

Информационно-коммуникационные барьеры в условиях медиаконвергенции и возможности их преодоления

Статья рекомендована И.Ю. Алексеевой 20.01.2019.



**МОЛЧАНОВА Ольга
Ильинична**

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры международных отношений, медиалогии, политологии и истории Санкт-Петербургского государственного экономического университета

Аннотация

В статье рассматриваются информационно-коммуникационные барьеры, возникающие в коллективах современных медиа, и способы их преодоления, обосновывается понятие «информационно-коммуникационный барьер» и рассматриваются их виды, приводятся сводная таблица наиболее распространенных барьеров, а также результаты опроса сотрудников средств массовой информации Санкт-Петербурга на предмет выявления информационно-коммуникационных барьеров в редакционных коллективах и характера их дисфункционального воздействия.

Ключевые слова:

информационные и коммуникационные барьеры, преодоление барьеров, медиаконвергенция.

В современных условиях при оптимальном протекании информационных процессов наблюдается развитие и прогресс, но добиться равномерности циркуляции информационных потоков непросто, так как цифровые технологии осваиваются не всеми индивидами равномерно, у некоторых отсутствуют практические навыки, что в связи со стремительными преобразованиями медиасферы не всегда удается оперативно и целенаправленно скорректировать. Нередко между сотрудниками организации возникают информационно-коммуникационные барьеры, которые руководителям следует знать, быть готовым к ним и к их преодолению.

Информационно-коммуникационные барьеры — это препятствия объективного и субъективного характера, возникающие при обмене информацией между коммуникаторами.

Сегодня вопросы типологизации барьеров и их разграничения недостаточно представлены в научной литературе, однако это важная проблема в контексте адаптации и инфосоциализации современного социума стоит довольно остро.

Понятие информационного барьера ввел академик В. М. Глушков, который определил его как «противоречие между информационными запросами общества (общества) и имеющимися техническими возможностями их удовлетворения» [1, с. 9–11]. Он выделял три барьера, трактуя каждый из них следующим образом.

Первый информационный барьер связан с ограниченностью человеческого мозга, не способного хранить весь накопленный объем необходимых знаний. Барьер был преодолен после изобретения письменности.

Второй информационный барьер связан с ограниченностью распространения уже имеющихся знаний. По мнению академика, барьер был преодолен после изобретения книгопечатания Иоганном Гуттенбергом, затем позже после изобретения телеграфа, телефона, фотографии, кино, телевидения и т.п.

Третий информационный барьер связан с ограниченностью человеческого мозга для восприятия и переработки огромных объемов информации, накопленных человечеством и необходимых для принятия управленческих решений.

Для преодоления третьего информационного барьера и централизованного управления экономикой СССР В. М. Глушков предлагал использовать вычислительные машины.

Такой подход не оправдал себя и сегодня не актуален, так как в связи с развитием цифровых технологий и медиаконвергенции возникают новые барьеры, с более сложным генезисом, требующие специфического подхода в их устранении.

Среди современных авторов много сторонников выделения коммуникационных (коммуникативных) барьеров в отдельную категорию.

Е. Н. Скаженик дает следующее определение: «Коммуникационные барьеры — это факторы, снижающие эффективность коммуникации или полностью блокирующие ее» [4].

На наш взгляд, сегодня деление барьеров на информационные и коммуникационные (коммуникативные) не целесообразно, если мы говорим о циркуляции информации между коммуникаторами в контексте обеспечения управленческих решений.

К информационным же барьерам относятся технические помехи, возникающие в работе IT-специалистов.

Барьеры информационно-коммуникационного характера принято делить на объективные, возникающие и существующие независимо от человека, и субъективные, связанные с личностными особенностями собеседников, их коммуникативными способностями.

К объективным барьерам будут относиться те, которые возникают в результате недостаточно отлаженной работы государственных и межгосударственных, ведомственных структур в выработке единых стандартов информационной политики.

Субъективные барьеры зависят от конкретных людей, возглавляющих конкретную организацию, медиапредприятие, от личностных качеств каждого представителя данного коллектива.

Таким образом, на наш взгляд, целесообразно делить барьеры на внешние (объективные) и внутренние (субъективные).

