

Марецкая В. А.

г. Минск,

Международный университет «МИТСО»

КОММУНИКАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС. РОЛЬ ЭНТРОПИИ В ЭФФЕКТИВНОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ

Современное общество постоянно стремится к увеличению своих коммуникативных возможностей.

Коммуникация в современных условиях является основой процесса взаимодействия. Благодаря коммуникации осуществляется сбор, анализ и систематизация информации в различных формах ее проведения.

По мере развития общества, его социальных институтов и накопления объема информации процесс коммуникации приобретает особую значимость для организации. На лидирующие позиции выходят организации, которые обеспечивают оперативное функционирование коммуникативных потоков. Эффективная организация и управление коммуникативным процессом может стать важнейшим ресурсом для организационного развития.

Коммуникация – это гораздо более сложное явление, чем просто процесс получения информации. Термин «коммуникация» происходит от латинского «communicatio», обозначающего «общее» или «разделяемое всеми» [1, с. 422]. По мере развития теории коммуникации как области научного знания, количество определений коммуникации как основного элемента данной науки непрерывно росло. Например, Г. Г. Почепцов под коммуникацией понимает процессы перекодировки вербальной в невербальную и невербальной в вербальную сферы [2, с. 15]. Широкое толкование понятия коммуникации приводит П. Шаран. Он определяет сущность коммуникации как передачу смысла с помощью символов. Это процесс, посредством которого лицо или группа лиц дает знать другому лицу или группе лиц о своем отношении к конкретному вопросу. В этом смысле коммуникация осуществляется множеством разнообразных путей – посредством произведений живописи, музыки, математических символов, жестов, выражения лица и т. д. Советский и российский исследователь Юрий Лотман определяет коммуникацию как перевод текста с языка моего «я» на язык твоего «ты» [3, с. 12].

Определений коммуникации множество. Американские ученые Ф. Дэнис и К. Ларсон проанализировали 126 понятий. В настоящее же время, как полагают современные исследователи, понятие «коммуникация» имеет три основные интерпретации. Во-первых, она представляется как средство связи любых объектов материального и духовного мира, т. е. как определенная структура. Во-вторых, это общение, в процессе которого люди обмениваются информацией. В-третьих, под коммуникацией подразумевают передачу и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество и его составные компоненты [4, с. 8].

Обратимся к следующим компонентам процесса коммуникации, выделяемым в теории коммуникации:

1. Отправитель – создатель сообщения, тот, кто самостоятельно создает информацию или ее аккумулирует для дальнейшей передачи. Решая, какая значимая информация (идея) может стать объектом передачи, как ее закодировать, по какому каналу направить, отправитель тем самым начинает процесс коммуникативного обмена. При этом очень важен учет отправителем коммуникативной ситуации, т. е. всех основных компонентов процесса. В противном случае информация может либо не дойти до получателя, либо дойти до получателя в искаженном виде, либо не приниматься получателем.

2. Сообщение – подготовленная к передаче получателю информация, закодированная с помощью символов – слов, специальных знаковых символов, тона сообщения, рисунков, жестов, подтекста и т. д. В процессе кодирования (преобразования смысла идеи в символы) могут возникать сложности, влияние которых негативно воздействует на эффективность процесса коммуникации. Например, отправитель составляет сообщение из символов, которые получатель не понимает и неоднозначно трактует в контексте данного сообщения (т. е. отправитель не настроен на язык, культуру получателя, и это ведет к искажениям в понимании).

3. Канал передачи информации – средство, путь передачи информации, сообщения. От качества канала в коммуникативном процессе зависят понимание и принятие получаемой информации. Многое зависит от того, сможет ли отправитель настроиться на индивидуальную систему восприятия информации индивидом.

При выборе канала необходимо учитывать его совместимость с типами символов, используемых для кодирования информации, что поможет избежать деформации сведений, а также суть самого сообщения.

