Сутність та зміст понять «комунікація», «масова комунікація», «інформація»

**Комунікація**– єдність, передача, з’єднання, повідомлення, пов’язаного з дієсловом лат. communico – роблю спільним, повідомляю, з’єдную, похідним від лат. communis – спільний.

**Поняття комунікація може вживатись у значенні:**соціальна комунікація, спілкування між людьми та іншими соціальними суб’єктами;зв’язок технічними засобами

певна система, за допомогою якої забезпечується сполучення між віддаленими об'єктами, наприклад: підземні комунікації, транспортні комунікації, каналізаційні комунікації тощо.

**Комунікація може бути**в залежності від мови повідомлення: вербальною(звукова мова), невербальною(тексти, рухи, предмети, малюнки)

**Комунікація**-це явище, яке представляє собою процес передачі та сприйняття інформації в умовах між особистісного та масового спілкування по різним каналам за допомогою різних комунікативних засобів.

Є ще термін «спілкування», близький до терміна «комунікація».

Інакше кажучи, спілкування відбувається тільки між людьми (суб'єктами), а комунікація а) між людьми (суб'єктами); б) апаратами (об'єктами).

**Спілкуванням** є передання інформації у будь-якій формі від однієї особи до іншої безпосередньо або за допомогою засобів зв'язку будь-якого типу. Спілкування є приватним, якщо інформація передається та зберігається за таких фізичних чи юридичних умов, при яких учасники спілкування можуть розраховувати на захист інформації від втручання інших осіб.

**Поняття «масова комунікація» виникло на початку ХХ ст. у США, автором якого був психолог Ч.Кулі.**

Термін «масова комунікація» вживається як у вітчизняній, так і в зарубіжній літературі неоднозначно, яким позначають **три явища:**

1)процес передачі та поширення інформації на масову аудиторію;

2) власне інформацію

3) засоби масової комунікації.

**Масова комунікація** – це технічна форма комунікації, яка дозволяє швидко передавати інформацію публічно великій, різнорідній і об’єктивно безособистісній аудиторії.

**МК**- це процес передачі інформації, розповсюдження повідомлень серед чисельно великих та зосереджених у часі аудиторій за допомогою технічних заслбів.

**Масова комунікація перш за все характеризується:**

· Наявністю технічних засобів, що забезпечують регулярність, і тиражування;

· Соціальної значимістю інформації, що сприяє підвищенню мотивованості масової комунікації;

· Масовістю аудиторії, яка вимагає ретельно продуманої ціннісної орієнтації;

· Багатоканального і можливістю вибору комунікативних засобів, що забезпечують варіативність і разом з тим нормативність масової комунікації.

Головною умовою, що визначає масову комунікацію, є специфіка аудиторії і комунікатора.

**СХЕМА МК**

Замовник - Комунікатор - ЗМІ або тех. засоби - Реципієнти

**Особливості масової комунікації за Деннісом МакКвейлом:**

1) спрямована на великі аудиторії;

2) має відкритий, публічний характер;

3) вимагає зазвичай складної формальної організаційної структури;

4) соціально-культурна неоднорідність аудиторії, що бере участь у процесі комунікації;

5) комунікант, як правило, володіє знанням про соціальний статус комунікатора;

6) комунікація виконує функцію згуртування аудиторії навколо спільної мети в ім'я вирішення спільних завдань;

7) одночасний контакт з великим числом людей, віддалених один від одного і від комунікатора.

**Масова комунікація реалізує ряд соціальних завдань:**

* створення та підтримка загальної картини світу
* надання конкретних знань спільнот та людей
* соціалізація(залучення людини до дійсності)
* надання аудиторії розважальної інфо(відпочити)

**ЗМІ**- це розгалужена система установ, що займаються збором, обробкою, поширенням інфо.

**ЗМК**- це спеціалізовані установи для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації, будь-якими засобами за допомогою спеціального технічного інструментарію.

Інформація- в широкому розумінні абстрактне поняття, яке має багато значень, в залежності від контексту.

Інформація є глобальною проблемою сучасності, бо саме від неї залежить успішний розвиток суспільства. У нездоровому суспільстві, як правило, є почуття інформаційного голоду.

Інформація-це нові знання, які отримує споживач(суб’єкт) у результаті сприйняття і переробки певних відомостей.

