

КОММУНИКАЦИЯ КАК ВИД ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕНИЯ

Современная информационная деятельность соответствующих институтов способствует информатизации общества. В результате производимая информация становится основным ресурсом его развития [1]. Сказанное тем более относится к научно-технической информации, так как во-первых, современная продукция крупных центров, как ВИНТИ, ГПНТБ и других, уже обладает качествами не только ресурса, но и товара, а во-вторых, в научно-технической сфере важную роль играет усиливающаяся интеграция научных дисциплин. В итоге создается информационная продукция разнопланового и насыщенного содержания, которая в дальнейшем, в процессе распространения и потребления информации, выступает посредником при коммуникации пользователя и создателя, разработчика данной продукции.

Каково соотношение понятий «коммуникация» и «общение»?

Коммуникация – процесс обмена знаками, символами между людьми и внутри технических систем [2, с. 429]. При человеческой коммуникации речь идет об обмене сторонами смыслом, его передаче и опосредовании, об интеракции. В этом случае по уровню организации субъекта коммуникации выделяют межличностную, групповую и медиальную, массовую, коммуникацию, где посредником выступают разные технические средства. Элементами коммуникативного акта, его структурой являются отправитель, получатель, код, канал, контекст и содержание, предмет коммуникации. Это указывает на то, что процесс коммуникации течет последовательно от кодирования к передаче информации, или сигнализации, а затем к декодированию, или интерпретации.

Понятие «коммуникация» отличается от понятия «общение» по смыслу. Коммуникация, ее процесс понимаются нами как достижение информацией адресата [3, с. 47–50], коммуникационное сообщество, общность, к которой нужно стремиться, причем на этом пути нередко возникают коммуникационно-психологические барьеры [4, с. 24–34]. Кроме того, существует тенденция к противопоставлению массовой коммуникации и индивидуальности, массовой коммуникации и диалога, который, заметим, есть форма прямого общения, виртуальной реальности, наконец, и реального, жизненного мира [5, с. 66–92]. Сказанное означает, что коммуникация и общение есть взаимопересекающиеся сущности и понятия, причем если коммуникации более свойственен опосредованный, с техническим уклоном характер, то общение тяготеет к прямому, непосредственному взаимодействию субъектов. Важно также, что термином «коммуникация» оперируют в основном технические, естественные и точные науки, понятие «общение» используют в большей мере гуманитарные, некоторые прикладные.

Человек с позиций коммуникации и коммуникационного подхода есть система переработки информации [6, с. 23–27]. Эффективность этой системы зависит главным образом от усовершенствования принимающей стороны в результате получения и усвоения информации.

Итак, коммуникация – средство отправления, передачи, хранения и получения закодированной информации безотносительно к ее содержанию [7, с. 33–34]. Иными словами, коммуникация есть часть общения, которая за-

– электронные продукты и услуги, которые по отношению к местоположению пользователя и доступных ему сетей обычно именуют внешней памятью, информацией. Эту группу посредников отличает пассивный характер, выраженный в том, что они активируются лишь по желанию абонента. Во всем остальном не уступают первой группе продуктов и услуг.

Кроме указанных качественных особенностей медиаторов коммуникации, свою роль играет и тот факт, что коммуникация происходит в поле научно-технической информации. Иными словами, объектом такой коммуникации выступает научно-техническая по содержанию информация. Этот вид информации отличается от иных несколькими особенностями: во-первых, ярко выраженной отраслевой направленностью, во-вторых, использованием сложной смеси естественного (термины, понятия, обозначения и пр.) и искусственного (формулы, условные обозначения, международные терминологические элементы и др.) языков и, в-третьих, обязательным сопровождением собственно информации широким по поисковым возможностям справочным аппаратом. Для того, чтобы пользоваться электронными посредниками всех видов при научно-технической коммуникации, пользователь должен быть подготовлен к поиску, аналитико-синтетической обработке и переработке информации, а также к тому, чтобы верно соотносить отобранное со своими информационными потребностями.

