

УДК 007:304:001:81

Воронка Г. В.,

*аспірант, асистент кафедри видавничої справи та редагування
Видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету
України «КПІ»*

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ШУМ У ДОВІДКОВИХ ВИДАННЯХ

У пропонованій роботі розглянуто специфічний для сучасного інформаційного простору і нинішніх довідкових видань комунікаційний бар'єр — інформаційний шум, що виникає внаслідок надлишковості, слабкої структурованості, неправильного кодування поданої інформації, а також дублювання інформації видань-попередників без критичної перевірки її уточнення, що призводить до передавання і поширення спотворених даних. Оскільки довідкові видання покликані максимально повно і водночас скомпресовано та систематизовано подавати актуальну для читача інформацію, то наявність в них інформаційного шуму значно знижує комунікативну ефективність цього виду видань.

Ключові слова: інформаційний шум, соціальні комунікації, комунікаційні бар'єри, довідкові видання

Постановка проблеми. Сучасне суспільство характеризується різким зростанням важливості комунікації і знакових систем. Картина світу сучасної людини перетворилася на безперервну циркуляцію знаків про те, що сталося у світі. Інформаційна культура характеризується такими особливостями як фрагментарність, варіативність, гіпертекстуальність. При цьому не зникає притаманна природній мові будь-якого суспільства універсалія: всі природні мови схильні до надлишковості у переданні інформації [8, с. 386].

Наслідком впливу цих факторів на інформаційний простір є те, що в інформаційному потоці фіксується високий вміст нерелевантних повідомлень, пов'язаних з надмірною кількістю знаків. Надлишковість різнорідної інформації, її слабка структурованість і багаторазове повторення однотипних повідомлень призвели до виникнення так званого інформаційного шуму в полі комунікації.

Інформаційний шум своєрідно проявляється в довідкових виданнях. Оскільки цей вид видань покликаний максимально повно і водночас скомпресовано та систематизовано подавати актуальну для читача інформацію, то наявність там інформаційного шуму значно знижує комунікативну ефективність такого видання. Проте довідкові видання вивчаються переважно мовознавцями, і комунікаційна ефективність цих видань детально не розглядається.

Це і зумовило *актуальність* пропонованого дослідження, яка полягає в тому, що прояви інформаційного шуму розглядаються у процесі користування довідковими виданнями.

У дослідженні використано праці українських, російських та німецьких науковців. Теоретичними засадами послужили дослідження М. Шлефера та Ю. Караулова. З точки зору теорії комунікації інформаційний шум розглянуто як специфічний для сучасного інформаційного простору комунікаційний бар'єр. Інформаційному шуму як предмету наукових досліджень у галузі журналістики присвячені роботи Т. Лільо, С. Кушерець, у соціології це питання вивчали С. Бондаренко, П. Полосін, О. Шкурко. В контексті вивчення методів контент-аналізу інформаційний шум розглядав А. Федорчук. У нашому дослідженні прояви інформаційного шуму розглянуто саме з точки зору користування довідковими виданнями.

Метою дослідження є вивчення проявів інформаційного шуму як специфічного комунікаційного бар'єру у довідкових виданнях.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких завдань:

- розглянути поняття «інформаційний шум»;
- дослідити прояви інформаційного шуму в довідкових виданнях.

Результати і обговорення. Найчастіше інформаційний шум розглядається в контексті проблеми комунікаційних бар'єрів. Якщо ці бар'єри виникають, то інформація спотворюється або змінюється [4, с. 23].

У кожній сфері людської діяльності — політиці, економіці, науково-інформаційній галузі — виникають свої специфічні бар'єри комунікації. Даються взнаки вони і на всіх етапах користування довідковими виданнями.

Переважно це бар'єри психологічні, особистісні, залежні від людини як головної дійової особи будь-якого комунікативного акту. Проте породження цих бар'єрів (і їх усунення) найчастіше залежить і від користувача, і від укладача довідкового видання, адже процес передання інформації завжди інтерактивний. Саме інтерактивність системи комунікації породжує комунікаційні бар'єри, тому розглянемо її детальніше.

Зв'язок будь-якої системи зі своїм зовнішнім середовищем реалізується через наявність протиріччя, яке розглядав фахівець з кібернетики Грегорі Бейтсон. Він стверджував, що в системах існує не одинарний, а подвійний зв'язок «double bind». Цей зв'язок виникає в живих і соціальних системах, коли посилаються сигнали різного логічного типу. Будь-яке слово чи дія мають два значення: буквальне і метафоричне. Метафора в інтерпретації Бейтсона — це не літературна форма, а логічний тип комунікації між людьми, тваринами і соціальними системами. За Г. Бейтсоном, у будь-якій передачі інформації виникають передавальний і командний аспекти [12, с. 179–181].

