кие отношения взаимовыгодны как для продавца, так и для покупателя услуг. Используя структурированный маркетинговый комплекс, основанный на анализе конкурентных преимуществ (маркетинг-микс), фирма значительно сокращает издержки на привлечение новых клиентов, сокращает время обслуживания клиентов, тем самым, повышая совокупную эффективность деятельности предприятия. Потребитель услуг, в свою очередь, получает качественное обслуживание и индивидуальный подход, основанный на привилегированном деловом партнерстве. При этом определяющим фактором успешного использования такого подхода являются личные контакты со всеми бизнеспартнерами: потребителями, дистрибьюторами и другими участниками маркетинговой цепи. Взаимоотношения между партнерами в этом случае становятся более значимым ресурсом, чем материальные, финансовые и человеческие ресурсы [1].

Вся маркетинговая деятельность, тем или иным способом связана с концепцией и философией предприятия. Маркетинг предприятия выражается по-

средством последовательной реализации этапов деятельности. Аналитическая деятельность включает сбор, обобщение и анализ информации на этапах производства продукции или формирования услуги, а также изучение внутренней и внешней среды. Далее следует выработка стратегии и тактики продвижения конечного продукта. Затем ее реализация и контроль исполнения.

Рассмотрение маркетинга как философии бизнеса предполагает понимание, процесса потребление демократического, при котором потребители имеют право «голосовать» за нужный им продукт своими деньгами. Это определяет успех той компании, которая ставит перед собой задачу изучить характер потребностей и удовлетворить их возможно более полно.

Список литературы

1. Писарева Е.В. Приоритеты развития маркетинга: акцент на потребиельской лояльности // Концепт. — 2015. — № 16. 2. Сребник, Б.В. Маркетинг / Б.В. Сребник. — М.: Высшая школа, 2015. — 360 с.

Секция «Философско-методологические проблемы: коммуникация, информация, технонаука», научный руководитель – Михайлова Т.Л., кандидат философ. наук, доцент

КОММУНИКАЦИОННОЕ VS КОММУНИКАТИВНОЕ

Глушко В.В., Михайлова Т.Л.

Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева, Нижний Новгород; Институт радиоэлектроники и информационных технологий, Нижний Новгород, e-mail: vera.glushko.ru@gmail.com

Актуальность темы определяется становлением информационного общества, характеризующегося новыми формами коммуникации; процессами, связанными со становлением информационного пространства, предполагающего глобализацию коммуникационных каналов. Проблема, инициировавшая написание данного материала, может быть обозначена как трансформация коммуникационного процесса и упразднение коммуникативного, происходящее под воздействием информационных технологий, сопровождающимся неуклонно возрастающим объемом информации. Целью статьи является рефлексия относительно исходных категорий «коммуникационное» и «коммуникативное», категориальный анализ этих понятий. Поскольку эти понятия являются ключевыми, в статье делается попытка эксплицировать эти термины.

В настоящее время информационные технологии прочно вошли в нашу жизнь. Современный человек не может представить свою жизнь без компьютеров и электронных гаджетов, он ежедневно использует их для работы, обучения или просто развлечения. Информационные технологии проникают во все области жизнедеятельности социума, влияя как на общество, так и на бытие отдельного человека, что позволяет говорить об «информационном обществе». Э. Тоффлер описывает информационное общество в качестве нового этапа – Третьей волны, следующей за Второй волной (индустриальным обществом). Он представляет общество как некую систему, распределяющую свою мощь между тремя основаниями: силой, деньгами и информацией. Для доиндустриальной эпохи основой развития является сила, для индустриальной – деньги, а современное общество основывается на знании и информации. Коренной сдвиг системы общественных отношений происходит ввиду того, что информация становится основанием, непременным условием любого повседневного взаимодействия. Э. Тоффлер пишет, что «в прошлом земля, труд и капитал были ключевыми элементами производства. Завтра — а во многих отраслях промышленности это завтра уже наступило — информация станет главной составляющей» [2, с.29]. В современном информационном обществе смыслообразующим элементом выступает не сама информация, как это предполагал Э. Тоффлер, а коммуникация, то есть трансляция этоб самой информации. Для него характерно создание глобального информационного пространства, становление глобального коммуникационного пространства, глобализация коммуникационных каналов.