В результате анализа среди наиболее значимых внешних (объективных) барьеров мы выделили государственно-политические, режимные, экономические, ведомственно-бюрократические.

Внутренние (субъективные) помехи, которые образуются в редакционной среде в связи с конвергенцией, влияющей на информационно-коммуникационный обмен, мы разделили на организационные, культурные, социальные, личностные, психологические.

В следующей таблице отмечены те информационно-коммуникационные барьеры, которые наиболее часто встречаются в современных редакционных коллективах и так или иначе влияют на принятие управленческих решений.

Таб. 1 Наиболее значимые информационно-коммуникационные барьеры

| Название барьеров | Причины возникновения |
|---|-----------------------|
| ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ БАРЬЕРЫ | |
| ВНЕШНИЕ БАРЬЕРЫ (объективные) | |

| Название барьеров | Причины возникновения |
|--|--|
| Государственно-политические | Ограничивают доступ к информации государственно-политического характера. Часть информации, содержащей государственную тайну или имеющей конфиденциальный характер, оказывается недоступной для широкого потребителя. |
| Режимные | Различные политические режимы существующих государств с разными законами, по-своему регулируемыми информационные процессы, тормозят формирование единого мирового информационного пространства. |
| Экономические | Возникают в результате нехватки или отсутствия финансовых средств для производства, обработки, передачи, потребления и хранения информации. |
| Ведомственно-бюрократические | Обусловлены нецелесообразно разветвлённой структурой системы управления (как государственной, так и внутрифирменной), что становится преградой для прохождения информационных потоков. |
| ВНУТРЕННИЕ БАРЬЕРЫ (субъективные) | |
| ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ БАРЬЕРЫ | |
| Пространственно-временные | Возникают из-за пространственной и временной удалённости источника и приёмника друг от друга. Причина возникновения барьера – неграмотная расстановка предметов мебели, оборудования, что мешает своевременному поступлению информации и ответной реакции на нее. Данный фактор может привести к невнимательному слушанию, поверхностному пониманию информации и свертыванию обратной связи. |
| Информационной перегрузки | Возникают в связи с появлением информационных технологий и конвергентных явлений, в результате чего у каждого сотрудника появились дополнительные обязанности и увеличилась сферы ответственности. |
| Технические | Возникают в результате неисправности или отсутствия как самих технических средств, программного обеспечения, так и единых стандартов в их применении, что ведет к несовместимости оборудования (при его наличии) и невозможности оптимизации информационных процессов. |
| Структурные | Данные коммуникационные помехи обусловлены структурными характеристиками, типом взаимосвязей между различными структурными подразделениями, а также распределением прав, обязанностей и ответственности в системе управления. Возникают в результате несоответствия организационных систем друг другу в плане коммуникационной политики. |
| КУЛЬТУРНЫЕ БАРЬЕРЫ | |
| Национальные и религиозные | Возникают в результате культурного различия и проявления нелояльности к традициям и обычаям представителей других национальностей и вероисповеданий. |
| Этические | Возникают в результате различий ценностных ориентаций и поведенческих норм и правил. |

| Название барьеров | Причины возникновения |
|---|--|
| Эстетические | Возникают из-за разности во вкусах, взглядах на культуру, представлений собеседников об эстетике, о прекрасном. |
| СОЦИАЛЬНЫЕ БАРЬЕРЫ | |
| Профессиональные | Возникают из-за разности знаний о предмете коммуникации; различного уровня профессиональной компетентности, необходимых производственных навыков. |
| Образовательные | Возникают из-за разности образовательного уровня партнеров, социального опыта, и, как следствие, информационного несоответствия позиций субъектов коммуникации. |
| Статусные | Возникают из-за излишней значимости иерархического фактора в организации, когда подчиненному дискомфортно обращаться к руководителю с тем или иным вопросом для решения проблемы. |
| Поколенческие | Возникают в связи с разными представлениями у людей разных поколений о возможностях решении проблем. Люди старшего поколения противятся нововведениям, младшие могут раздражаться в связи с этим и недооценивать опыт старших. |
| ЛИЧНОСТНЫЕ БАРЬЕРЫ | |
| Индивидуальные | Возникают по причине индивидуальных различий в характере, темпераменте, проявлений эмоций. |
| Идеологические | Могут формироваться из-за различия в мировоззрениях, в ценностных и социальных установках коммуникаторов. |
| Барьер отрицательной установки или предвзятости | Возникает как следствие негативной установки по отношению к собеседнику. Связано со сформировавшимся ранее негативным мнением или реакцией на внешний облик или манеру поведения человека. |
| Барьер плохого самочувствия | Возникает из-за недомоганий различного характера, что ведет к ошибкам в работе и недовольству сотрудников. |
| ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ | |
| Барьеры авторитета | Возникают в результате превалирования мнения вышестоящей (авторитетной) фигуры, тогда как более значимые сведения, высказанные менее авторитетной персоной, могут не браться в расчет. |
| Барьеры стереотипизации | Формируются из-за использования стереотипов в оценке информации. |
| Барьеры искажения информации | Могут возникать из-за использования в коммуникации действий манипулятивного характера, создаются осознанно, с целью получения каких-либо предпочтений. |
| Языковые барьеры | Могут быть логическими, фонетическими и семантическими. Возникают часто у людей с различным типом мышления. |