Передавальний аспект повідомлення — це його зміст. Командний аспект — інформація про інформацію, тобто певна інструкція, втілена у формі повідомлення. Ця інструкція стосується взаємин комунікаторів і накладає взаємні зобов'язання на їх поведінку [7, с. 26]. Тобто «у кожній комунікації є аспекти, що стосуються змісту і взаємин, при цьому останній класифікує перший і, отже, є метакомунікацією» [2, с. 50]. Метакомунікація у довідковому виданні проявляється у вигляді метамови, так званої ідеальної логічної мови, за допомогою якої будь-яке видання цього виду пояснює певні явища навколишнього світу, а багато довідкових видань за допомогою мови пояснюють саму мову [7]. Якість такої пояснювальної мови (метамови) є важливим показником якості видання в цілому, адже саме метамова сприяє кращому розумінню користувачем пропонованої інформації, чи, навпаки, створює бар'єри для розуміння — інформаційні шуми.

У сфері інформатики інформаційним шумом називається неможливість пошуку необхідної інформації. Що більші є обсяги зібраної інформації, тим складніші засоби пошуку інформації необхідні. Повнота видачі інформації часто супроводжується фальшивим документом [3, с. 23]. С. Брайчевський та Д. Ланде, характеризуючи глобальні мережеві бази даних, наголошують на значному зростанні обсягів інформації, що викликає низку проблем, одна з яких — непропорційне зростання рівня інформаційного шуму [1, с. 21].

Термін «шум» використовується в теорії комунікацій майже в тому ж значенні, що і в інформатиці — це все, що призводить до спотворення вихідного сигналу. Інформація виникає, існує і передається завдяки комунікації. Комунікація опосередковується інформацією, але не тотожна їй. З низки причин одержувач може надати повідомленню інший зміст, не той, який мав на увазі відправник. Можливі спотворення, пов'язані з наявністю в процесі комунікації шуму. Шум — це будь-яке втручання в процес комунікації на певній його ділянці, спотворений зміст послання. Поняття інформаційного шуму може бути застосоване і до даних, незручних для використання, передачі, зберігання та обробки, оскільки в цьому випадку шум призводить до невиправданих витрат матеріальних, часових та інтелектуальних ресурсів споживача інформації [2].

Уперше існування шуму в комунікації було виявлене американським дослідником К. Е. Шеноном у рамках розробленої ним теорії (робота «Математична теорія комунікацій», 1949 рік). Модель, представлена вченим, пояснює комунікативний акт як лінійний процес, у якому комунікатор визначає, яке повідомлення він відправлятиме, передавач перетворює дані на сигнали, які йдуть по комунікаційних каналах, через які повідомлення доходить до одержувача. Модель включає п'ять елементів: джерело інформації, передавач, канал передачі, приймач і кінцева мета. Разом з цими елементами К. Е. Шенон

запроваджує і такий складник цього процесу, як шум, вказуючи на те, що увесь процес транспортування повідомлення від комунікатора до реципієнта проходить на тлі цих завад, що ускладнюють передання інформації. Надалі завади Шенона в комунікації стали пов'язувати з поняттями ентропії і негентропії. Таким чином, явище шуму було розбите на два складники: ентропію — зовнішні чинники, які спотворюють повідомлення, порушують його цілісність і можливість сприйняття реципієнтом, і негентропію — ті випадки, коли спотворене повідомлення все ж доходить до реципієнта завдяки здатності останнього до розпізнавання інформації, проте сенс даних значно змінюється і представляє неправдиві або ж неповні відомості [6].

Акцент на природі виникнення інформаційного шуму у своїй класифікації робить А. Д. Урсул [9]. Він поділяє шумові елементи на ті, що виникають внаслідок інформаційного перевантаження реципієнта нерелевантною інформацією і на шумові елементи, що виникають в результаті надмірного нагромадження потрібної, але повторюваної інформації.

До першого блоку інформаційних шумів, на думку дослідника, належать:

- пропаганда; дослідник вказує на політичну пропаганду, а також на продукти журналістики комплементу, в яких споживачеві не повідомляється нічого нового і необ'єктивно відбивається дійсність. Цей вид інформаційного шуму може проявлятися і в довідкових виданнях, зокрема в енциклопедіях, окремі статті в яких мають яскраво виражене політичне забарвлення.

