

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра рекламы и связей с общественностью

КУРСОВАЯ РАБОТА
КОММУНИКАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Работу выполнил РГ 31.05.2018 А.А.Грицюта
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Факультет журналистики _____ курс _____ 1

Специальность _____ 42.03.01 _____ Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель

Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью,

канд.филол.наук _____

(подпись, дата)

(инициалы, фамилия)

А. А. Бельтюков

Нормоконтролер

Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью,

канд.филол. наук _____

(подпись, дата)

(инициалы, фамилия)

А. А. Бельтюков

Оценка - отлично

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 Основные теоретические подходы к определению понятия «коммуникация» в трудах отечественных и зарубежных исследователей.....	6
1.1 Понятие коммуникации, её виды.....	6
1.2 Цели и функции коммуникации.....	9
1.3 Коммуникативный процесс и его составляющие.....	11
2 Информационное общество.....	17
2.1 Понятие информационного общества.....	17
2.2 Возникновение и основные этапы развития информационного общества.....	18
2.3 Современные международные отношения в условиях развития информационного общества.....	21
2.4 Информационное общество: плюсы и минусы.....	22
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	29
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	31

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Современный период развития человеческой культуры и цивилизации характеризуется новым этапом в эволюции характера основных социальных процессов и отличается стремлением развитого индустриального общества к совершенствованию своих социальных структур и институтов. Изучение этих процессов заставляет и ученых, и политиков делать выводы о том, что человечество, учитывая последние достижения научно-технического прогресса и новейшей информационной революции, имеет дело с факторами постиндустриального социально-экономического развития в рамках современной цивилизации. Ведущей и во многом знаковой особенностью современного мира становится формирование глобальной информационной индустрии.

Проблема коммуникации в информационном обществе рассматривалась в трудах следующих исследователей: Г.Г. Почепцова, Т.М. Дридзе, А.В. Соколова, С.В. Бориснева, Т.Н. Астафуровой, В.В. Кузнецова, Китайгородской М.В., Костомарова В.Г., Э. Фромма.

Объект: информационное общество.

Предмет: коммуникации в информационной сфере.

Цель: исследовать коммуникации в информационном обществе

Задачи работы:

1. Рассмотреть основные теоретические подходы к определению понятия коммуникация;
2. Описать основные элементы коммуникационного процесса
3. Изучить роль коммуникации в информационном обществе.

Используемые методы: метод анализа научной литературы.

Наиболее важным понятием, которое необходимо определить при изучении информационной среды общества являются понятия «коммуникации» и «информационное общество».

«Информационное общество» - это цивилизация, в основе развития и существования которой лежит особая нематериальная субстанция, условно именуемая “информацией”, обладающая свойством взаимодействия, как с духовным, так и с материальным миром человека. Последнее свойство особенно важно для понимания сущности нового общества: одной стороны, информация формирует материальную среду жизни человека, выступая в роли инновационных технологий, компьютерных программ, телекоммуникационных протоколов и т.п., а с другой, служит основным средством межличностных взаимоотношений, постоянно возникая, видоизменяясь и трансформируясь в процессе перехода от одного человека к другому. Таким образом, информация одновременно определяет и социально-культурную жизнь человека и его материальное бытие. В этом, и состоит принципиальная новизна грядущего общества.

Целью исследования в работе является изучение убеждения и внушения как способов коммуникативного воздействия на аудиторию.

В соответствии с поставленной целью задачами исследования являются:

- рассмотреть понятие информационного общества;
- изучить коммуникации в информационном обществе;
- рассмотреть способ коммуникаций в обществе.

Методы исследования - теоретический анализ, синтез, рассмотрение конкретных примеров.

В ходе исследования использовались монографии: «Технологии пабрик рилейшнз и управляемость поведения», Шишкина, Мария Александровна «Связи с общественностью в системе социального управления», Карпухин О.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав и 7 параграфов, заключения и списка литературы.

В первой главе даны теоретические аспекты коммуникационного процесса.

Во второй главе подробно рассмотрено информационное общество.

В заключении представлены краткие выводы по рассматриваемой теме работы.