Информационно-коммуникационные барьеры игнорировать нельзя, так как они являются показателем неблагополучия в коллективе, что может привести к сбою его деятельности, а значит, следует искать пути их устранения для

выстраивания адекватной коммуникационной политики с целью эффективной работы медиапредприятия.

От коммуникационной политики во многом зависит успешность деятельности любой организации. «Основными условиями достижения цели коммуникативного действия в рамках информационно-аналитического обеспечения управления являются: наличие информации, необходимый ее объем, время обработки и представления информации. Организация соответствующих коммуникативных действий обеспечивает своевременные и качественные коммуникации, заключающиеся в обмене информацией между субъектом-актором и субъектом-контрагентом» [6].

В редакциях современных СМИ от беспрепятственной циркуляции информационно-коммуникационных потоков зависит перспектива дальнейшего развития данного медиапредприятия, его конкурентоспособность и выполнение обязательств перед своей аудиторией.

В 2017–2018 гг. с целью выявления влияния информационно-коммуникационных барьеров на управленческий процесс в редакциях современных СМИ г. Санкт-Петербурга было проведено социологическое исследование, предполагающее массовый опрос сотрудников средств массовой информации на предмет выявления информационно-коммуникационных барьеров в редакционных коллективах и характера их дисфункционального воздействия. С этой целью в период с сентября по декабрь 2017 года автором был проведен социологический анкетный опрос на тему: «Информационно-коммуникационные барьеры в редакциях СМИ Санкт-Петербурга».

В проведенном опросе приняли участие 506 сотрудников средств массовой информации г. Санкт-Петербурга («Питер-online», «Дорожная держава», «5 канал» и др.). Основными категориями респондентов выступили: а) главные редакторы — 10,5%, б) творческие сотрудники редакций (корреспонденты, фотокорреспонденты, операторы, звукооператоры, веб-дизайнеры, специалисты по рекламе, верстальщики и др.) — 89,5%. Распределение опрошенных по возрастным группам явилось в следующих пропорциях: сотрудников в возрасте до 40 лет — 32,5%, от 40 до 49 лет — 35,7%, количество респондентов в возрасте от 50 до 59 лет составило 20,3% и от 60 лет и старше — 11,5%.

О наличии информационно-коммуникационных нарушений респонденты свидетельствовали исходя из собственной практики, посредством ответов на вопросы анкеты. Информационно-коммуникационные нарушения определенного характера указывают на наличие информационно-коммуникационных барьеров.

Основной вопрос анкеты имел определенную цель — выявление проблем коммуникационного характера, влияющих на действия управленческого характера: «Какие информационно-коммуникационные сбои присутствуют в Вашей редакционной деятельности?» (рис. 1).

На рисунке 1 видно, что степень выраженности барьеров в результате анализа информации распределилась по убыванию таким образом: организационные барьеры (39,2), социальные (35,7), психологические (19,8), культурные и личные барьеры (5,3).