- матеріали рекламного характеру; автор визнає прийнятними такого роду матеріали в інформаційному просторі, проте вказує на той факт, що виділення частини простору під пряму рекламу і посилання утримувачами інформаційних сторінок — явище закономірне і обгрунтоване, доки воно не переходить рамки етики і здорового глузду [9, с. 111–112]. Інакше матеріали рекламного характеру визнаються інформацією, що ускладнює сприйняття реальності.

До другої групи інформаційних шумів дослідник зараховує:

- повідомлення, що повторюються за своєю суттю. В результаті споживач отримує одноманітні повідомлення за усіма інформаційними каналами, тобто потрібну, але ідентичну за змістом інформацію. У довідкових виданнях певні інформаційні блоки можуть дублюватися, проте це не завжди призводить до погіршення сприйняття інформації, адже довідкові видання призначені для вибіркового читання.

- інформацію, призначену для певного кола осіб, — спеціалізовану/вузкоспеціалізовану, але таку, що знаходиться на очах у інших людей. Автор спирається на той факт, що значна частина інформації, з якою стикається індивід при пошуку потрібних йому даних, зважаючи на її нерелевантність,

відкидається, проте деяка її кількість залишається у свідомості індивіда у вигляді інформаційних нашарувань [9, с. 115]. Що масивніші ці нашарування, то більш ускладнюється сприйняття нової інформації. Ця проблема є актуальною для довідкових видань, укладачі яких часто перевантажують їх вузькоспеціалізованою інформацією, вказуючи при цьому, що пропоноване видання призначене для широкого кола читачів.

Як вважає А. Федорчук, однією з головних особливостей сьогодення є постійне зростання темпів виробництва інформації. Цей процес дослідник вважає об'єктивним і в цілому позитивним. Однак ситуація нині є парадоксальною, адже прогрес в галузі виробництва інформації призводить до зниження загального рівня інформованості. Серед причин А. Федорчук називає зростання інформаційного шуму через слабку структурованість та багаторазове дублювання інформації [10].

Ці тенденції проявляються і в процесі користування довідковими виданнями. Так, слабка чи неправильна структурованість унеможлиблює доступ до інформації словника, адже це специфічний вид літератури із архівною композицією, призначений для вибіркового сприйняття. Порушення укладачами алфавітного чи будь-якого іншого обраного принципу подання слів у реєстрі позбавляє сенсу навіть найповніший за інформаційним наповненням словник. Так само і незнання користувачами принципів побудови словника чи слабе володіння технікою користування цим видом видань робить подану інформацію недоступною чи неефективною. Адже з позиції соціальної комунікації характерним є те, що будь-яка закодована інформація без знання коду перетворюється на шум [3, с. 23].

Переведення словників в електронну форму дозволяє оптимізувати доступ до певних словникових даних. Підключення різних словників розкриває нові переваги для користувачів. Проте якість і зручність у користуванні таких поєднань істотно залежать від того, наскільки широкою вдасться структура метаплощин, наприклад, для зв'язку різних елементів реєстрових слів і статейних структур [13, с. 127].

Електронні словники для машинного читання забезпечують високий рівень систематичного пошуку, що є безумовною перевагою для користування. Проте помилки і можливу у друкованому словнику несистематичність не можна подолати лише переходом до електронної форми. Для цього потрібне додаткове редакторське опрацювання [14].

Саме стосовно електронних версій словників особливо актуальною стає проблема інформаційного шуму. Це явище можемо розглядати як специфічний комунікаційний бар'єр, характерний для сучасного етапу розвитку інформаційного поля.

Дублювання інформації у словникових виданнях є неминучим і в цілому позитивним. Адже зібрання мовних знань особливо економним шляхом отримується із оцінки попередніх словників. Проте іноді така традиція списування призводить до того, що в нових словниках некритично передається помилкова інформація. Найбільш зрозумілою стає схема дії традиції списування на прикладі так званих «слів-привидів», тобто помилкових елементів, що одного разу потрапили у довідкове видання, а потім передавалися через багато поколінь словників, створюючи інформаційний шум і знижуючи комунікативну ефективність видавничого продукту [13, с. 75].

Висновки. Специфічним для сучасного інформаційного простору, а отже, і для нинішніх довідкових видань комунікаційним бар'єром є інформаційний шум, що виникає внаслідок надлишковості, слабкої структурованості чи неправильного кодування поданої інформації. Також поширеною проблемою словникових видань є дублювання інформації видань-попередників без критичної перевірки й уточнення, що призводить до передавання і поширення спотворених даних, а отже, і до зниження комунікативної ефективності видання.