**Пануючі у закордонних учених точки зору на інформацію добре систематизував Ф. Махлуп:**

1) інформація — процес передачі знань, сигналу чи повідомлення;

2) інформацією є поточні дані про перемінні величини в деякій галузі діяльності, систематизовані відомості щодо основних причиних зв'язків, котрі містяться у знанні як понятті більш загального класу, по відношенню до якого інформація є підлеглою;

3) інформація є знання, які передані кимось іншим чи набуті шляхом власного дослідження чи вивчення;

4) інформація є знання про якусь особу подію, випадок чи щось схоже

**Коган В.З. виділив з усіх визначень спільні моменти. Це чотири компоненти:**

1) процес пізнання чогось, про що передається інформація;

2) того, хто передає інформацію;

3) того, хто сприймає інформацію;

4) самої інформації

**Властивості інформації**

Характерною рисою інформації від інших об'єктів природи й суспільства, є дуалізм: на властивості інформації впливають як властивості вихідних даних, з яких складається змістовну частина, і властивості методів, фіксують цю інформацію.Найважливішими видаються такі загальні якісні властивості: **об'єктивність, достовірність, повнота, точність, актуальність, корисність, цінність, своєчасність, зрозумілість, доступність, стислість тощо.**

**Об'єктивність інформації**. Об'єктивний – існуючий поза навіть від людської свідомості. Приклад. Повідомлення «На вулиці тепло» несе суб'єктивну інформацію, а повідомлення «На вулиці 22 °З» – об'єктивну, але з точністю, яка від похибки кошти виміру. Обективну інформацію можна з допомогою справних датчиків, вимірювальних приладів. Отражаясь у свідомості конкретної людини, інформація перестає бути об'єктивної, оскільки, перетворюється (більшою або меншою мірою) залежно від думки, судження, досвіду, знань конкретного суб'єкта.

**Достовірність інформації.** Інформація достовірна, якщо вона відбиває справжній стан речей. Об'єктивна інформація завжди достовірна, але достовірна інформація може бути як об'єктивної, і суб'єктивної. Недостовірною інформація то, можливо з таких причин:

– навмисне спотворення (дезінформація) чи ненавмисне спотворення суб'єктивного властивості;

– спотворення внаслідок впливу перешкод й не дуже точних засоби її фіксації.

**Повнота інформації.** Інформацію може бути повної, коли його достатньо розуміння та прийняття рішень.

Неповна інформація може призвести до хибного висновку чи рішення.

**Точність інформації** визначається ступенем її близькості реального стану об'єкта, процесу, явища тощо.

**Актуальність інформації** – важливість для нашого часу, злободенність, нагальність. Тільки вчасно отримана інформація може бути корисною.

**Корисність (цінність) інформації**. Корисність можна оцінити стосовно потреб конкретних її споживачів і оцінюється за тими завданням, які можна вирішити з її допомогою.

Найбільш цінна інформація – об'єктивна, достовірна, повна, і актуальна. У цьому треба враховувати, як і необ'єктивна, недостовірна інформація (наприклад, художньої літератури), має велике значення в людини.

Старіння інформації залежить від зменшенні її цінності з часом. Старить інформацію саме час, а поява нову інформацію, яка уточнює, доповнює чи відкидає в цілому або частково більш ранній час. Науково-технічна інформація старіє найшвидше а, естетична (витвори мистецтва) – повільніше.

**Згідно Закону України «Про інформацію» існують такі види інформації:**

**Статистична інформація**- це офіційна документована державна інформація, яка дає кількісну характеристику масових явищ та процесів, що відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя.

**Адміністративна інформація (дані) -**це офіційні документовані дані, що дають кількісну характеристику явищ та процесів, що відбуваються в економічній, соціальній, культурній, інших сферах життя і збираються, використовуються, поширюються та зберігаються органами державної влади (за винятком органів державної статистики), органами місцевого самоврядування, юридичними особами відповідно до законодавства з метою виконання адміністративних обов'язків та завдань, що належать до їх компетенції.

**Масова інформація** - це публічно поширювана друкована та аудіовізуальна інформація. Друкованими засобами масової інформації є періодичні друковані видання (преса) - газети, журнали, бюлетені тощо і разові видання з визначеним тиражем. Аудіовізуальними засобами масової інформації є: радіомовлення, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис тощо.

**Інформація державних органів та органів місцевого і регіонального самоврядування** - це офіційна документована інформація, яка створюється в процесі поточної діяльності законодавчої, виконавчої та судової влади, органів місцевого і регіонального самоврядування.

**Правова інформація** - це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про право, його систему, джерела, реалізацію, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику тощо.

**Інформація про особу** - це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про особу .Основними даними про особу (персональними даними) є: національність, освіта, сімейний стан, релігійність, стан здоров'я, а також адреса, дата і місце народження.

**Інформація довідково-енциклопедичного характеру** - це систематизовані, документовані або публічно оголошені відомості про суспільне, державне життя та навколишнє природне середовище. Основними джерелами цієї інформації є: енциклопедії, словники, довідники, рекламні повідомлення та оголошення, путівники, картографічні матеріали тощо, а також довідки, що даються уповноваженими на те державними органами та органами місцевого і регіонального самоврядування, об'єднаннями громадян, організаціями, їх працівниками та автоматизованими інформаційними системами.

**Соціологічна інформація** - це документовані або публічно оголошені відомості про ставлення окремих громадян і соціальних груп до суспільних подій та явищ, процесів, фактів.Основними джерелами соціологічної інформації є документовані або публічно оголошені відомості, в яких відображено результати соціологічних опитувань, спостережень та інших соціологічнихдосліджень.