

ВІЗУАЛІЗАЦІЙНІ ЕЛЕМЕНТИ ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Щороку інформаційно-комунікаційні процеси розвиваються та набувають нових форм та змістів. Кожна така зміна виводить на суспільно-професійний рівень діяльності журналістів нові аспекти збору та обробки інформації. Новим методам збору та обробки інформації приділяє значну увагу кожен журналіст, незалежно від того, чи це професійний працівник мас-медіа, чи це блогер – журналіст-аматор. Однією зі складових саме нових методів збору інформації є візуалізаційна. У статті розглянуто основні елементи візуалізації, зокрема емоційний стан інтерв'ююваного або співрозмовника журналіста, поведінку головного учасника подій у тій чи тій ситуації. Візуалізування, можливо, для багатьох стане найпростішим способом отримання інформації, але застосування такого методу потребує найбільшої концентрації знань від журналіста.

Ключові слова: інформація, комунікація, суспільство, психологія, фізіологія, світ, журналістика.

I. Вступ

Для отримання інформації через візуалізування в умовах інформаційно-комунікаційних процесів необхідно засвоїти кілька правил. Дехто може запитати, для чого правила? – Спостерігай, аналізуй і видавай матеріал в ефір. Проте, не все так просто. По-перше, необхідно мати знання з психології. Так, знаючи поведінкову складову особистості в екстремальних умовах, можна швидше отримати інформацію та використати її в своїй журналістській діяльності. Кожна психологічна ситуація поведінкового характеру є елементом інформаційно-комунікаційного процесу.

По-друге потрібно враховувати фізіологічний аспект, завдяки якому теж можна отримати інформацію для підготовки журналістського тексту.

По-третє, необхідне поєднання першого й другого з методом спостереження. У кінцевому результаті отримуємо високопрофесійного журналіста, який, застосувавши в інформаційно-комунікаційному процесі візуалізування, може отримати необхідну йому інформацію для підготовки редакційного завдання. На сьогодні знань з візуалізування в навчальних закладах не надають у повному обсязі, журналіст-комунікаційник повинен самотужки здобувати їх.

Метод **візуалізування** має кілька складових, які характерні саме для цієї методики отримання інформації: фізіогноміка, психоаналіз, психотипологія особистості, мова жестів та поведінкові особливості кожної особистості за певних обставин. Головним напрямом є психоаналіз, основи якого закладено в кінці XIX ст. – на початку XX ст. відомим психологом З. Фрейдом у його працях «Лекції до вступу до психоаналізу» (1916–1917) і «Психологія мас та аналіз людського "Я"» (1921). Продовжив дослідження у сфері психоаналізу К. Юнг, який вивів психоаналіз З. Фрейда на новий рівень, що відображено в його працях «Архетипи і колективне несвідоме» (містить наукові статті, опубліковані в 1933–1955 рр., у яких автор розвиває його аналітичну теорію), «Психологічні типи». Варто також згадати працю бельгійського психотерапевта та письменника Дж. Мессінгера «Я бачу вас наскрізь», яка розкриває невербальні й жестикуляційні форми поведінки особистості за певних обставин; «Біблію мови рухів тіла» Д. Морріса, «Психологію брехні» П. Екмана. Здобутки цих науковців відкривають для журналістів більше можливостей у використанні спостереження-візуалізування з метою отримання необхідної інформації.

II. Постановка завдання

Мета статті – узагальнити основи збору та обробки інформації в умовах інформаційно-комунікаційних процесів.

III. Результати

Провівши теоретичні та практичні дослідження, ми визначили подальші кроки вивчення й удосконалення зазначеної методики збору та обробки інформації в умовах інформаційно-комунікаційних процесів. Візуалізуванням у всьому світі давно користуються, зокрема глухонімі мовою жестів передають інформацію, тобто здійснюють інформаційно-комунікаційний процес, іншою сферою застосування мови жестів є силові структури, які можуть бути окремим об'єктом дослідження.

Так, мова жестів для журналістської діяльності не є досить актуальною й затребуваною, але знання елементарних поведінкових особливостей людини, які описував ще відомий швейцарсь-

кий учений К. Юнг, родоначальник аналітичної психології, значно полегшують процес отримання інформації. Він також запровадив новий напрям психології (архетип, колективне несвідоме, комплекс, синхронічність), значно поглибив і розширив уявлення про несвідоме. Досить популярною зараз є його система психологічних типів – соціоніка, інтроверсія-екстраверсія.

