

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ СФЕРЫ УСЛУГ

Обосновывается необходимость выделения термина «экономическая коммуникация». Приводятся примеры его практического применения. Описываются аспекты рассмотрения коммуникации в философии и социологии. Рассматриваются подходы к коммуникации в теории массовых коммуникаций.

Ключевые слова: коммуникация, массовая коммуникация, экономическая коммуникация.

I.N. Demina

ECONOMIC COMMUNICATION AS COMPONENT OF SERVICE INDUSTRY INFRASTRUCTURE

The article states the necessity of creating the term «economic communication», and demonstrates examples of its practical use. The author describes the aspects of studying communication in philosophy and sociology, and deals with approaches to defining communication in the theory of mass media communication.

Keywords: communication, mass communication, economic communication.

В эпоху становления информационного общества коммуникативная практика намного опережает теоретическое обоснование происходящих процессов. С одной стороны, существует множество работ, посвященных коммуникациям, положена основа для дальнейших междисциплинарных исследований, с другой — многие термины, касающиеся коммуникаций, становятся общеупотребительными, не имея под собой теоретического фундамента. Одним из таких терминов является термин «экономическая коммуникация».

В России сейчас существует множество институциональных образований, использующих названный термин, но часто в их содержательную деятельность вкладываются разные смыслы.

Одним из примеров является Агентство политических и экономических коммуникаций (АПЭК) — российская компания, работающая в области связей с общественностью, созданная в 2004 г. группой известных PR-специалистов [13]. Организация работ в АПЭК, судя по его собственной рекламной информации, проектно ориентирована и предполагает использование опыта его руководителей и топ-менеджеров в PR и СМИ. Очевидно, что данная компания — типичное PR-агентство, и экономические коммуникации, так же как и политические, подразумевают организацию PR-мероприятий. Не совсем ясно, какой именно смысл вкладывается агентством в понятие «экономические коммуникации», но можно предположить, что имеется в виду организация связей с общественностью бизнес-структур (это и есть экономические коммуникации). Политические коммуникации предполагают деятельность по организации политических акций, выборов и т.д. (политические коммуникации).

Кроме учреждений, агентств и т.п., декларирующих своей целью налаживание экономических коммуникаций в информационном пространстве, термин «экономическая коммуникация» используется в названиях подразделений образовательных учреждений. Так, в Волгоградском государственном техническом университете функционирует Центр международных экономических коммуникаций (ЦМЭК) [15], предназначенный для реализации инновационных обучающих программ переподготовки и повышения квалификации в области внешнеэкономической деятельности и международных отношений. Обучающие программы рассчитаны на углубленное изучение иностранных языков, экономических дисциплин и получение коммуникативных навыков в ведении бизнеса, однако ответа на вопрос, что же вкладывается в понятие «экономическая коммуникация», получить не удалось.

В Белорусском государственном экономическом университете функционирует кафедра межкультурной экономической коммуникации [14], созданная в 2003 г. на факультете международных бизнес-коммуникаций. Эта кафедра обеспечивает выпуск специалистов по специальности «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций» (специализация «Коммуникативные технологии в бизнесе»). Перечень читаемых дисциплин не предусматривает изучение такой дисциплины, как «экономическая коммуникация». Научные интересы преподавателей кафедры сосредоточены в двух направлениях: лингвистические науки и коммуникативистика. Таким образом, экономическая коммуникация здесь рассматривается как одно из направлений коммуникативистики, при этом разрабатывается лингвистический аспект коммуникаций. Теории экономической коммуникации здесь также не разрабатывается.

В поисковых системах поиск по ключевым словам «экономическая коммуникация» в словарях, энциклопедиях и других источниках позволил найти только следующие термины: маркетинговые коммуникации, социальные коммуникации, коммуникации в менеджменте, бизнес-коммуникации, деловые коммуникации, коммуникации в менеджменте. Все эти термины, на наш взгляд, имеют то или иное отношение к экономической коммуникации и определенным образом связаны с ней, но все же требуется уточнить степень этой связи и выделить экономическую коммуникацию. Они введены в оборот разными отраслями наук, и пока не существует единой синтетической теории, которая объединяла и объясняла бы смыслы этих видов коммуникаций либо отделяла их друг от друга по тем или иным критериям. Сделаем попытку перейти от общенаучного понятия «коммуникация» к уточняющим конкретным терминам, используемым разными науками.

