных информационных потребностей пользователей. <...> ИИС... имеют следующие характерные признаки: развитые коммуникативные способности; умение решать сложные, плохо формализуемые задачи (характеризуются наполовину качественным и количественным описанием, а хорошо формализуемые задачи – полностью количественным описанием); способность к развитию и самообучению» [13].

Некоторые существующие примеры ИИС представляют собой экспертные системы, одной из важнейших составных частей которых являются базы знаний.

С социально-философской точки зрения эти базы знаний могут рассматриваться не столько как определенный результат деятельности по сбору соответствующей информации, сколько как промежуточный этап этого процесса. Важна процессуальность трактовки базы знаний в соответствующих информационных отношениях.

«Знание есть, когда оно воспроизводится и развивается, является динамической формой социального бытия, обеспечивает единство бытия отдельных человеческих индивидов, связывает их в полисубъектную совокупность» [2. С. 16].

В развитии общества, основанного на знании, ключевыми становятся коммуникации по поводу производства, переработки и передачи информации для порождения знаний.

Перспективы же развития ИИС связаны с развитием глобальных интеллектуальных информационных сетей, эволюцией World Wide Web и формированием так называемого Семантического Веб. Ожидаемая способность Семантического Веб к самообучению должна позволить работать ИИС не только и не столько со знаками, сколько с их значениями.

Действительно, «технология “Семантический Веб” (Semantic Web) позволяет компьютеру интерпретировать информацию в Вебе наравне с людьми. <...> Во многом, использование поисковой системы как экспертной системы» [13]. Отчасти эти разработки уже реализуются в поисковой рекламе, в геотаргетинге и т. д.

Возможно, интерес к развитию интеллектуальных информационных сетей вытеснит прежний многолетний интерес к проблематичной локальной реализации искусственного интеллекта.

В естественном же человеческом интеллекте выявляется все большее многообразие возможностей самореализации. В частности, социальный интеллект позволяет успешно развивать коммуникативную деятельность. Новые тренды в самореализации интеллектуалов с большей вероятностью проявляются в сетевых проектах. Но если еще недавно сетевые коммуникации привлекали тех, кто был аутсайдером в реальных коммуникациях, то с расцветом SMM – Social Media Marketing (в том числе и для продвижения объектов «цифровой культуры») это соотношение меняется.

Если ограничением по скорости для коммуникации on-line является лишь скорость света, то ограничения для off-line коммуникации являются более жесткими. Трансформация сетевых коммуникаций более динамична по сравнению с трансформацией более консервативных off-line коммуникаций.

Полисубъектные сетевые коммуникации в процессе информационной деятельности в целом развиваются мультифрактальным образом в результате последовательной смены и развития различных соответствующих алгоритмов.

Таким образом, информационные отношения в Сети носят полисубъектный мультифрактальный характер.

Литература

1. Дмитриева Л. М., Балюта П. А. Исследование дизайна в контексте общих закономерностей синергетики // Омский научный вестник. – № 1(125). – Омск, 2014.
2. Кемеров В. Е. Знание – социальная связь // Знание в связях социальности. – Екатеринбург : Изд-во Ур. ун-та, 2003.
3. Кемеров В. Е. Общество, социальность, полисубъектность. – М. : Академический проект, 2012.
4. Латыпов И. А. Социально-теоретические аспекты фрактального полисубъектного описания глобального информационного общества // Социальные науки в трансформирующемся обществе : материалы Всероссийской научно-практической конференции (20–21 октября 2011 г.). – Ижевск : Изд-во «Удмуртский университет», 2011.
5. Латыпов И. А. Социально-философские аспекты невещественной собственности в информационном обществе : монография. – Ижевск : КнигоГрад, 2008.
6. Латыпов И. А. Философско-математические модели толерантности в информационном обществе // Толерантность в обществе различия : колл. монография. – Екатеринбург, 2005.
7. Латыпов И. А. Фрактальность рекурсивной сети информационно-коммуникационных отношений // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность : сб. научных статей. – Ижевск, 2013.
8. Латыпов И. А., Соколова О. П., Обидина Е. Ю. и др. Проблема трансформации социальных коммуникаций в современной цивилизации : монография / ред. И. А. Латыпов. – Ижевск, 2014.
9. Мандельброт Б. Фрактальная геометрия природы. – М. : Институт компьютерных исследований ; Ижевск : Регулярная и хаотическая динамика, 2010.
10. Мандельброт Б. Фракталы, случай и финансы. – М. ; Ижевск : Регулярная и хаотическая динамика, 2004.
11. Николаева Е. В. К типологии фракталов в теории культуры. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-tipologii-fraktalov-v-teorii-kultury>
12. Платонова С. И. Парадигмальный характер социального знания : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. – М., 2014.
13. Семантический веб. – URL: <http://habrahabr.ru/post/116574/>
14. Снакин В. В. Фракталы // Глобалистика : энциклопедия / ред. И. И. Мазур, А. Н. Чумаков. – М., 2003.
15. Социальная философия : словарь. – М., 2006.

16. Тарасенко В. В. Фрактальная логика. – М., 2002.
17. Уэлстид С. Фракталы и вейвлеты для сжатия изображений в действии. – М., 2003.
18. Федотовских А. В. Медиавирусная кампания как технология формирования общественного мнения в Scientific Relations // Научный электронный архив. – URL: <http://econf.rae.ru/article/5041> (дата обращения: 16.01.2014).
19. Черепанова Т. В. Влияние медиакоммуникаций на трансформацию публичной сферы в современной культуре : автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Омск, 2014.
20. Шушарин С. А. Коммуникативная сущность бренда в современной культуре : автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Омск, 2014.
21. Latypov I. A. Methodology of social differentiation of informational relations as a philosophical problem = Методология социальной дифференциации информационных отношений как философская проблема // Журнал Сибирского федерального университета. – Серия : Гуманитарные науки. – 2008. – № 3. – Сентябрь. – Т. 1.
22. Mandelbrot B. B. A Multifractal Walk Down Wall Street = Мультифрактальная прогулка вдоль Уолл-стрит. – URL: <http://www.adamaz.ru/mandelbrot/178-multifraktalnaja-progulka.html>