4. Получатель – лицо (группа, организация), которому передается сообщение и которое интерпретирует (декодирует) его. Интерпретация информации получателем не всегда бывает успешной. Неверная интерпретация часто связана с языковыми барьерами, восприятием культур, различием в ориентирах отправителя и получателя. Многочисленные эксперименты, описанные Э. Роджерсом, подтверждают, что коммуникация в гомофильных парах (здесь гомофилия – сходство получателя и отправителя по определенным признакам: языку, образованию, социальному статусу и т. д.) обычно более эффективна, чем в гетерофильных (когда отправитель и получатель различны по указанным признакам), которые много времени затрачивают на понимание и обработку сообщения, а также на подготовку ответа. Однако гетерофильная коммуникация обладает большей информативной ценностью для получателя.

5. Результат (эффект) коммуникативного воздействия – изменения в состоянии и поведении получателя сообщения, которые выражаются в изменении знания получателя; изменении установок (относительно объекта действия, оговоренного в сообщении); изменении видимых действий получателя (приобретение товаров, изменение отношения к поставленным задачам, своевременный приход на учебу, работу и т. д.).

6. Обратная связь – «оперативная реакция на то, что услышано, прочитано или увидено; это информация (в вербальном и невербальном оформлении), которая отсылается назад к отправителю, свидетельствуя о мере понимания, доверия

к сообщению, усвоении и согласии с ним». Обратная связь позволяет отправителю не только узнать результат акта коммуникации, но и скорректировать следующее сообщение для достижения большего результата. Если цель передачи сообщения достигнута (оно было верно интерпретировано и стало руководством к действию), говорят, что установлена положительная обратная связь.

Компоненты процесса коммуникации были дополнены американскими исследователями К. Шенноном и У. Уивером, которые ввели понятие шума и поставили успешность коммуникации в зависимость от помех в канале связи, эффективности кодирующего и декодирующего устройств.

7. Шум – все то, что искажает смысл сообщения, элемент процесса, присутствующий практически на каждом этапе передачи информации. Источниками шумов, затрудняющих точное понимание смысла сообщения, являются различия в восприятии информации, влияющие на ясность смысла при кодировании и декодировании, особенности культуры и языка. Энтропия (шум, коммуникативная неудача) – в теории коммуникации связана с теми внешними факторами, которые искажают сообщение, нарушают его целостность и возможность восприятия приемником. Приведем пример. Отправитель сообщения формулирует некоторую идею, обладая 100 % информации, в процессе высказывания информации в связи с активным языковым фильтром получатель становится обладателем 80 % сообщения, первоначально задуманного отправителем. В связи с различными языковыми барьерами подчиненным услышано уже на 10 % меньше от того, что было сказано. Далее происходит восприятие информации индивидом и ее понимание в соответствии с особенностями уровня интеллекта, воображения и желаний, на данном этапе происходит использование лишь 60 % первоначального сообщения. Последний этап связан со свойствами памяти, восприятия и значимости полученной информации, на данном этапе получатель располагает 24 % информации. Таким образом, потери информации в процессе передачи сообщения составляют 76 %. Не качественно организованный процесс коммуникации действительно становится серьезным барьером на пути понимания участников обмена информацией [5, с. 277], демонстрирует важность наличия всех компонентов, соответствия их характеристик определенной коммуникативной ситуации.

Список цитированных источников

1. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. С. Наумов ; под ред. О. С. Виханского. – М. : Экономистъ, 2008. – 670 с.
2. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Ваклер ; К. : Рефл-бук, 2001. – 656 с.
3. Лотман, Ю. М. Культура как коллективный интеллект и проблемы искусственного разума / Ю. М. Лотман // АН СССР. Науч. совет по комплексной программе «Кибернетика». – М. : РАН, 1977. – 18 с.
4. Моисеева, А. П. Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие / А. П. Моисеева. – Томск : Изд-во ТПУ, 2007. – 104 с.
5. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон [и др.]. – М. : Изд-во «ДЕЛЮ», 1997. – 493 с.