Объединяющим термином выступает «коммуникация». Вообще коммуникация (лат. *communicatio* — сообщение, передача) — смысловой и идеально-содержательный аспект социального взаимодействия. Коммуникативными называются действия, сознательно ориентированные на их смысловое восприятие. Основная функция коммуникации — достижение социальной общности при сохранении индивидуальности каждого ее элемента. Структура простейшей коммуникации включает как минимум: двух участников-коммуникантов; ситуацию (или ситуации), которую они стремятся осмыслить и понять; тексты, выражающие смысл ситуации в языке; мотивы и цели, делающие тексты направленными, т.е. то, что побуждает субъектов обращаться друг к другу; процесс материальной передачи текстов [1]. По типу отношений между участниками выделяются межличностная, публичная, массовая коммуникация.

Первой наукой, проявившей интерес к феномену коммуникации, является философия, причем до начала XX в. философские исследования в области коммуникации ограничивались происхождением социальных норм, морали, права и государства (теория общественного договора) и наличными средствами организации самой философской коммуникации (проблема диалога). Современный философский интерес к коммуникации настолько широк, что возникло новое направление — медиафилософия [8], изучающая место и роль коммуникации и коммуникативных технологий в различных общественных сферах, изменение которых связано с интенсивным развитием средств коммуникации. Развитие этой науки в России привело даже к образованию в 2007 г. Исследовательского центра медиафилософии [12], объединившего исследователей феномена медиа, медиареальности, медиакультуры.

Результатом человеческой деятельности XX в. становится технологизация и автоматизация производства, что выдвинуло на первый план в общественных системах процессы управления, в которых основополагающей является организация коммуникаций. В то же время указанные процессы все больше освобождают человека от производственной деятельности, расширяя область свободного времени, связанного в том числе с общением, где основным процессом также является коммуникация по поводу ценностей, идеалов и норм. Тема коммуникации, интерессубъективности¹ и диалога становится одной из главных в философии XX в. [1]. В основу философских исследований коммуникации прошлого века легло изучение языковых и знаковых структур. Представителями таких исследований стали философы (Б. Рассел, Витгенштейн и др.), лингвисты (Соссюр и др.) и семиотики (Моррис и др.).

В соответствии с современными философскими представлениями при анализе и описании коммуникации необходимо различать: коммуникацию в широком смысле — как одну из основ человеческой жизнедеятельности и многообразные формы речезыковой деятельности, не обязательно предполагающие наличие содержательно-смыслового плана; информационный обмен в технологически организованных системах — в этой ипостаси коммуникация исследуется футурологами; мыслекоммуникацию как интеллектуальный процесс, имеющий выдержанный идеально-содержательный план и связанный с определенными ситуациями социального действия; экзистенциальную коммуникацию как акт обнаружения Я в Другом. В таком качестве коммуникация — основа экзистенциального отношения между людьми и решающий процесс для самоопределения человека в мире, в котором человек обретает понимание своего бытия, его оснований [1].

Исследования коммуникации — прерогатива не только философов. В первой половине XX в. коммуникация оказывается в центре социальной теории, хотя сегодня зачастую невозможно отделить друг от друга философские, социологические и другие исследования коммуникаций, настолько глубоко происходит конвергенция общественных наук.

Если в начале философских изысканий речь велась о коммуникации вообще, то социология исследует коммуникацию социальную.

С точки зрения социологии, социальная коммуникация — интердисциплина, изучающая процессы распространения и циркуляции информации в обществе [7]. Социологи различают пять уровней исследований

¹ Интерессубъективность — особая общность между познающими субъектами, условие взаимодействия и передачи знания (или значимости опыта познания) одного для другого.

коммуникации. Интраперсональная коммуникация изучает «разговоры с самим собой», процессы обработки информации индивидом. Интерперсональная коммуникация исследует межличностное взаимодействие. Групповая коммуникация занимается исследованиями групповой динамики; к ним относятся и исследования институциональной (организационной) коммуникации. Массовая коммуникация имеет дело с сообщениями, направляемыми массовой аудитории через средства массовой информации, часто с политическими или коммерческими целями. Пятый, в последние годы особенно быстро развивающийся вид коммуникации изучает обмен сообщениями с объектами, не являющимися людьми, в первую очередь с машинами, компьютерами, например компьютерные игры или пользование банкоматами.

В XX в. исследования коммуникации приобрели очень широкий характер, захватили представителей множества общественных наук и стали междисциплинарными. Все это послужило основой для выделения самостоятельной науки о коммуникации — коммуникативистики. Основоположниками науки о коммуникациях считаются Г. Лассуэлл, П. Лазарсфельд, Н. Винер, первые публикации которых появились в 1930–50-х гг.