Проявление *организационных* барьеров (рис. 2) отразилось в следующих показателях: самый большой процент респондентов (48,8) ответили, что сталкиваются с информационными перегрузками, этот фактор влияет на управленческие решения, объективность и обоснованность их принятия; 33,4% респондентов считают,

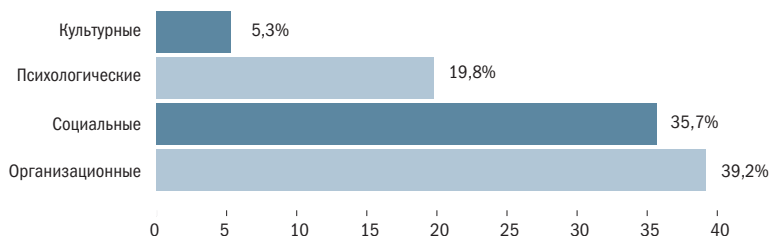


Рис. 1. Информационно-коммуникационные барьеры в коллективах современных редакций Санкт-Петербурга, %

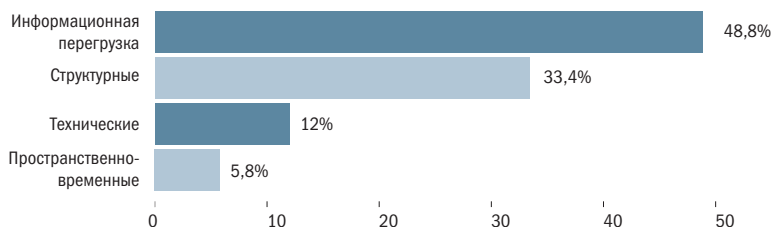


Рис. 2. Распределение организационных барьеров в процентном соотношении.

что на их деятельность отрицательно влияют структурные барьеры, что проявляется в сбоях взаимосвязей между различными структурными подразделениями, и, как следствие, в искажении сведений при движении нисходящей и восходящей информации, а также распределении прав, обязанностей и ответственности в системе управления; 5,8% указывают на пространственно-временные помехи в движении информационных потоков, так как неграмотная расстановка предметов мебели и оборудования мешает своевременному поступлению информации и ответной реакции на нее.

Проявление *социальных* барьеров (рис. 3) отразилось в следующих показателях: 53% респондентов отметили профессиональные барьеры в своих коллективах, что означает наличие сотрудников с различным уровнем профессиональной компетентности, необходимых производственных навыков, что мешает синхронизации действий в достижении общих целей; 33,8% — образовательные барьеры, что свидетельствует о необходимости повышения квалификации сотрудников, чьи знания и умения не соответствуют требованиям; 10,2% — поколенческие барьеры и 3% — статусные.

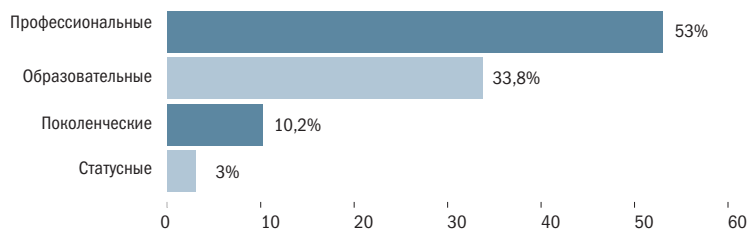


Рис. 3. Распределение социальных барьеров в процентном соотношении.

Проявление *психологических* барьеров (рис. 4) отразилось в следующих показателях: 38,2% — барьеры авторитета; 29% — барьеры стереотипизации;

18,8% — барьеры искажения информации; 14% — языковые барьеры. Респонденты свидетельствуют об игнорировании мнения участников коммуникационного процесса, не обладающих властью, использовании стереотипов в оценке информации, использовании действий манипулятивного характера с целью добиться определенной цели, а также присутствия в коллективах людей с различным типом мышления. Все это требует корреляции в действиях управленческого характера.

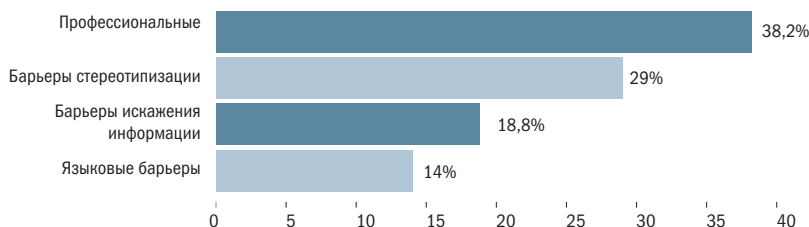


Рис. 4. Распределение психологических барьеров в процентном соотношении.