1. Основные теоретические подходы к определению понятия «коммуникация» в трудах отечественных и зарубежных исследователей

1.1 Понятие коммуникации, её виды

Коммуникация - это сложный процесс, состоящий из взаимозависимых шагов, каждый из этих шагов необходим для того, чтобы сделать наши мысли понятными другому лицу. Слово «коммуникация» имеет латинское происхождение от слова «communis», обозначающее «общий». Посылающий старается установить «общение» с кем-либо. Он стремится вникнуть в информацию, отношения или идею¹.

Существует определение коммуникации в общих выражениях как процесса передачи информации от одного человека (трансммиттера) к другому (приемнику) с целью сообщения определенного смысла.

А.Б. Зверинцев рассматривает коммуникацию, прежде всего, как одну из форм взаимодействия людей в процессе общения, как информационный аспект общения.

Социологи подразумевают под коммуникацией передачу социальной информации.

Психологи обозначают термином «коммуникация» процессы обмена продуктами психической деятельности. «Коммуникация» - процесс двустороннего обмена информацией, ведущей ко взаимному пониманию. Коммуникация - в переводе с латыни обозначает «общее, разделяемое со всеми». Если не достигается взаимопонимания, то коммуникация не состоялась. Чтобы убедиться в успехе коммуникации необходимо иметь обратную связь о том, как люди вас поняли, как они воспринимают вас, как относятся к проблеме».

¹ Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или Переговоры без поражения. – М, 2014.

Г.Г. Почепцов в книге « Теория коммуникации» под коммуникацией понимает «процессы перекодировки вербальной в невербальную и невербальной в вербальную сферы»

А вот как определяет коммуникацию В.А. Спивак в книге «Корпоративная культура»: «Коммуникация - это обмен информацией в процессе деятельности, общение (а также пути сообщения)»².

Но необходимо при этом различать информацию и, собственно коммуникацию. Об этом пишет теоретик Л. Матра: «Многочисленные направления так называемой коммуникации, в области которых я работал, научили меня в первую очередь тому, что следует различать информацию (одностороннее сообщение) и коммуникацию (сообщение, на которое поступает ответ), или сообщение с «обратной связью».

Существуют разные коммуникации, более или менее согласующиеся между собой, в которых для достижения разных целей используются разные стратегии и языки. А разговор на нескольких языках одновременно, даже если говорят об одном и том же, отнюдь не способствует облегчению понимания.

Таким образом, для нас важно, что коммуникация - это целенаправленный процесс, в процессе происходит обмен информацией, важно наличие обратной связи для обеспечения результата.

Коммуникации подразделяются на следующие виды:

- межличностные или организационные коммуникации на основе устного общения;
- коммуникации на основе письменного обмена информацией.

Межличностные коммуникации в свою очередь делятся на:

- формальные или официальные. Данные Коммуникации определяются политикой, правилами, должностными инструкциями определенной организации и осуществляются по формальным каналам;

² Чесноков, С. Аудитория российского Интернета: измерения и реальность [Текст] / С. Чесноков, 2002 - №1. - С. 46-99

- неформальные коммуникации, которые не следуют общим правилам определенной организации; они осуществляются согласно установившейся системе личных отношений между работниками организации.

Типичная информация, передаваемая по каналам неформальных коммуникаций: предстоящие сокращения производственных рабочих, новые меры по наказаниям за опоздание, изменение в структуре организации, грядущие перемещения и повышения, подробное изложение спора двух руководителей на последнем совещании по сбыту, кто кому назначает свидание после работы и т. д.³.

Среди формальных организационных коммуникаций выделяют:

- вертикальные, когда информация перемещается с одного уровня иерархии на другой;
- горизонтальные между различными подразделениями, предназначенные для координации деятельности различных подразделений.

Вертикальные коммуникации в свою очередь подразделяются на:

- восходящие, когда информация передается снизу вверх (с низших уровней на высшие). Этот тип коммуникаций содержит информацию, необходимую для менеджеров для оценки той сферы деятельности, за которую они несут ответственность;
- нисходящие, осуществляемые сверху вниз. Этот тип коммуникаций непосредственно связан с руководством и контролем за работниками.