Исторически первой возникла кибернетическая модель коммуникации, разработанная основателем кибернетики Н. Винером, базирующаяся на математической теории информации, согласно которой информация, полученная через открытую систему, уменьшает степень неопределенности (энтропии), в замкнутой системе необратимо увеличивается, что приводит к возрастанию беспорядка и в конечном счете — к потере контроля над функционированием системы. Именно кибернетика как учение о «контроле и отношениях», таким образом, была родоначальницей новой идеологии — идеологии «открытого общества», стабильность которого поддерживалась бы свободной циркуляцией информации, равно доступной всем его членам. Эта идеология сегодня трансформировалась в феномен «коммуникационного» мышления, важнейшим требованием которого, наряду с терпимостью и готовностью к компромиссам, является «прозрачность» информационных потоков.

Не меньшее влияние на становление наук об информации и коммуникации имело исторически второе — эмпирико-функционалистское — направление исследований СМИ, сложившееся в США в годы Второй мировой войны. Это направление традиционно связывают с именами П. Лазарсфельда, впервые исследовавшего аудитории радио и прессы, К. Ховланда, психосоциолога, изучавшего феномены формирования индивидуальных мнений и убежденности в малых группах, и Г. Ласуэлла, занимавшегося теорией пропаганды и функционированием масс-медиа.

Эмпирико-функционалистский подход позволил создать теорию манипулирования массами (теория «подкожного впрыскивания»: У. Липпман, К. Юнг, Э. Бернайс и др.), «спираль молчания» (Ноэль-Нойман). Ему же наука обязана открытием функции «записной книжки» СМИ (МакКомбс и Шоу); стратификацией телевизионной публики (Клик и Леви); исследованием культурной и гражданской эффективности телевидения (Гербнер и др.) и многим другим. Следует отметить фундаментальные различия кибернетического и эмпирико-функционалистского подходов: для кибернетиков основной интерес представляла циркуляция информации в обществе, а функционалисты концентрировали свое внимание на роли СМИ и теории влияния.

Третьим основополагающим направлением науки о коммуникации является структурный метод и его лингвистические и, в более широком смысле, семиологические приложения (Ж. Леви-Стросс, М. Фуко, Р. Барт, К. Метц, У. Пирс и др.). Методы структурного анализа применяются к художественным и профессиональным текстам, аудио-, видео- и кинодокументам. Они легли в основу развития современных методов обработки информации и репрезентации знаний [11].

С конца 1960-х гг. и по настоящее время наука о социальной коммуникации из синтетической теории, сложившиеся первоначально из трех «фундаментальных» направлений, становится источником новых. К ним можно отнести, в частности, социологию массовой культуры, социологию массовой коммуникации, психосоциологию, политэкономия (критическую) коммуникации, прагматику, этнографию коммуникации, этнометодологию и социологию социальных взаимодействий, социологию техники и медиатизации, исследования социального потребления медиа и новых технологий, медиафилософию.

Среди авторов, активно занимающихся коммуникативными исследованиями в России, можно назвать Г.П. Бакулева [2; 3], О.Л. Гнатюка [4], Л.М. Землянову [5; 6], М.М. Назарова [9], Г.Г. Почепцова [10]. Эти и другие авторы в первую очередь исследуют коммуникацию массовую, однако являются представителями разных направлений. В основном водораздел между ними — взаимоотношение коммуникации с журналистикой, PR и рекламой.

Таким образом, наиболее общим, абстрактным является термин «коммуникация» (смысловой и идеально-содержательный аспекты социального взаимодействия), изучением которой начала заниматься философия. Более конкретным содержанием термин «коммуникация» наполнила социология, изучающая «социальную коммуникацию» (сообщение, процесс передачи информации), которая, в свою очередь, осуществляется на пяти уровнях, одним из которых является коммуникация массовая.

Возрастающая значимость наук о коммуникации объясняется развитием информационного общества, превращением информации в стратегический ресурс, касается ли это сферы политики, экономики или управления. Все более жесткая политическая и экономическая конкуренция между элитами внутри стран и между государствами на мировой арене порождает заказ на разработку новых информационных технологий, чаще всего оказывающихся манипулятивными. Следует признать, что коммуникации — инструмент, результат использования которого может вызывать и созидательный, и разрушительный эффект. Наиболее заметно это проявляется в массовых коммуникациях.

