

Анжела Акаймова

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ПРОЦЕСИ

У статті розглядаються ланки інформаційно-комунікативних процесів. Авторка пропонує власне бачення поняття комунікації і його соціальній суті. Основний наголос робиться на питанні про особливості змісту повідомлень.

Ключові слова: інформаційно-комунікативні процеси, комунікація.

Angela Akayomova. Informatively communicative processes. The links of informatively communicative processes are examined in the article. An author offers the own seeing of concept of communication and his social essence. A basic accent is done on a question about the features of maintenance of reports.

Keywords: informatively communicative processes, communication.

На початку ХХІ ст., як ніколи раніше, людина стала не тільки головним соціальним вимірником суспільства, але і його головним духовно-етичним змістом. Вступ світової цивілізації до нової стадії розвитку привели до збільшення інформаційних ресурсів, вироблюваних людиною, розвитку духовної власності, включенню значного числа працездатного населення у сферу не тільки виробничого, але і соціального, комунікативного й інших процесів.

Загальноприйнято ототожнювати спілкування і комунікацію, представляючи перше як складний процес взаємозв'язку і взаємовпливу складових його комунікаційних компонентів, кожен з яких грає певну роль у створенні, перетворенні, кодуванні, передачі, декодуванні, прийомі повідомлень. Якщо феноменологія спілкування є достатньо складною і повною мірою розкривається в контексті відносин і діяльності людей через аналіз взаєморозуміння і взаємовпливу, який люди надають один одному, то потрібно уточнювати саме поняття комунікації і його соціальну суть.

Класичне визначення комунікації міститься в роботі К. Шеннона і У. Уівера «Математичні теорії комунікації» [1]. Суть проблеми полягає в тому, що швидкість переданої інформації дорівнюватиметься сумі ентропії джерела і призначенню мінус їх загальну ентропію. Під ентропією розуміється одиниця вимірювання інформації. Іншими словами, швидкість передачі інформації залежить від вірогідності того, що хтось «А» передасть конкретне повідомлення, а хтось «Б» отримає його, і взагалі від вірогідності того, що це повідомлення може бути передане від «А» до «Б». Автори виділяють три рівні комунікації:

- а) технічний рівень;
- б) семантичний рівень;
- в) рівень ефективності.

Технічний рівень пов'язаний з точністю передачі інформації від відправника до одержувача. Семантичний рівень пов'язаний з інтерпретацією повідомлення одержувачем порівняно з тим значенням, яке було відправлено відправником. Ефективність комунікації визначається тим, наскільки успішно передане повідомлення дозволяє змінити поведінку. Головним стає не те, що було сказане, а те, що могло бути сказане.

Ширше тлумачення поняття «комунікація» приводить П. Шаран [2]. Для нього сутність комунікації полягає в передачі сенсу за допомогою символів: це процес, за допомогою якого особа або група осіб дає знати іншій особі або групі осіб про своє відношення до конкретного питання. Звідси комунікація здійснюється безліччю різноманітних шляхів – за допомогою творів живопису, музики, математичних символів, жестів тощо. Г. Почепцов під комунікацією розуміє процеси, які перекодувалися з вербальної в невербальну, а також з невербальної у вербальну сфери [3]. Ф. Шарков під комунікацією розуміє систему, в якій здійснюється взаємодія, і процес взаємодії, і способи спілкування, що дозволяють створювати, передавати і приймати різноманітну інформацію [4].

Психологи терміном «комунікації» позначають процеси обміну продуктами психічної діяльності, а соціологи мають на думці переказування соціальної інформації в

суспільстві. Під соціальною інформацією мислиться зовсім не будь-які відомості (ідеї, уявлення), а тільки ті, якими обмінюються (збирають, зберігають, переробляють, розповсюджують і використовують) «джерела» і «споживачі». На думку М. С. Кагана, спілкування і комунікація розрізняються в двох головних відносинах:

а) спілкування має практичний, матеріальний і духовний, а також духовно-практичний характер, тоді як комунікація є чисто інформаційним процесом – передачею тих або інших повідомлень, обмін інформацією;

б) характер самого зв'язку вступаючих у взаємодію систем [5]. Комунікація є необхідною, але недостатньою умовою спілкування, яка за своєю природою має суб'єктно-об'єктне відношення, яке характеризується виробленням нових духовних значень.