Определим исходные категории и рассмотрим разницу между терминами «коммуникационный» и «коммуникативный». «Коммуникативное есть нечто-в-себе, коммуникационное – нечто-в-ином» [11, с.53], то есть коммуникативность рассматривается как принадлежность субъекта коммуникации, а коммуникационное рассматривается как принадлежность каналов, средств связи, обеспечивающих коммуникативный процесс. Иначе говоря, коммуникационное это техническое, а коммуникативное - это передача смыслов в пространстве [8, с. 32]. Рассмотрим базовое понятие коммуникации. Коммуникация, согласно Н. Луману, - это синтез трех селекций. Она состоит из информации, сообщения и понимания. Каждый из этих трех компонентов сам по себе является случайностным происшествием. Лишь коммуникация может осуществлять коммуникацию [3].

«Средство коммуникации есть сообщение» [6, с.7]. Этот афоризм может означать, что каждое новое средство коммуникации несет в себе новый тип информации. И именно использование нового средства коммуникации имеет большее значение, чем содержание послания, передаваемого через это средство. Как утверждал М. Маклюэн, «содержание средства коммуникации – это всегда другое средство коммуни-

кации» [6, с.7]; так, можно привести пример: содержанием кинофильма является его сценарий или роман, положенный в основу, а в основе современных социальных сетей лежит речь – старейшая форма общения. «Сообщением» любого средства коммуникации, или технологии, является то изменение масштаба, скорости и формы, которое привносится им в человеческие дела [6, с.7]. Поэтому можно утверждать, что средство коммуникации (коммуникационное) оказывает влияние на коммуникативное. Это влияние проявляется в том, что меняется форма общения и, в зависимости от этой формы, изменяется передаваемый при коммуникации код, который может быть по-разному понят и расшифрован. Для понимания переданного сообщения необходимо, чтобы адресат был хорошо знаком со средством коммуникации, с помощью которого оно было передано, мог расшифровать этот передаваемый код, учитывая особенности средства коммуникации.

Согласно Никласу Луману, социальные системы представляют собой системы смысловой коммуникации, причем, коммуникация воспроизводит саму себя, а общество понимается как система, которая описывает саму себя [5]. Коммуникацию можно разложить, приписывая ее деятельному источнику, персоне, и тем самым, трактуя ее как действие по передаче сообщения.

Массмедиа распространяют информацию, полученную в сообщении, настолько широко, что она становится известна всем, а не только в рамках приватной коммуникации, массмедиа воздействуют на формирование социально-избыточных коммуникаций, а, следовательно, и на потребность в новой информации, у общества появляются вопросы, связанные с этой информацией [4]. Формирование социально-избыточных коммуникаций оборачивается потерей связи между «означающим и означаемым», что, по словам Ж. Бодрийяра, характеризуется как «конец социального» [10].

В конечном счете, каждая коммуникация способствует конструированию реальности, и соучастие массмедиа в этом конструировании становится неизбежным в случае необходимости широкого распространения коммуникации, возможности анонимного и, тем самым, непредсказуемого восприятия информации, а также в случаях, когда в реакциях на предоставленную информацию порождается непрозрачность. Поэтому результат воздействия массмедиа, их функция, согласно Н. Луману, состоит в воспроизводстве непрозрачности на основе прозрачности, в воспроизводстве непрозрачности воздействия на основе прозрачности знания, то есть в воспроизводстве будущего. Прозрачность – это определенное тематическое знание, в форме конкретизированных фактов или объектов, а непрозрачность - это неопределенность, кто и как именно отреагирует на это знание (например, если речь заходит об истинных причинах «авиакатастрофы»).

Информационные технологии помогают нам быстро передавать эти сообщения по каналам связи от источника к получателю, в понятной для него форме. Человек может быстро получить практически любую интересующую его информацию. Интернет-технологии – это кладезь информации и источник знаний, это возможность общения людей, находящихся в разных точках земли, возможность обмена культурными ценностями. Действительно, мы живем в мире, в котором возрастает вероятность маловероятных событий, когда становится возможной одновременность разновременного. Интернет предоставляет современным людям огромные возможности: большое количество информации, легкость и простота общения, интернетторговля, просмотр фильмов, доступ к музыке, радио, онлайн-играм, социальным сетям. В настоящее время стало намного проще получить доступ к необходимой информации, а, следовательно, стало намного проще развивать свой внутренний мир и интеллект. Таким образом, информационные технологии и массмедиа помогают в конструировании коммуникации, но также они имеют и отрицательное воздействие.