Тут потрібно згадати й про нові методики вивчення особистості, навіть не вивчення, а читання людини та її поведінкового характеру через мову жестів, яку дослідив і далі продовжує вдосконалювати австралійський письменник А. Піз, відомий ще як «Містер Мова Тіла». Аллан Піз вивів цю методику на новий рівень, те, що колись вивчали силові структури, почали брати на озброєння менеджери, управлінці, митці, медики та інші учасники комунікаційного процесу. Саме поєднуючи методики, відпрацьовані К. Юнгом та іншими дослідниками, такими як Аллан Піз, ми отримали похідну складову **візуалізування – вивчення особистості з метою отримання прихованої інформації в тій чи іншій ситуації**, особливо актуальну для журналістів та інших учасників інформаційно-комунікаційних процесів. Адже кожен жест, міміка тощо можуть надати журналісту більше інформації, ніж просто бесіда. Але є й інший бік цієї методики: потрібно спиратися не тільки на візуалізування в зборі інформації, адже воно працює в комплексі з іншими способами та методами. Ще одним правилом є незловживання цією методикою отримання інформації, адже надмірне спостереження співрозмовник може сприйняти агресивно, що призведе до комунікаційного конфлікту.

Провідним дослідником **візуалізування** є, як ми вже зазначали, К. Юнг. Більшість досліджень поведінкових особливостей людини належить йому. Зокрема, він зазначав: «Психологія – в першу чергу і переважно – наука про свідомість. Вона ж і наука про продукти того, що ми називаємо несвідомим психічним. Ми не можемо безпосередньо, “у лоб”, вивчати несвідоме психічне – у нас з ним немає ніякого зв’язку. Ми можемо мати справу тільки з продуктами свідомості, які мають своє походження у сфері несвідомого, сфері “туманних уявлень”, які філософ Кант у своїй “Антропології” називав як наполовину існуючі в світі. Все, що по совісті можна сказати про несвідоме, так це лише те, що свідомому розуму дозволено про нього говорити. Несвідоме психічне має невідому природу, завжди виражалось свідомістю й у термінах свідомості, але це єдине, що можна робити. Піти далі ми не можемо, і це завжди необхідно мати на увазі як крайню межу в критиці нашого судження» [3, с. 3].

Ще одним поширеним методом візуалізування є **психоаналіз**, його застосування потребує ґрунтовного вивчення системи теоретичних знань про людину та практичного їх використання для дослідження різноманітних проявів людської діяльності. Зазвичай під практикою психоаналізу мають на увазі безпосередню роботу з людьми. Решта аспектів психоаналізу залишаються зазвичай за межами уваги учасників інформаційно-комунікаційних процесів. Водночас існує ще й інша форма психоаналізу, метою якого є використання психоаналітичних ідей у різних сферах пізнання діяльності людини: економіка, політика, релігія, культура. Це відгалуження включає в себе не стільки дослідницьку, скільки практичну діяльність, пов’язану з маркетингом, бізнесом, рекламою, іміджмейкерством, кінематографом, радіо- та телемовленням, системою виховання й освіти, пасторським служінням, що чітко визначає напрями та складові повноцінного функціонування комунікаційного середовища, навіть при методології збору інформації через спостереження [2, с. 15].

У недалекому майбутньому ЗМІ належить перетворитися на інформаційні центри зі спеціально навченим штатом співробітників. Але при цьому досвід журналістів-професіоналів буде, як і раніше, стояти на вершині, оскільки тільки фахівець може належним чином зібрати й оформити інформацію, яку подають.

Сучасні вимоги до журналістів та учасників інформаційно-комунікаційного процесу ставлять перед ними високу планку професіоналізму, що дає змогу подавати інформацію на високому рівні. Ці вимоги спираються на безліч питань, на які можна відповісти, тільки володіючи глибокими знаннями з психоаналізу, психології фізіології, філософії, візуалізування. Таким чином, журналіст повинен встановлювати відмінність між мережевими проектами, що представляють обґрунтовану журналістську інформацію, розроблену ними з метою маркетингу та просування продукції на інформаційний ринок [1, с. 5].