Порушені у дослідженні проблеми інформаційного шуму в довідкових виданнях, безперечно, потребують подальшого вивчення, адже завади на шляху ефективної комунікації можуть набувати різноманітних форм залежно від специфіки певного довідкового видання. Окремого дослідження потребує напрацювання оптимальних методів усунення інформаційного шуму засобами редакторської обробки структури і тексту видання.

Література:

1. *Брайчевский С. М.* Современные информационные потоки: актуальная проблематика / С. М. Брайчевский, Д. В. Ландэ // Научно-техническая информация. Сер. 1. — 2005. — № 11. — С. 21–33.
2. *Вацлавик П.* Прагматика человеческих коммуникаций : Изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия. / П. Вацлавик, Д. Бивин, Д. Джексон ; пер. с англ. А. Суворовой. — М. : Апрель-Пресс; ЭКСМО-Пресс, 2000. — 320 с.
3. *Грабар Н. І.* Інформаційний шум в процесі комунікації / Н. Грабар // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. [за ред. О. М. Холода]. — Т. 7 — К.: КиМУ, ДонНУ, 2012. — С. 22–24.
4. *Грабар Н. Г.* ON-LINE спілкування: психологічний аспект / Н. Г. Грабар, М. О. Мазоренко // Українська культура та ментальність: самобутність в умовах глобалізації : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. 12–14 лют. 2010 р. Сімферополь–Ялта. — Сімферополь : ВіТроПринт, 2010. — С. 31–32.
5. *Грицай С. В.* Характеристичні ознаки медіапростору як динамічної соціально-комунікативної системи / С. Грицай // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. [за ред. О. М. Холода]. — Т. 7 — К.: КиМУ, ДонНУ, 2012. — С. 25–28.

6. *Евдокименко Е. Ю.* Понятие информационного шума в социально-гуманитарных науках [Текст] / Е. Ю. Евдокименко // Молодой ученый. — 2013. — № 10. — С. 564–566.
7. *Караулов Ю. Н.* Лингвистическое конструирование и тезаурус литературного языка / Ю. Н. Караулов; АН СССР, Ин-т языкознания. — М. : Наука, 1981. — 363 с.
8. *Полудина В. П.* Информационный шум в интернете как проблема потребления коммуникации. [Электронный ресурс]: журнал социологии и социальной антропологии. URL:http://www.jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2011_5/Poludina_2011_5.pdf (дата обращения 21.04.2012). С.386–339.
9. *Урсул А. Д.* Информационный шум. §5// Социальная информатика. М. : Академический Проект, Фонд «Мир», 2009. 281 с.
10. *Федорчук А. Г.* Контент-мониторинг информационных потоков [Электронный ресурс]// Б-ки нац. акад. наук: пробл. функционирования, тенденции развития. — К., 2005. — Вып. 3. — Режим доступа: <http://www.nbuv.gov.ua/articles/2005/05fagmip.html>. — Дата доступа 10.02.2014.
11. *Kühn P.* Der Duden reicht mir. / P. Kühn, U. Püschel. // Studien zur neuhochdeutschen Lexikographie II. — Hildesheim, New York : Hrsg. von Herbert Ernst Wiegand, 1982. — S. 121–152.
12. *Ruesch J.* Communication: The Social Matrix of Psychiatry / J. Ruesch., G. Bateson — New York : W.W Norton & Company, Inc., 1951. — P. 179–181.
13. *Schlaefer M.* Lexikologie und Lexikographie. Eine Einführung am Beispiel deutscher Wörterbücher / Michael Schlaefer. — Berlin : Erich Schmidt Verlag, 2002. — 200 S.
14. *Schlaefer M.* Deutschsprachiger Wörterbücher. Projekte an Akademien, Universitäten, Instituten / M. Schlaefer. — Göttingen : Deutschen Wörterbuchs von Jacob und Wilhelm Grimm, 1996. — 105 S.

УДК 655.254.22

Головко О. А.,

асистент кафедри видавничої справи та редагування Видавничо-поліграфічного інституту Національного технічного університету України «КПІ»

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО КНИГОВИДАННЯ ТА ПРОБЛЕМАТИКА ПІДГОТОВКИ РЕДАКТОРІВ

Розглядаються вплив інформаційних технологій на сучасне книговидання, особливості підготовки редакторів у сучасних видавничих структурах з огляду на інформаційно-комунікаційні технології.