За счет использования технических средств происходит рост количественной составляющей коммуникации, это связано с увеличением потока передаваемых сообщений, а, следовательно, и ростом информационного потока. Происходит увеличение числа каналов коммуникации. Так, с появлением информационных технологий возникают новые варианты коммуникаций, такие как электронная почта, блоги, чаты, социальные сети. Информационные технологии увеличивают возможности осуществления коммуникации, но при этом трансформируются коммуникационные процессы. Так, трансформации подвергается качественная сторона коммуникации, изменяются нормы общения, изменяется передаваемый при коммуникации код, например, появляются фразы и формы приветствий, характерные для сетевой коммуникации. Информационные технологии виртуализируют коммуникационные процессы. Эта новая виртуальная коммуникация носит глобальный межкультурный и межнациональный характер.

Наиболее негативным последствием глобализации использования информационных технологий является ослабевание влияния коммуникативной составляющей бытия. Коммуникация, как отмечалось, приобретает новый характер, теряется потребность в коммуникативном процессе, функциями которого является общение, создание коммуникативной системы. Коммуникативность предполагает обмен мыслями, чувствами, суждениями и, что существенно для человеческого общения, - переживаниями. Целью любого коммуникативного процесса является контакт с человеком, необходимость добиться восприятия объекта, передача смысла сообщения, а коммуникация не преследует целей, она либо существует, либо её нет. Таким образом, в современном мире коммуникация стала проблемой для коммуникативного процесса, скорость и глобальность коммуникации упраздняет коммуникативный процесс, который не несет новых знаний и важной информации, а также требует дополнительных усилий от участников этого процесса. Проблематичность коммуникации вытекает из ее бинарной природы: «коммуникационное» u «коммуникативное» – это имманентно присущие коммуникации моменты, внутреннее взаимодействие которых, порой очень напряженное, и создает «жизнь» коммуникации [8].

Информационные технологии вытесняют привычные инструменты общения, они заменяются новыми, что является причиной возникновения новых форм взаимолействия человека с внешним миром. с реальностью, а сама реальность в дальнейшем может подменяться альтернативной виртуальной реальностью. С появлением «виртуальной реальности» снимаются границы пространства и времени, с помощью технических средств мы может прогуливаться по трехмерному пространству, можем «посетить» различные места, находясь при этом далеко от них. Благодаря растворению границ пространства появляется возможность оставаться на связи с людьми, находящимися далеко от нас, знакомиться с новыми людьми, однако так же легко можно и прекратить любой контакт. Из-за этого теряется ценность таких связей, в нашем восприятии теряется ценность коммуникативного процесса. У человека пропадает желание общаться с реальными людьми, общаться за пределами «виртуальной реальности», он привыкает жить в своем собственном виртуальном микромире, где можно быстро прекратить неугодный контакт. Изучение виртуального пространства и нового «виртуального мира» доставляет человеку удовольствие, которое соизмеримо, а часто и превосходит то, что он может получить в реальной жизни. Общение также становится своего рода развлечением или средством исполнения наших целей, в то время как духовное межличностное общение уже само по себе является целью. Общение с человеком на глубоком уровне позволяет расширить мировоззрение и границы сознания, углубить восприятие окружающего нас мира, познать самого себя, свои потребности, ощутить полноту жизни.

В связи с этим для человечества в целом и для индивидуума, в частности, возникает проблема выбора между этими двумя мирами - реальным и виртуальным. Также меняются человеческие ценности, приоритеты и пристрастия. Появляется интернет-зависимость, что связано с нежеланием жить в реальности и уходом от проблем в идеальный виртуальный мир. В новой реальности нет необходимости соблюдения устоявшихся норм и правил. Исходя из этого, можно сказать, что с развитием информационных технологий, интернета и социальных сетей появляется новый тип социальности. Происходит разделение жизненного пространства и времени на реальный мир и виртуальный, на жизнь в «онлайн» и жизнь в «оффлайн». Возникает новый тип социальности, сопиальной организации и сопиальной илентификации. по совокупности своих параметров вполне сопоставимый с идентификацией этнической. Формирование и функционирование таких типов социальности развивается по совсем иным, внутренним, присущим самим этим структурам, законам и правилам. Информационные технологии пронизывают все области жизнедеятельности человека, изменяя их способы коммуникации и влияя на общие принципы функционирования области.

Таким образом, можно сделать следующие выводы.