IV. Висновки

Підбиваючи висновки вищевикладеного, можна стверджувати, що візуалізування як форма збору інформації в інформаційно-комунікаційних процесах є невід’ємною складовою одного з методів збору й обробки інформації – **спостереження**. Останні кілька років такий метод візуалізування, як сканування співрозмовника, допомагає отримати інформацію, що визначає подальшу участь співрозмовника в підготовці журналістського матеріалу. При використанні методики візуалізування не обов’язково повинна бути присутність особи, у якої в подальшому планують брати інтерв’ю чи коментар. Достатньо отримати фотозображення інтерв’ююваного, вивчити й поверхово проаналізувати зображення, отримати коротку довідку про особистість, яка вивчається, і тільки після цього вирушати на отримання потрібної інформації. Цей алгоритм не завжди буде діяти саме в такій послідовності, у кожній конкретній ситуації послідовність та методика застосування візуалізування буде різною. Різною вона буде тому, що, крім основних факторів попереднього вивчення, будуть враховувати ще й фактори навколишнього середовища. Не варто

забувати й про те, що при виїзді за кордон підготовка журналіста до використання методу спостереження разом із візуалізуванням буде відрізнятися, оскільки кожна іноземна держава має свої звичаї та жестикуляцію.

Методика візуалізування потребує кращого й ретельного вивчення отримання та збору інформації для ВНЗ, які готують фахівців у сфері ЗМІ.

Список використаної літератури

1. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике. Ростов-на-Дону, 2004. 160 с.
2. Лейбин В. М. Психологический анализ : учеб. пособ. 2-е изд. Санкт-Петербург, 2008. 592 с.
3. Jung C. G. Analytical Psychology: Its Theory and Practice. The Tavistock Lectures. London, 1968. 224 с.

Стаття надійшла до редакції 30.05.2017.

Стародуб С. А. Визуализационные элементы получения информации в условиях информационно-коммуникационных процессов

С каждым годом информационно-коммуникационные процессы развиваются и приобретают новые формы и смыслы. Каждое такое изменение выводит на общественно-профессиональный уровень деятельности журналистов новые аспекты сбора и обработки информации. Именно новым методам сбора и обработки информации уделяется значительное внимание в деятельности каждого журналиста, независимо от того, это профессиональный работник СМИ или блогер – журналист-любитель. Одна из составляющих новых методов сбора информации – визуализационная – информация, которая является производной от применения основного метода сбора открытой информации – наблюдения. В статье рассмотрены основные элементы визуализации, в частности эмоциональное состояние интервьюированного или собеседника журналиста, поведение главного участника событий в той или иной ситуации. Визуализирование, возможно, для многих станет самым простым способом получения информации, но такой метод требует наибольшей концентрации знаний от журналиста.

Ключевые слова: информация, коммуникация, общество, психология, физиономика, мир, журналистика.

Starodub S. Visualization Elements for Obtaining Information in the Conditions of Communication and Information Processes

Every year, information and communication requests developing acquire new forms and content. Each such change brings to the socio-professional level of journalists' activities new aspects of information collection and processing. The new methods of collecting and processing information focus on the activities of each journalist, regardless of whether it is a professional media worker or a bloggers or journalist amateur. One of the components of the newest methods for collecting modern information is visualization information, which is derived from the main method of collecting open information - observation. Surveillance is one of the main components of the collection of information in the journalistic activities in specific conditions. Specific conditions include the work of the media industry in extreme conditions, just at a time when it is impossible to use the technical means of journalistic activity, and when there is a threat to the journalist. Extreme conditions can also be noted armed conflict when a journalist has to quickly and in a short time analyze-visualize the environment and on the basis of observation to prepare journalistic material.

The main elements of visualization are the following components: the emotional state of the interviewer or interlocutor of the journalist, the behavior of the main participant of events, as he himself leads in one or the situation, such observations allow journalists to pass readers and viewers the reality of a situation that occurs at one time or another depending on From what time is the shooting taking place, whether it is a reportage or a collection of information for the media-news product.

Visualization is likely to be for many and the easiest way to obtain information, but such a method of obtaining information requires the greatest concentration of knowledge from the journalist. Another factor in obtaining information through the method of «visualization» Knowledge of the journalist should be concentrated on knowledge in the field of psychology, physiognomy, communication, as communication conversation.

Key words: information, communication, society, psychology, physiognomy, world, journalism.