Таким чином, спілкування є виразом універсальної взаємодії людей у соціумі, а комунікація – це чинник спілкування, психологічні і соціальні контакти, без яких неможлива ні громадська організація, ні розвиток суспільства і його культури. Принцип знакової регуляції діяльності і поведінки служить психологічним фундаментом філогенезу людини. На його ж основі спочатку з'явилися, а потім закріпилися різні види соціальної взаємодії і людської культури. Процес комунікації протікає за принципом передачі інформації від суб'єкта до об'єкта, тоді як спілкування припускає взаємодію суб'єктів з приводу об'єкта. В процесі спілкування повністю або частково втрачаються початкові установки з приводу об'єкта спілкування кожного з суб'єктів і можуть замінюватися спільно виробленими. В процесі спілкування за рахунок обміну і вироблення нових значень відбувається збільшення об'єму інформації і її змісту. Також у процесі комунікації відбувається втрата частини змісту.

Ще одна істотна межа комунікації як суспільного явища – її соціальна детермінованість. Поза зв'язком із дійсними суспільними відносинами будь-яке тлумачення комунікації буде обмеженим і неповним.

Комунікація – це суб'єктно-об'єктне відношення. Не завжди цей процес можна класифікувати як примушення

іншого до виконання дії. Наприклад, паралінгвістичний рівень комунікації (міміка, жести) дає достатню кількість інформації про суб'єкта комунікаційного акту, але далеко не завжди може розцінюватися як примушення до дії. Іноді мовчання буває найбільш інформативним і таким, що надає найбільший ефект на формування кінцевого результату сприйняття.

Розвиток комунікативної взаємодії відбувається через подолання суперечностей. Це, перш за все, суперечність між глобалізацією й інтеграцією суспільних процесів, з одного боку, та з іншого – індивідуалізація людини, тенденціями демасифікації засобів і систем інформації, що намічаються, а отже, демасифікація особи і культури [6]. По-друге, суперечність між вестернізацією всіх сфер суспільного життя і прагненням народів зберегти свої історико-культурні традиції і духовність як основні етнічні ідентифікації. По-третє, це суперечність між потенційними можливостями нових комунікативних технологій у накопиченні і розповсюдженні знань, а також традиційними формами гуманітарного спілкування [7]. У процесі розвитку електронні технології стали не тільки фундаментом управління інформацією, але і засобом підтримки соціальних зв'язків. За твердженням С. В. Тіхонової, в соціально-філософській рефлексії панорама комунікаційної революції конструюється за трьома напрямками: операція інформацією – віртуальна реальність – соціальна взаємодія [8].

Систематизована певним чином інформація є силою, потужність дії якої залежить:

- а) від інформаційного потенціалу, що міститься в ній;
- б) від технологічних, соціальних і психологічних форм і методів її передачі;
- в) від ступеня підготовленості сприймаючого суб'єкта до її отримання і розуміння.

Всі види комунікацій, будучи засобами спілкування, служать справі розповсюдження наукових знань і культурних цінностей у суспільстві, сприяють єднанню людей в спільності, служать основою формування масових суспільно-психологічних явищ, формують певний рівень особового, ділового і професійного досвіду взаємодії з навколишнім

світом. Більше того, ускладнення і динамічність соціальних процесів, вплив суспільних змін, що відбуваються, роблять людину все більш залежною від потоку повідомлень різних засобів масових комунікацій. На людину роблять величезний вплив кількість, об'єм, зміст і структура інформації, що поступає і переробляється, знань, відомостей і даних.