Межличностные коммуникации делят также на:

- вербальные (словесные);
- невербальные, призванные осуществить обмен информацией без применения слов, например с помощью жестов, интонаций голоса, мимики и т.д.

³ Гейтс, Б. Дорога в будущее [Текст] / Пер. с англ., Б. Гейтс - М.: Русская редакция, 1996. - 281 с. - ISBN 5-7502-0019-1.

Вербальные и не вербальные формы коммуникаций не всегда и не обязательно исключают друг друга. Как правило, интерпретация получателем послания строится не только на словах, но и на таких элементах, как жесты и выражения лица, которые сопровождают слова передающей стороны.

1.2 Цели и функции коммуникации

Цели коммуникации

Основная цель коммуникативного процесса - обеспечение понимания информации, являющейся предметом обмена, т.е. сообщений. Однако сам факт обмена информацией не гарантирует эффективности общения участвовавших в обмене людей. Чтобы лучше понимать процесс обмена информацией и условия его эффективности, следует иметь представление о стадиях процесса, в котором участвуют двое или большее число людей.

Вне зависимости от средств и каналов коммуникации мы передаем сообщения для того, чтобы:

- предупредить других людей (дорожные знаки или крик);
- информировать других людей (телетекст или пресс - релиз);
- объяснить что-либо (учебник или план эксперимента);
- развлечь (анекдот или художественный фильм);
- описать что-либо (документальный фильм или устный рассказ);
- убедить кого-либо (плакат, призывающий: "Храните деньги в сберегательной кассе!")⁴.

Это - цели коммуникации. Чаще всего в пределах одной коммуникации их бывает несколько (фильм может и развлекать, и информировать, и описывать, и предупреждать, и объяснять). Базовой причиной, по которой люди нуждаются в коммуникации, служат социальные потребности человека

⁴ Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия. — Екатеринбург. 2017.

или группы людей. Мы вступаем в коммуникативный процесс в целях удовлетворения тех или иных своих насущных потребностей. Таким образом, следовательно, цели коммуникации обслуживают основные потребности человека:

- выживание;
- сотрудничество с другими людьми;
- личные потребности;
- поддержание отношений с другими людьми;
- убеждение других действовать или думать каким-либо образом;
- осуществление власти над другими людьми (сюда относится и пропаганда);
- объединение обществ и организаций в одно целое;
- получение и сообщение информации;
- осознание мира и нашего опыта в нем (во что мы верим, что думаем о себе, об отношениях с другими людьми, о том, что является истинным);
- проявление творческой натуры и воображения.

Принято распределять наши потребности по четырем группам: 1) личные, 2) социальные, 3) экономические, 4) творческие. Для трактовки и понимания теории коммуникации как научного знания о законах социального взаимодействия нас, прежде всего, интересуют личные и социальные потребности человека.

Функции коммуникации

Процесс коммуникации, как это отмечают ученые на протяжении уже целых тысячелетий, начиная со времен Аристотеля и до наших дней, может приобретать различные формы своего проявления в зависимости от внешних и внутренних условий окружающей среды, числа участников, истинных и декларируемых целей взаимодействующих сторон, средств и стратегий исполнения и пр. Множество факторов влияют на определение функций коммуникации. В реальном коммуникативном процессе, даже в одном отдельно взятом коммуникативном акте, могут сочетаться несколько

функций, одна или две из которых будут основными, определяющими. С точки зрения профессионально-компетентностного подхода в интегративном социально-коммуникативном аспекте можно вести речь о функциях коммуникации в целом (о ее роли в жизни и деятельности человека и общества). В таком же ракурсе можно говорить о функциях отдельных коммуникативных актов и коммуникативных событий.

Функции коммуникации, как правило, принято выделять только в целях научно-исследовательского или научно-прикладного анализа, необходимого для, например, консультационной деятельности. Исходя из того, какая из выявленных функций является ведущей (определяющей, основной, главной и пр.), а какие относятся к второстепенным, можно грамотно построить модель коммуникативного взаимодействия (модель - аналог реального объекта), дать правильную классификацию коммуникативных актов, выбрать верную тактику коммуникативной деятельности и правильную стратегию взаимодействия в целом.