- 1. Коммуникация это синтез трех селекций. Она состоит из информации, сообщения и понимания. Коммуникация порождает коммуникацию. Важнейшими составляющими коммуникации являются коммуникационное и коммуникативное. «Коммуникативное есть нечто-в-себе, коммуникационное - нечто-в-ином»; они различаются как содержание и форма.
- 2. Каждая коммуникация способствует конструированию реальности, а массмедиа соучаствует в этом конструировании.
- 3. За счет роста количественной составляющей коммуникации увеличивается число каналов коммуникации, происходит трансформация коммуникационных процессов, коммуникация приобретает новые формы. Появляется виртуальная коммуникация.
- 4. Наиболее негативным последствием глобализации использования информационных технологий является ослабевание влияния коммуникативной составляющей бытия.
- 5. Сама коммуникация порождает проблемы для коммуникативного процесса, она становится «коммуникативной проблемой», упраздняя коммуникативный процесс. Таким образом, нельзя отождествлять понятия коммуникационного и коммуникативное, это два составляющих коммуникации, непосредственно влияющих друг на друга.
- 6. Появляется альтернативная реальность со своими правилами и законами.
- 7. С развитием технологий возникает новая форма социальности, которая подчиняется не общепринятым, а уже своим собственным законам развития.

- **Список литературы** 1. Тоффлер Э. Третья волна. М: ACT, 2004. 781c
- 2. Тоффлер Э. Прогнозы и предпосылки, 1983. 3. Луман Н. Общество общества. Часть II. Медиа коммуника-ции. М.: Логос, 2005. 280 с.
- 4. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 5. Луман Н. Общество как социальная система. М.: Логос,
- 6. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения. М.: Кучково поле, 2007. 464 с. 7. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека пе-
- чатающего М.: Академический проект, 2005. 496 с. 8. Михайлова Т.Л. Проблематизация теоретических основ коммуникативистики // Труды НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. – Н.Новгород: НГТУ, 2009. – С. 26-38. 9. Михайлова Т.Л. Системный подход в коммуникативистике //
- 9. Михаилова 1.Л. Системный подход в коммуникативистике // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского: Серия Социальные науки. № 3 (8). Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2007. С. 64-71. 10. Михайлова Т.Л. Между Сциллой и Харибдой, или к вопросу о потере связи между означающим и означаемым // Диалог мировоззрений: Материалы VIII Международного симпозиума. Н Наркгора. 2006. С. 68. 76.
- М.Н. Новгород, 2006. С. 68-76.

 11. Лещев С.В. Коммуникативное, следовательно, коммуникационное. М: Эдиториал УРСС, 2002. 172 с.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ БИНАРНОЙ ОППОЗИЦИИ «СЛОЖНОСТЬ – ПРОСТОТА»

Груздева Ю.А., Михайлова Т.Л.

Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева, Нижний Новгород; Институт радиоэлектроники и информационных технологий, Нижний Новгород, e-mail: Gruzdeva.j@gmail.com

Актуальность выбора темы обусловлена стремительным развитием технонауки в наши дни. Появление технических наук, инициированное развитием машинного производства, требовало формирования специалистов – носителей научно-технического образования, инженеров, что предполагало необходимую теоретическую подготовку. Именно технические науки стали важным связующим звеном между теоретическим естественнонаучным знанием, инженерной деятельностью и производством [1, с.190]. Появление новых машин позволяло проводить с их помощью более сложные работы, что вело к еще большему усложнению функций и, следовательно, конструкции этих машин. Поскольку развитие технологий не стоит на месте, оно ведет за собой появление различных методов, имеющих в своей основе новую инструментальную базу для осуществления анализа научного знания.

Для изучения, совершенствования, конструирования применяется тип рационально-рефлексивного сознания, называемый методологией, выступающей, прежде всего, в форме науки и содержащей в своей основе понятие метода. А. Койре, рассматривая связь философских концепций и научных теорий, называет философию «строительными лесами» науки [2, с.21], подразумевая, что именно философия лежит в основе науки. Поэтому так важно изучать эти два понятия в их связи. Метод представляет собой определенную последовательность действий, приемов, операций и средств для достижения поставленной цели [3, с.4] С помощью метода приобретается и обосновывается новое знание

Цель данного материала состоит в обосновании необходимости связи технонауки и философии через рассмотрение исходных методологических принципов «простоты» и «сложности», их проекции на техническое знание. Иначе говоря, мы выясняем, как философские взгляды на сложность и простоту находят отражение в технических конструкциях, осуществляя при этом свои инструментальные функции, будучи высшими этажами методологического знания. Понятие сложности используется для обозначения не-