Список использованной литературы

1. Бабайцев А.Ю. Коммуникация / А.Ю. Бабайцев. — URL: <http://slovari.yandex.ru/коммуникация/Энциклопедия%20постмодернизма/КОММУНИКАЦИЯ>.
2. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учеб. пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. — М.: Аспект-Пресс, 2005. — 176 с.
3. Бакулев Г.П. Современные концепции и теории массовой коммуникации в контексте новых медиа: дис. ... д-ра филол. наук / Г.П. Бакулев. — М., 2003.
4. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации / О.Л. Гнатюк. — М.: КноРус, 2010. — 256 с.
5. Землянова Л.М. Идеи коммуникативистов о причастности постфордизма к кризисам в экономике [Электронный ресурс] / Л.М. Землянова // Медиаскоп. — 2010. — № 4. — URL: <http://www.mediascope.ru/node/712>.

6. Землянова Л.М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура / Л.М. Землянова // Вестник Московского университета. — Сер. 10, Журналистика. — 1999. — № 2. — С. 58–69.
7. Коммуникация социальная. Социология: энцикл. [Электронный ресурс] / сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. — Минск: Кн. дом, 2003. — URL: <http://slovari.yandex.ru>.
8. Медиафилософия VII. Медиареальность субъекта / под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова. — СПб.: Изд-во С.-Петерб. филос. о-ва, 2011.
9. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. — М.: Аванти плюс, 2003. — 428 с.
10. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. — М.: Рефл-бук Ваклер, 2001. — 656 с.
11. Энциклопедия социологии. — URL: <http://slovari.yandex.ru>.
12. URL: <http://mediaphilosophy.ru>.
13. URL: <http://www.apecom.ru>.
14. URL: <http://www.bseu.by/russian/faculty7/dep6.htm>.
15. URL: <http://www.vstu.ru/addedu/ipipk/cmec>.

References

1. Babaitsev A.Yu. Kommunikatsiya / A.Yu. Babaitsev. — URL: <http://slovari.yandex.ru/kommunikatsiya/Entsiklopediya%20postmodernizma/KOMMUNIKATSIYA>.
2. Bakulev G.P. Massovaya kommunikatsiya: Zapadnye teorii i kontseptsii: ucheb. posobie dlya studentov vuzov / G.P. Bakulev. — М.: Aspekt-Press, 2005. — 176 с.
3. Bakulev G.P. Sovremennye kontseptsii i teorii massovoi kommunikatsii v kontekste novykh media: dis. ... d-ra filol. nauk / G.P. Bakulev. — М., 2003.
4. Gnatyuk O.L. Osnovy teorii kommunikatsii / O.L. Gnatyuk. — М.: KnoRus, 2010. — 256 с.
5. Zemlyanova L.M. Idei kommunikativistov o prichastnosti postfordizma k krizisam v ekonomike [Elektronnyi resurs] / L.M. Zemlyanova // Mediascope. — 2010. — № 4. — URL: <http://www.mediascope.ru/node/712>.
6. Zemlyanova L.M. Setevoe obshchestvo, informatsionalizm i virtual'naya kul'tura / L.M. Zemlyanova // Vestnik Moskovskogo universiteta. — Ser. 10, Zhurnalistika. — 1999. — № 2. — С. 58–69.
7. Kommunikatsiya sotsial'naya. Sotsiologiya: entsikl. [Elektronnyi resurs] / sost. A.A. Gritsanov, V.L. Abushenko, G.M. Evel'kin, G.N. Sokolova, O.V. Tereshchenko. — Minsk: Kn. dom, 2003. — URL: <http://slovari.yandex.ru>.
8. Mediafilosofiya VII. Mediareal'nost' sub'ekta / pod red. V.V. Savchuka, M.A. Stepanova. — SPb.: Izd-vo S.-Peterb. filos. o-va, 2011.
9. Nazarov M.M. Massovaya kommunikatsiya i obshchestvo: Vvedenie v teoriyu i issledovaniya / M.M. Nazarov. — М.: Avanti plus, 2003. — 428 с.
10. Pocheptsov G.G. Teoriya kommunikatsii / G.G. Pocheptsov. — М.: Refl-buk Vakler, 2001. — 656 с.
11. Entsiklopediya sotsiologii. — URL: <http://slovari.yandex.ru>.
12. URL: <http://mediaphilosophy.ru>.
13. URL: <http://www.apecom.ru>.
14. URL: <http://www.bseu.by/russian/faculty7/dep6.htm>.
15. URL: <http://www.vstu.ru/addedu/ipipk/cmec>.

Информация об авторе

Демина Ирина Николаевна — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой журналистики и экономики СМИ, Байкальский государственный университет экономики и права, г. Иркутск, e-mail: demina-in@isea.ru.

Author

Demina Irina Nikolayevna — Doctor of Economics, Professor, Chairholder, Chair of Journalism and Mass Media Economy, Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk, e-mail: demina-in@isea.ru.