Следует иметь в виду, что инструментальный способ моделирования - изучения объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели) в коммуникологии используется в двух смысловых парадигмах:

- 1) как исследовательский прием, концептуальное средство, основной целью которого является объяснение коммуникативных процессов;
- 2) как планшетная панорама, схематизированное упрощенное отражение реального коммуникативного процесса, необходимое в качестве проектного инструментария, предназначенного для управления моделируемым процессом; алгоритм, в рамках которого и осуществляется данный процесс.

1.3 Коммуникативный процесс и его составляющие

Еще Аристотель выделял такие компоненты коммуникации: оратор -- речь -- аудитория. Сегодня мы бы сказали: «коммуникатор -- сообщение --

коммуникант». Эта триада присутствует во всех моделях коммуникации, составляя ее ядро.

Рассмотрим структуру коммуникации. В нее входят такие элементы (компоненты):

- источник (или отправитель);
- сообщение;
- канал;
- получатель;
- обратная связь.

Источник. Это создатель сообщения, лицо, которое сообщает информацию и передает ее. Источником может быть:

- организация;
- индивид;
- группа индивидов.

Сообщение. Это информация, которую источник передает получателю. Большинство сообщений передается в вербальной (словесной) форме, но сообщение может быть и невербальным (жесты, мимика, графические изображения). Идея, которую хочет отправитель передавать, кодируется, т.е. преобразуется в слова, жесты, интонацию. Кодирование превращает идею в сообщение.

Канал. Это средство, с помощью которого сообщение передается от источника к получателю. Общеизвестные каналы -- передача речи и письменных материалов, электронная почта, видеоленты и т.д. Важно правильно выбрать канал, чтобы обмен информацией был эффективным. Канал должен соответствовать идее, зародившейся на первом этапе, быть совместимым с типом символов, используемых для кодирования⁵.

Получатель. Лицо, которому предназначена информация. Ради получателя и происходит коммуникация. Получатель декодирует сообщение. Декодирование - это перевод символов отправителя в мысли получателя.

⁵ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М., 2014

Если символы, выбранные отправителем, имеют точно такое же значение для получателя, то он будет знать, что именно имел в виду отправитель. Если получатель продемонстрировал понимание идеи, произведя действия, которых ждал от него отправитель, обмен информацией эффективен. Эти действия есть обратная связь.

Обратная связь. Это реакция получателя на сообщение источника. Это и учет источником реакции получателя на сообщение. Обратная связь делает коммуникацию динамическим двусторонним процессом. Чем активнее используется в коммуникационном процессе обратная связь, тем он эффективнее⁶.

Положительная обратная связь информирует источник, что желаемый результат сообщения достигнут. Отрицательная обратная связь информирует источник, что желаемый результат сообщения достигнут не был.

Коммуникационный процесс можно разложить также на составляющие его взаимосвязанные этапы. Они таковы:

1. Зарождение идеи.
2. Кодирование и выбор канала.
3. Передача.
4. Декодирование.

На каждом из этапов процесса смысл может быть искажен или даже полностью утрачен. Причины искажения могут быть самыми разными и варьировать от языка (в вербальном и невербальном оформлении) до различий в восприятии, а также в организационном статусе между руководителем и подчиненными. Различия в восприятии меняют смысл сообщений, а различия в статусе затрудняют точную передачу информации.

Факторы, которые снижают успешную коммуникацию, называются коммуникативными барьерами. Эти барьеры различают как макробарьеры и

⁶ Иванов, В.Е. Интернет в формировании диалогического пространства в социокультурной среде [Текст] / В.Е. Иванов - М.: Изд-во МГУ, 1992. - 117 с.: ил. - (Серия «Мир Психологии»). - ISBN 5-28544-345-х.

микробарьеры. Макробарьеры коммуникаций препятствуют успешной коммуникации в целом. К ним относятся:

- перегрузка информационных каналов и искажения информации;
- потребность во все более сложной информации;
- интернационализация деловых контактов и возрастание роли иностранных языков.