Изучение информационно-коммуникационных барьеров и их влияния на социальное управление коллективом, принятие управленческих решений позволит устранить многие недостатки, мешающие адаптации и инфосоциализации коллектива в условиях конвергенции.

Существуют различные способы преодоления информационно-коммуникационных барьеров.

К ним следует отнести:

1. Регулирование циркулирующей информационных потоков. Управленцы на всех уровнях организационной структуры должны знать существующие проблемы коммуникационного характера в коллективе, вовремя и регулярно выявлять данные недостатки. Регулирование заключается в понимании значимости информации и своевременности ее поступления конкретным сотрудникам без искажения. Объем информации должен соответствовать потребностям. Информационные потребности сотрудников в значительной мере зависят от целей компании, путей ее развития и тех решений, которые принимает руководство [2].

Информационные перегрузки, от которых страдает современный коллектив, возможно нивелировать только с помощью грамотного регулирования и внимательного отношения к этой проблеме руководителя медиапредприятия. Психологические барьеры зачастую возникают из-за того, что до каждого члена коллектива не доводится своевременно качественная информация в полном объеме, выраженная ясно, понятно, лаконично.

2. Управленческие действия. Проведение регулярных собраний с сотрудниками редакции для обсуждения рабочих вопросов, затрагивающих грядущие перемены, обсуждение дальних и ближних целей, распределение обязанностей позволят улучшить взаимодействие между коллегами. На собраниях молодые и новые сотрудники приобретают возможность проявить инициативу, наладить контакт с руководителем. Собрание может проводиться в виде дискуссии на заданную тему относительно перспектив предприятия. Такие мероприятия формируют навык активного слушания, участники задают вопросы, начинают вовлекаться

в процесс обсуждения, проявлять интерес к высказываниям собеседника. Данные управленческие действия помогут устранить некоторые организационные, социальные барьеры, большинство барьеров психологического характера.

3. **Формирование системы обратной связи.** Данный способ преодоления коммуникационных барьеров не требует финансовых затрат, прост и эффективен. С помощью него можно выявлять информационно-коммуникационные барьеры и оперативно принимать решения по их устранению. Важно найти такую форму обратной связи, которая будет максимально достоверной и доступной.

Один из вариантов — опрос сотрудников. Такой способ обратной связи направлен на устранение социальных и психологических барьеров.

Сравнение информации на входе и выходе коммуникационного канала позволяет определить корректность коммуникационного процесса. «Обратная связь — это реакция реципиента на полученные сведения, которая отсылается обратно коммуниканту. Обратная связь позволит не только узнать результат коммуникации, но и скорректировать следующее сообщение нужным образом для достижения большего эффекта» [5, с. 124–127]. При налаживании обратной связи повышается результативность деловой коммуникации компании. Надежность и продуктивность коммуникационного процесса объясняется его двусторонним обменом информацией.

Однако следует иметь в виду, что обратная связь может быть двух видов: положительной или отрицательной. При правильно положительной обратной связи цель сообщения будет достигнута, правильно понята и реализована.

Наладить положительную обратную связь не просто. Горизонтальные и вертикальные информационные потоки нередко искажаются, так как от руководства к подчиненным информация может приукрашиваться и умалчиваться, подаваться под определенным углом зрения, при обратном направлении позитивная информация гиперболизируется и приукрашивается с целью расположения начальника [3].

4. **Выход в народ.** Руководитель должен периодически посещать подчиненные ему отделы, общаться с людьми напрямую. Проверая состояние коммуникативных каналов в коллективе, он должен самостоятельно убедиться в их актуальности. Когда управленец своими глазами видит положение дел и общается с людьми, он получает более полное представление о своих подчиненных и организации в целом, обладая возможностью напрямую доносить до сотрудников важные идеи, мнения, ценности.

Есть и другие способы преодоления информационно-коммуникационных барьеров, такие как персональная рассылка, сбор предложений, доски объявлений, презентации, не все они работают в должной мере. Управленцы должны иметь в виду это и понимать, что необходимо использовать возможности новых технологий, электронной коммуникации, корпоративного портала. Для этого следует наладить контроль за работой информационно-коммуникационных систем, что поможет в преодолении технического барьера, устранит помехи на пути прохождения информации в процессе коммуникации как от коммуниканта к реципиенту, так и в обратном направлении.