У кінці ХХ ст. процеси комунікації вийшли на новий рівень – потрапили в сферу інтересів держави. За цих умов з'являються теорії комунікації, які вибудовують свої пріоритети, спираючись на нові типи інформаційних можливостей. Зокрема М. Маклюен побудував свою теорію, базуючись на декількох основоположних ідеях [9]. По-перше, це підвищення ролі каналу комунікації, обумовлене у ряді випадків характером повідомлення. На його думку, сучасні засоби комунікації (наприклад, телебачення) передають не стільки саме повідомлення, скільки його автора. По-друге, розгляд світу як одного глобального села, єдність якого досягається за рахунок засобів масової інформації. Під впливом ЗМІ міняються баланс відчуттів людини і соціальний світогляд, зникає або модифікується індивідуалізм, люди перестають бути відчуженими і роз'єднаними, тобто електронні засоби спілкування ведуть до створення нового суспільства, яке буде «всеосяжним», таким, що вимагає участі всіх його членів. По-третє, розділення ЗМІ на «гарячих» і «холодних». Перші повністю «завантажують» органи чуття, другі, – через недостатню інформаційну визначеність задіюють не всі органи чуття. Із його точки зору, телебачення є «гарячим» засобом, а радіо – «холодним», бо не викликає такого високого ступеня співучасті аудиторії в своїх передачах, як телебачення.

Розробляючи сучасну концепцію ролі засобів масової комунікації, дослідники використовують концепцію відомого німецького теоретика Ю. Хабермаса щодо публічної сфери – активною, такою, що «функціонує політично». Ця проблема предстає у нього як стрижньова, залежно від якої він ставить інші соціокультурні проблеми сучасності. Виділяючи її, наявність і дієвість громадської думки, він наділяв такими властивостями як гласність і відвертість.

У пошуках шляху, який міг би вивести сучасну західноєвропейську «громадськість» із стану глибокої кризи,

забезпечивши їй роль носія структурних змін суспільства, Ю. Хабермас звертається до проблематики міжлюдської взаємодії – «інтерації» (комунікації). Важливим при цьому виступає:

а) можливість і необхідність відмінності «дійсної» комунікації від «помилкової»; б) аналіз умов, що забезпечують дійсну комунікацію між людьми.

Основною межею сучасного етапу в світовому інформаційному просторі, на думку багатьох дослідників, є його непередбачуваність і висока швидкість технологічних інновацій. Безперечний пріоритет серед засобів масової комунікації зміщується у бік електронних медіа, де очолюючу роль грає телебачення. Ростуть інформаційні потреби людей, інформація перетворюється на масовий продукт і стає економічною категорією: розширюються інвестиції в дану сферу, все більше сервісних послуг переходять у режим «онлайн».

Новий етап у дослідженні економічних і соціально-політичних особливостей інформаційного суспільства пов'язаний з ім'ям М. Кастельса. У його трилогії «Інформаційна ера: економіка, суспільство і культура» (1996–1998) дан розгорнений аналіз тенденцій, що ведуть до формування основ інформаційного (або «мережевого») суспільства. У основі своїх міркувань їм використовувався постулат, що сама інформація дозволяє їй легко проникати через будь-які перешкоди і межі, звідси сучасна ера – це епоха глобалізації, при цьому засобом і продуктом глобалізації суспільства є «мережеві структури». «Саме мережі складають нову соціальну морфологію наших суспільств, а розповсюдження «мережевої» логіки значною мірою позначається на ході та результаті процесів, пов'язаних із виробництвом, повсякденним життям, культурою і владою» [10].

Основними рисами мережевої комунікації виступають:

а) неієрархічність, децентралізація, переважно горизонтальна або функціональна взаємодія учасників;

б) гнучкість, рухливість, мінливість форм і конфігурацій; легкість і швидкість створення і розпаду структур;

в) відвертість мережі для «входу» і «виходу»;

г) загальнодоступність ресурсів мережі (перш за все – інформаційних);

г) рівноправність учасників мережі незалежно від ролі, масштабу, ресурсів;

д) унікальність створюваних мереж [11].