Микробарьеры препятствуют успешной коммуникации в конкретных узких сферах. Это:

- отношение источника (отправителя) информации к получателю (адресату);
- отношение адресата к источнику информации;
- восприятие получателем смысла многозначных слов;
- отсутствие обратной связи.

В связи со сказанным задачей менеджера является свести к минимуму потери и искажения смысла информации при движении ее по коммуникационным сетям.

Коммуникационная сеть

Формальные и неформальные коммуникации. Проблема слухов

Понятие «коммуникационная сеть» является очень важным в вопросе коммуникаций. Коммуникационная сеть -- это соединение определенным образом участников процесса с помощью информационных потоков.

Если в коммуникации участвуют более двух человек, то способов коммуникаций между ними может быть достаточно много⁷.

Выбор подходящего для данной организации способа связи участников коммуникационного процесса учитывает следующие обстоятельства: *

время;

- надежность;

⁷ Шостром Э. Человек-манипулятор. – Минск, 2015.

- отношение членов организации к принятой в ней коммуникационной схеме.

Это означает, что для нормальной жизни организации и решения ею своих проблем информация от руководителя к непосредственному исполнителю и обратно не должна «застрывать» на промежуточных уровнях управления; вся информация должна доходить по назначению, а любая ошибка в работе обнаруживаться быстро, тогда не придется переделывать работу всей группы; люди должны быть удовлетворены существующими коммуникациями.

Коммуникации в организации делятся на формальные (официальные) и неформальные.

Формальные коммуникации определяются политикой, правилами, должностными инструкциями данной организации и осуществляются по формальным каналам. Среди формальных коммуникаций выделяют:

- вертикальные, когда информация перемещается с одного уровня иерархии на другой;

- горизонтальные -- между различными подразделениями, предназначенные для координации деятельности различных подразделений.

Вертикальные коммуникации, в свою очередь, подразделяются на:

- восходящие, когда информация передается снизу вверх (с низших уровней на высшие). Этот тип коммуникаций содержит информацию, необходимую менеджерам для оценки той сферы деятельности, за которую они несут ответственность;

- нисходящие, осуществляемые сверху вниз. Этот тип коммуникаций непосредственно связан с руководством и контролем за работниками.

Неформальные коммуникации не следуют общим правилам данной организации и осуществляются по неформальным каналам, которые существуют в силу личных отношений между членами организации.

С существованием неформальных коммуникаций связана проблема слухов в организации.

Слухами называется любая информация, которая получена по неофициальным каналам коммуникации. Слухи возникают, если сотрудники испытывают недостаток информации, предоставляемой по каналам формальных коммуникаций, если информация поставляется нерегулярно, с запаздыванием.

Типичная информация, передаваемая по каналам неформальных коммуникаций:

- предстоящие сокращения работников;
- новые меры по наказаниям за опоздание;
- изменения в структуре организации;
- грядущие перемещения и повышения;
- подробное изложение спора двух руководителей на последнем совещании по сбыту⁸;
- кто кому назначает свидания после работы. Существуют две точки зрения, каким образом свести к минимуму эти слухи:
 - распространение максимально возможной информации через каналы формальной коммуникации;
 - поощрение сетей неформальных коммуникаций и включение менеджеров в эти сети для обратной связи.

коммуникационный	диалогический	социокультурный
информационный		

⁸ Цуладзе, А.М. Политическое манипулирование или покорение толпы [Текст] / А.М. Цуладзе - М.: Книжный дом Университет, 2003. - 144 с. -

2. Информационное общество

2.1 Понятие информационного общества

Информационное общество - одна из теоретических моделей, используемых для описания качественно нового этапа общественного развития, в который вступили развитые страны с началом информационно-компьютерной революции. Технологическим основанием общества становятся не индустриальные, а информационные и телекоммуникационные технологии (ИТТ).

