

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ ОСНОВИ КОМУНІКОЛОГІЇ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто основи комунікології та її багаті міждисциплінарні традиції. Досліджено комунікації у сфері менеджменту, кібернетики, психології, маркетингу та військової справи.

Ключові слова: комунікологія, комунікації, міждисциплінарні традиції.

Abstract

The paper considers the basics of communicology and its rich interdisciplinary traditions. Communications in the field of management, cybernetics, psychology, marketing and military affairs are studied.

Keywords: communicology, communications, interdisciplinary traditions.

Вступ

Останні роки стали визначними у розвитку багатьох видів діяльності, в тому числі науки та техніки. Серед них варто відзначити появу та розвиток нових інформаційно-комунікаційних технологій, які стали невід'ємною частиною суспільного життя, особливо в такий важкий час. Комунікації – це основа сучасного світу, без чого не можливе існування жодної сфери функціонування суспільства (політичної, соціальної, економічної та інших). Проте сприйняття та оперування інформацією індивідуально різне в кожній з цих сфер.

Результати дослідження

Комунікологія – це наука, в основі якої лежить дослідження того, як людина створює, отримує, обробляє та використовує інформацію для впливу на своє соціальне середовище. Не зважаючи на те, що дана наука доволі молода, чимало вчених досліджують дану проблематику, чим підкреслюють її прогресивність та багатогранність.

Серед вітчизняних вчених, які зробили чималий внесок у збагачення теоретичних основ комунікології, варто відзначити таких, як Денисюк С. Г., Різун В. В., Максименко С. Д., Лизанчук В. В., Іванов В. Ф., Дегтярьова К. В., Дубов Д. В., Литвиненко О. В., Почепцов Г. Г. Проте, варто віддати належне і іноземним вченим, чиї доробки стали підґрунтям для досліджень та розвитку даної науки. Виокремити слід Г. Ласвелла, Ю. Габермаса, Н. Лумана, К.-О. Апеля, П. Вацлавіка, Д. Бівіна, Д. Джексона, Т. Ньюкомбо, Т. Паттерсона, Ч. Кулі.

Денисюк С. Г. вважає, що комунікація (в етимології індоєвропейський корінь «mei» — мінятися, обмінюватися) — це тип взаємодії між людьми, що припускає інформаційний обмін. Комунікацію слід виокремлювати й від діалогу, оскільки його цільовою причиною є злиття осіб, що беруть участь в ньому, й від спілкування, тому що останнє має справу із загальними механізмами відтворення соціального досвіду і породження нового. Тим часом, питання, пов'язані з комунікацією, історично піднімалися в рамках проблематики діалогу і спілкування [1].

В. В. Різун наголошує: «Під соціальними комунікаціями необхідно розуміти таку систему суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціально-комунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як

повноправні учасники соціальної взаємодії. Ці комунікації є соціально маркованими, бо передбачають взаємодію із соціально визначеними групами людей» [2].

Однак скільки б не було визначень терміну «комунікація», для кожного індивіда чи сфери його діяльності це поняття буде нести зовсім інший сенс. Проте важливість комунікацій в усіх сферах суспільного життя важко переоцінити. Комунікації стали невід'ємною частиною менеджменту, кібернетики, психології, маркетингу, медицини, військової справи та інших.

Якщо досліджувати комунікації, наприклад у військовій справі, то варто відзначити, що цей процес здійснюється між індивідами або їх групою, інколи за допомогою технічних засобів. Однак потрібно розуміти, що комунікації у даному випадку передбачають не тільки обмін інформацією, а й слугують зв'язком між військовими, в даному випадку, для досягнення бажаної мети. Тобто комунікація є основною діяльністю суб'єктів управління, спрямованою на досягнення визначених цілей організації.

З поміж міждисциплінарних традицій виділяється кібернетична – комунікація виступає як обробка інформації з метою отримання максимальної інформації з найменшою кількістю перешкод. Зворотній зв'язок є ключовою концепцією, яка робить можливим ефективне спілкування в системі. Тобто система є «системою частин або змінних, які впливають одна на одну, формують та контролюють характер усієї системи».

Маркетингові комунікації – частина складного комплексу маркетингу організації. До маркетингових комунікацій варто віднести повідомлення і засоби масової комунікації, спрямовані на передачу інформації про продукт і встановлення зв'язку з цільовою аудиторією, ринком. Види маркетингових інструментів включають в себе рекламу, директ-маркетинг, брендінг, PR-діяльність (зв'язки з громадськістю), паблісіті, стимулювання збуту, програми лояльності, спонсорство, торгові презентації.

PR-діяльність (піар, зв'язки з громадськістю) є ключовим каналом зв'язку та обміну інформацією між фізичною особою або організацією з одного боку і громадськістю з іншого боку. Існує білий, сірий, чорний, рожевий, жовтий, зелений піар.

Ефективність комунікацій в системі менеджменту визначає якість управлінських рішень. Комунікаціями (спілкуванням) пронизана вся система управління організацією. Метою комунікації є розуміння, осмислення переданої інформації, адже сам по собі факт обміну інформацією не забезпечує ефективності спілкування людей. Ступінь організації та ефективність комунікаційного процесу на підприємстві багато в чому залежить від досвіду керівника, теоретичних знань і здібностей, які можуть допомогти йому знайти більш ефективні методи комунікації, оволодіти вмінням раціонально організувати процес передавання, засвоєння та використання інформації. Якщо забрати комунікацію, то організація та управління перестають бути керованими, їх діяльність набуває хаотичного, нескоординованого характеру. При управлінні інноваційними комунікаціями підприємства важливо розуміти інформаційні потреби та можливості співробітників, а також володіти основними технологіями комунікацій в управлінні [3].

Висновки

Проаналізувавши наукову спадщину в сфері комунікацій, як процесу, системи суспільної взаємодії та комунікології як науки, варто відзначити особливий вплив та важливість даних понять у сучасному інформаційному суспільстві. Комунікації займають провідне місце в менеджменті, маркетингу, кібернетичі та інших дисциплінах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисюк С. Г. Комунікологія : навчальний посібник / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 102 с
2. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій (наукова стаття, оприлюднено 12 лютого 2011 року) // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна, Інститут журналістики]. – Київ, 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf.
3. Духонина О. Управление предприятиями в современных условиях / О. Духонина, П. Горянский // Финансовая газета. Региональный выпуск. - 2015. - № 10. - с. 96-99.

Липецька Олена Романівна – студентка групи МВКД-196, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: len4iklypetska@ukr.net

Корнієнко Валерій Олександрович – кандидат історичних наук, доктор політичних наук, професор кафедри суспільно-політичних наук, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kornienko@vntu.edu.ua

Lypetska Olena R. - Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: len4iklypetska@ukr.net

Korniyenko Valeriy O. - Candidate of Historical Sciences, Doctor of Political Sciences, Professor of the Department of Social and Political Sciences, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: kornienko@vntu.edu.ua