Однако в некоторых случаях никакая подготовка потребителя информации не спасает от возникновения барьеров в процессе коммуникации, специфических для научно-технической информации. Можно обозначить следующие основные барьеры:

– недостаточность раскрытия содержания документа в библиографических базах и банках данных, что ведет к низкой пертинентности отобранной пользователем информации. Устраняется на уровне разработчика продукта с помощью введения элементов гипертекста, ключевых слов и полной индексации документов, а на уровне потребителя – только за счет собственной квалификации;

– ограниченность поисковых возможностей справочного аппарата, когда, например, присутствуют именные, заглавий и прочие указатели, но отсутствует систематический указатель либо он составлен некачественно и неполно, что ведет к недостаточной полноте отобранной информации. Устраняется на уровне разработчика привлечением специалистов библиотечно-библиографической отрасли для создания либо редактирования справочно-поискового аппарата, а на уровне пользователя – неустраним;

– наличие формальных преград для овладения смыслом документа, например языка, формул, условных обозначений, аббревиатур и пр. Как правило, научно-техническая информация изобилует подобными включениями в силу своей отраслевой природы. Ведет к недостаточной полноте, ценности и новизне информации. Устраняется на уровне разработчика с помощью введения факультативных элементов библиографического описания, например перевода заглавий, а также составлением словарей, введением соответствующих рубрик в указатели справочного аппарата, составлением тезаурусов. Для пользователя барьер неустраним, так как если абонент имеет достаточную квалификацию, то барьер не возникает;

– затруднительность в работе с посредником коммуникации ввиду плохого его оформления, недружественного интерфейса. Уместно заметить, что даже с печатным посредником коммуникации, который плохо оформлен и издан,

крайне затруднительно и неприятно работать, так как показатель комфортности включается в необходимые и достаточные условия для существования информационной среды. Барьер ведет к недостаточной полноте и доступности информации, необходимой абоненту. На уровне разработчика продукта барьер в настоящее время пока является неустранимым, так как необходимы должное знание новейших информационных технологий, высококлассное оборудование, квалифицированные кадры, владение технологиями рекламы, логистики, мониторинга, маркетинга и другими экономическими составляющими продуктов и услуг. Для пользователя барьер преодолим в случае высокой мотивации деятельности, ценности информации посредника.

Эффективность коммуникации в сфере научно-технической информации предполагает наличие качества у компонентов этой коммуникации, а именно у субъектов, у объекта и у собственно процесса коммуникации. Если качество всех данных компонентов высокое, по оценкам ее субъектов, то возможно говорить об эффективном обмене научно-технической информацией. Как правило, качество в таких случаях подразумевает полную, последовательную структуру явления, подготовку его субъектов и логическую организацию объекта.

Роль научно-технической информации, передаваемой для использования посредством коммуникации, будет возрастать прямо пропорционально научно-техническому прогрессу в области создания новых носителей информации, новых информационных технологий и технологий связи и пр. Однако неизменным останется следующее: коммуникация дает лучшие результаты в комбинации с прямым информационным общением, а также то, что прогресс ее посредников не влияет на количество ее барьеров.

1. *Вершинская О.Н.* Адаптация общества к новым информационным технологиям: новые возможности и новое социальное неравенство // Информ. общество. – 1999. – № 1. – С. 25–29.

2. *Der Brockhaus: In 15 Bd. / Red.: M. Strzysch, J. Weiss.* – Leipzig; Mannheim: Brockhaus, 1999. – Bd. 7: Is-Kon. – 480 s.

3. *Ising E.* Die Sprache in unserem Leben / E. Ising, J. Kraus, K.-D. Ludwig. – Leipzig: Bibliogr. Inst., 1988. – 244 s.

4. *Sprache und Kultur in der interkulturellen Marketingkommunikation / Hrsg.: T. Bungarten.* – Tostedt: Attikon-Verl., 1994. – 234 s.

5. *Wehner J.* Das Ende der Massenkultur?: Vision und Wirklichkeit der neuen Medien. – Frankfurt am Main: Campus Verl., 1997. – 222 s.

6. *Waszkewitz B.* Der Mensch, das unbekannte Wesen: Einführung in die Psychologie und Verhaltenslehre. – Frankfurt am Main etc.: Lang, 1994. – 203 s.

7. *Дридзе Т.М.* Язык и социальная психология: Учеб. пособие / Под ред. А. А. Леонтьева. – М.: Высш. школа, 1980. – 224 с.

8. *Солодкова Г.С.* О методике прагматической оценки систематического каталога // Совершенствование системы каталогов науч. б-к: Сб. науч. тр. / Науч. ред. Р. Ф. Гринина. – Л.: ЛГИК, 1988. – С. 65–76.

9. *Дрыбин В.В.* Автоматизация библиотек и информационное общение // Интернет и межбибл. кооперация / Науч. ред.: Н. А. Яцевич; Бел. библ. ассоциация. – Мн.: Красико-Принт, 2001. – С. 21–25.

10. *Дрыбин В.В.* Алгоритмизация информационного общения и ее значение // Бібл. свет. – 2003. – № 2. – С. 20–22.