Информационное общество - это общество, в котором: Информация становится главным экономическим ресурсом, а информационный сектор выходит на первое место по темпам развития, по числу занятых, по доле капиталовложений, по доле в ВВП. ИТТ становятся главным средством повышения эффективности производства, укрепления конкурентоспособности как на внутреннем, так и на мировом рынке. Имеется развитая инфраструктура, обеспечивающая создание достаточных информационных ресурсов. Это в первую очередь система образования и наука.

Происходит перераспределение ресурсов в пользу науки и образования. В США так называемый накопленный человеческий капитал в три раза больше активов всех американских корпораций⁹.

Основной формой собственности становится интеллектуальная собственность. В конкурентной борьбе за мировое первенство появляется новый фактор - уровень развитости информационной инфраструктуры и индустрии.

Информация становится предметом массового потребления. Информационное общество обеспечивает любому индивиду доступ к любому источнику информации. Это гарантируется законом (военная и

⁹ Столяренко А.М. Социальная психология. – М.: Юнита-Дана, 2016. – 532 с

государственная тайна также определяется законом) и техническими возможностями.

Появляются новые критерии оценки уровня развития общества - количество компьютеров, количество подключений к Интернету, количество мобильных и фиксированных телефонов и т.д.

Вырабатываются правовые основы информационного общества. Формируется единая интегрированная информационная система на основе технологической конвергенции (слияния телекоммуникационной, компьютерно-электронной, аудиовизуальной техники).

Создаются единые национальные информационные системы (в США - в 80-е годы, в Западной Европе - в 90-е годы).

Информационное общество формируется как глобальное и включает в себя: мировую "информационную экономику"; единое мировое информационное пространство; глобальную информационную инфраструктуру; формирующуюся мировую законодательно - правовую систему.

В информационном обществе деловая активность перетекает в информационно-коммуникативную среду. Формируются виртуальная экономика, виртуальная финансовая система и тому подобное, что ставит важнейшие вопросы о механизмах их регулирования и связи с реальной, "физической" экономикой.

2.2 Возникновение и основные этапы развития информационного общества

В 80-90-е годы философы и социологи разрабатывают теорию информационного общества. В этой работе объединились усилия таких известных на западе философов, как Йошита Масуда, Збигнев Бжезинский (некоторое время назад бывший советником Президента США), Дж. Нэсбитт.

Но лучше всего известна теория информационного общества американского философа Олвина Тоффлера (р. 1928), поскольку его нашумевшие книги «Future shock» (Шок от столкновения с будущим, 1971), «Экоспазм» (1975), «Третья волна» (1980) у нас переводились.

Тоффлер, как и многие другие западные философы, критиковал недостатки индустриального общества, отмечал его кризис и признаки перехода в новую форму существования, информационное общество.

Преобразование общества в информационное Тоффлер связывает с информационной революцией, которая началась во второй половине XX в¹⁰.

Информационная революция, как отмечает Олвин Тоффлер, складывается из двух революций:

- 1) компьютерной;
- 2) телекоммуникационной.

Телекоммуникационная революция начинается с середины 70-х годов и сливается с компьютерной. Компьютерная революция начинается гораздо раньше и протекает в несколько этапов¹¹.

Первый большой этап охватывает 1930-1970 годы, который называют «нулевым циклом». Он начинается с создания первых ЭВМ американским физиком Дж. Атанасовым и немецким инженером К. Цузе.

На этом этапе в 1951 году была создана первая коммерческая ЭВМ UNIVAC-1 (она весила 30 т, содержала 18 тысяч ламп и совершала 5 тысяч операций в секунду). Второй значительный этап компьютерной революции начинается с создания первых персональных компьютеров и их серийного производства.

Телекоммуникационная революция связана с созданием

- а) волоконно-оптических технологий;
- б) спутниковых технологий.

¹⁰ Скаженик Е.Н. Практикум по деловому общению. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2016.

¹¹ Терин, В.П. Информационное и коммуникационное воздействие в условиях глобализации [Текст] / В.П. Терин - РАН, 1992. - 62 с. - ISBN 966-521-224-9.

Слияние компьютерной и телекоммуникационных технологий породило на рынке множество новых товаров и услуг. Информационная и телекоммуникационная индустрия превратились сегодня в ключевой сектор экономики развитых стран.