Інформаційна ситуація не тільки не руйнує, але і припускає здатність громадян вибирати потрібну їм інформацію. П. Норіс затверджує про те, що діяльність сучасних ЗМІ породжує три базові ефекти, які забезпечують прямий зв'язок між нею і «рівнем цивільної свідомості» населення:

а) «ефект вибору» (можливість вільного вибору людьми джерела інформації);

б) «медіа ефект» (обумовленість новинною політикою ЗМІ зацікавленості людей у політичній і цивільній участі);

в) «ефект взаємодії» (інтерактивний характер спілкування громадян і ЗМІ, сприяючий виникненню стійкої залежності між отриманням інформації і отриманням політичної цивільної позиції) [12].

Але розвиток і розповсюдження інформаційно-комунікативних технологій у глобальному масштабі відбувається нерівномірно і суперечливо. Так, Д. Волтон звертає увагу на те, що Інтернет як комунікативний засіб провокує сплеск індивідуалізму і різке посилення нерівності. При цьому швидка передача величезного масиву інформації зовсім не рівнозначна поліпшенню якості комунікації. Інтернет у певному значенні навіть «програє» радіо і телебаченню, які значно в більшій мірі сприяють встановленню і зміцненню соціальних відносин, забезпечуючи простий і рівний доступ до інформації, створюючи широкі можливості для дії на громадську думку [13]. Канадський науковець Ж. Дюфрен відносить до негативних наслідків розвитку Інтернету скорочення реального, безпосереднього спілкування людей, розривши між їх можливостями і необхідністю освоювати і переробляти величезні об'єми інформації, інтелектуальну пасивність і поверхневність, повсюдне розповсюдження «соціальної віртуальності», коли уявлення про реальність стає набагато важливішим за неї самої [14].

Вплив на особу – явище складне і характеризується тісним переплетенням не тільки свідомо, але і стихійно впливаючих чинників (індивідуальний життєвий досвід,

соціальні умови існування, соціальне оточення тощо). Індивід, аудиторія не може розглядатися як пасивний об'єкт дії. Труднощі адаптації людини до сучасних умов вимагає розробки нових соціальних механізмів стабілізації комунікативних процесів, пошуку нових соціальних форм впорядкування комунікативного простору.

-
1. Шеннон К., Уивер У. Математические теории коммуникации. – М., 1949. – С. 37.
 2. Шаран П. Сравнительная политология. – М., 1992. – С. 37.
 3. Почепцов Г. Теория коммуникации. – М., 2001. – С. 14.
 4. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации. – М., 2002. – С. 5.
 5. Каган М. С. Мир общения. – М., 1988. – С. 37.
 6. Тоффлер Э. Третья волна. – М., 2002. – С. 279.
 7. Савруцкая Е. П. Феномен коммуникации в современном мире // Актуальные проблемы теории коммуникации. – СПб., 2004. – С. 77–78.
 8. Тихонова С. В. Коммуникационная революция сегодня: информация и сеть // Политические исследования. 2007. – № 3. – С. 53.
 9. Маклюэн М. Телевидение. Робкий гигант // Телевидение вчера, сегодня, завтра. – М., 1998. – Вып. 7. – С. 15.
 10. Кастельс М. Могущество самобытности. Новая постиндустриальная волна на Западе. – М., 1999. – С. 296–297.
 11. Бузгалин А. В. Феноменология альтерглобализма // Вестник Российского философского общества. – 2002. – № 4.
 12. Norris P. AVirtuous Circle. Political Communication in Postindustrial Societies. – L. – 2001.
 13. Wolton D. Internet et Apres. Une Theorie Critique des Nouveaux Media. – 2000.
 14. Dufrense J. Apres I homme ... le cyborg? Sainte-Foy. – 1999.