Главное в коммуникационном процессе — атмосфера доверия и открытости, именно это побуждает сотрудников к честному общению друг с другом, без манипулятивного воздействия, умалчивания и искажения информации. Сотрудники не должны бояться говорить друг другу и руководителю как хорошие, так и плохие новости. Для этого следует развивать межличностные отношения работников, чему способствует неформальное общение в коллективе. Причем, руководители должны разработать формальные каналы коммуникации, стимулируя одновременно использование как формальных, так и неформальных каналов.

Руководитель, заинтересованный в том, чтобы лучше понимать своих сотрудников, будет интересоваться реакциями подчиненных на свои поступки, учитывать их мнение, не пренебрегая сведениями о том, какие ощущения, чувства и мысли вызывает у них та или иная ситуация. Стремление повысить взаимное доверие всегда вызывает ответную реакцию.

Грамотное управление коммуникациями предполагает преодоление не только собственного предвзятого представления, но и предрассудки оппонентов, так как люди всегда ищут подтверждения собственным взглядам и стремятся отвергнуть все то, что не вписывается в систему их представлений. Изменить установки, устранить предрассудки и предубеждения непросто — это под силу сильному лидеру, который не боится вступать в дискуссии, на личном примере показывать, как осуществлять эффективную коммуникацию.

Каналы коммуникации должны быть релевантны сообщению, руководителю необходимо понимать, какие сведения лучше сообщить лично, какие можно по телефону, а какие посредством электронной почты. При этом надо контролировать, чтобы процесс коммуникации не нарушался даже во время ремонтных работ техники, находить альтернативные способы передачи информации.

Важно также понимать, что структура организации должна соответствовать потребностям в коммуникациях. Иногда, при решении сложных задач, где требуются нестандартные решения, следует децентрализовать структуру для вовлечения сотрудников в управленческий процесс.

Отсутствие или недостаток координации приводит к неэффективности коммуникаций и ведет к неуправляемости, что наносит невосполнимый ущерб производству, бессмысленной растрате времени, сил, нервов сотрудников.

Регулярное обучение персонала, поощрение работников-новаторов, оказание помощи в самосовершенствовании каждому члену коллектива помогут в преодолении сопротивления отдельных сотрудников внедрению инноваций и овладению новыми технологиями.

Все описанные выше способы преодоления информационно-коммуникационных барьеров помогут устранить существующие ограничения взаимодействия между различными подразделениями и сотрудниками, наладить эффективную комфортную коммуникацию и повысить производительности предприятия.

Выбор способа преодоления зависит от многих факторов, но в первую очередь следует выяснить, какие виды информационно-коммуникационных барьеров присутствуют в коллективе. Следует учитывать потребности каждого члена коллектива, соизмерять информационные желания и возможности сотрудников и руководства.

Регулярный анализ состояния коммуникаций на медиапредприятии, выявление основных причин возникновения информационно-коммуникационных

барьеров, их специфики и возможного нанесения ими вреда позволят своевременно принимать решения по их устранению. Современное медиапредприятие в условиях медиаконвергенции может бесперебойно и успешно функционировать только в результате постоянного контроля за продуктивностью коммуникации, что будет способствовать успешной инфосоциализации и адаптации сотрудников для прогрессивной деятельности в новых современных условиях.

ЛИТЕРАТУРА

1. ГЛУШКОВ В. М. **Основы безбумажной информатики**. М.: «Наука», 1987. С. 9–11.
2. ИСЛАМОВА Н. В. **Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие**. Нижневартовск, 2009. 205 с.
3. МЕСКОН М. Х. **Основы менеджмента**. М.: Вильямс, 2016. 665 с.
4. СКАЖЕНИК Е. Н. **Деловое общение: учеб. пособие**. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006. 457 с.
5. СЕМЕЧЕНКО И. В. **Коммуникационный процесс в управленческой деятельности** // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2013. № 3. С. 124–127.
6. ХИЖНЯКОВ Д. П. **Информационно-коммуникационные барьеры в региональной практике государственного управления** // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 5. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=4826> (дата обращения 10.05.2018).