Развитые страны предпочитают ввозить товары широкого потребления, но вывозить продукты информационной индустрии, и на их продаже зарабатывать национальное богатство¹².

Информационные технологии стоят дорого, гораздо дороже, чем товары широкого потребления, что обеспечивает развитым странам по-прежнему высокий уровень жизни, существенно превосходящий уровень жизни в развивающихся странах.

Кроме того, лидерство в информационных технологиях дает им возможность по-прежнему претендовать на политическое лидерство в мире.

Например, США - один из признанных лидеров мировой политики, контролирует более 40% рынка торговли информационными технологиями.

США законсервировали свои ископаемые ресурсы и больше ввозят товаров, чем вывозят, зато вывозят больше услуг (особенно в области информационных технологий), чем ввозят.

Лидерство в области информатизации США объяснимо: там находится 41% всех имеющихся в мире компьютеров; 40% семей там владеют персональными компьютерами, а 20% - модемами, то есть являются пользователями Интернета.

Благодаря слиянию компьютерной и телекоммуникационной революций появилась возможность создавать информационные сети огромных масштабов, вплоть до глобальных. По этим сетям можно гораздо быстрее передавать, находить и обрабатывать необходимую информацию.

¹² Мастенбрук В. Переговоры. – Калуга, 2017.

2.3 Современные международные отношения в условиях развития информационного общества

Анализ такой проблемы, как значение последних информационных технологий в нынешних международных отношениях насыщен. Все больше информационные технологии вносят изменения во взаимоотношения между государствами. Изменяется предметность международных взаимоотношений. Их постижение без принятия участия новейших информационных технологий делается просто несбыточным. Такие изменения происходят в процессе формирования внешнеполитических постановлений.

Сейчас информация является результатом данных, составленных электронными средствами. Они увеличили зону, в которой удается вовремя меняться информацией. ПО для обрабатывания данных тоже быстро вырабатывалось.

Интернет основал потребность в непрерывном и скоростном обмене информацией в военном секторе. Информационные сети, которые соединены в Интернет беспрестанно обрабатывают приватную, военную и деловую информацию.

Начала появляться экономика, которая основывается на службах, связанных с информацией. Она демобилизует иерархию мира промышленности. Большие корпорации - частные, а также и государственные - те, что воплощают правящую роль современности, обязаны заниматься контролем информации для поддержать системы в стабильности¹³.

Интернет начал быть мировым источником информации и связывающим каналом. Он предоставил возможность увидеть, как тяжело реализовывать контроль над информационными каналами, т.к. содержание печатных СМИ, радио и телевидения намного проще контролировать -

¹³ Парыгин Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. – СПб.: ИГУП, 2017. – 592 с.

продукты ограничены, а аудитория является пассивной. В Интернете любой может стать производителем и производителем.

Информационные технологии являются уравнивателем для государств. Это выражается в том, что она не знает ограничений и исходит по всем мире. Имеются две группы оснований модификации международной роли любой страны вследствие информационной революции. Первое - становится сложнее пользоваться традиционными механизмами управления, т.к. информационная революция делает вероятными действия, находящиеся за границами контроля правительства. Второе, разделение полномочий меняется с ростом воздействия на национальном уровне из-за информационной революции негосударственных лиц.

Национальные страны в наибольшей степени лишаются власти, так как информация делается доступной абсолютно любому человеку. Иерархическим структурам приходится быть жертвами информационного обилия, а сети, как раз в данных условиях распускаются.

2.4 Информационное общество: плюсы и минусы

Многовековая эволюция средств коммуникации содержит немало эпохальных событий, начиная с возникновения письменности, появления бумаги, создания печатного станка Гутенберга, распространения газет, изобретения телеграфа. Почти одновременно совершается открытие радио и киноизображения, затем создается телевизионная трубка. Вторая половина XIX века и весь XX век прошли под знаком бурного прогресса в развитии средств коммуникации.

Великий Альберт Эйнштейн говорил вскоре после Второй мировой войны: человечество пережило в 1945 году атомный взрыв, но к концу столетия ему предстоит пережить не менее важный - информационный взрыв. Он и начался вскоре после этих слов, с изобретением транзисторных

радиоприемников, запуском искусственных спутников Земли, началом международного телевидения.

За несколько десятилетий (если перескочить из тех лет к сегодняшнему дню) сложилась следующая картина наличия на Земле традиционных средств массовой информации: телевизоров в мире сегодня - более 1,5 млрд. штук, радиоприемников - более 2 млрд., ежедневных газет - более 10 тыс. названий, кинофильмов выпускается более 4 тыс. в год, суммарный тираж книг - около 10 млрд. экз. Некоторые телевизионные передачи, например финальные игры первенства Европы по футболу 2000г., смотрели более 7 млрд. зрителей на всех широтах, на первенстве было аккредитовано 5400 журналистов.

Созданную Тэдом Тернером программу CNN смотрят во всех странах одновременно десятки или даже сотни миллионов людей, которые моментально узнают обо всех событиях в мире.

В середине прошлого века родилось еще одно информационное чудо - Internet. В декабре 1969 г. три компьютера в Калифорнии и один в штате Юта были соединены друг с другом. Этот момент может считаться официальным началом сети, которая постепенно превратилась в Internet.

В 1989 г. ученый-компьютерщик из Оксфорда Тим Бернерс-Ли изобрел новую технологию свободного доступа в Internet - World Wide Web (Всемирная Паутина).

Существует множество определений, что такое Internet - как совпадающих, так и противоречащих друг другу. Вот одно из них: «Это сложная транспортно-информационная система из грибовидных (дипольных) структур, шляпка каждой из которых (собственно диполи) представляет собой мозг человека, сидящего за компьютером, в совокупности с самим компьютером, который как бы является искусственным продолжением мозга, а ножки - например, телефонная сеть, соединяющая компьютеры, или эфир, через который передаются радиоволны»¹⁴.

¹⁴ Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации [Текст] / Л.Н. Федотова - М.: Научный мир, 2001. - 214 с. - ISBN 5-89176-137-8.

Появление Internet породило массу публикаций, множество книг. Их авторы спорят не только о технических сторонах и перспективах, но и в более широком плане о воздействии компьютерной и информационной революции на жизнь человечества. Так, президенту корпорации «Интел» ближайшее будущее человечества видится следующим: более 1 миллиарда высокопроизводительных компьютеров, соединенных сетями и обеспечивающие триллионы надежных контактов по всему земному шару. Через эти сети будет осуществляться все: финансовые операции, образование, обмен научными открытиями и достижениями культуры, личная переписка, все заказы на продукты, билеты, сводки погоды, в общем - все. Один пример: в Великобритании в 2004 году более 20% всех продаж производилось непосредственно через Internet.

Меняется и образ жизни миллионов людей. В США, например, во многих средних и мелких фирмах до 90% сотрудников работают на дому, используя компьютерные терминалы. На Западе давно уже канули в Лету времена, когда говорилось о «пролетариате», о «классах» и «классовой борьбе», теперь здесь 2/3 рабочей силы заняты в информационно-сервисных секторах, и этот процесс продолжается.

Но не только через Internet ощущает простой человек информационную революцию. В последние годы наиболее бурное развитие получило уже становящееся привычным новейшее средство коммуникации - мобильные телефоны. Сегодня услугами сотовой связи пользуются более 500 млн. чел. К 2006 г. число владельцев мобильных телефонов в мире вырастет более чем 1 млрд. чел. По мнению аналитиков, буквально в течение первых десятилетий XXI века в развитых странах будет охвачено сотовой связью 90% населения.

К 2010г. оборот на мировом рынке телекоммуникаций прогнозируется на уровне 3,3 триллионов долларов¹⁵.

¹⁵ Шарков, Ф.И. Основы теории коммуникации [Текст] / Ф.И. Шарков - М.: Дашков и К°, 2010. -- 592 с.

В самое последнее время происходит еще один интереснейший и весьма перспективный процесс - соединение мобильных телефонов с Internet. «Мобильная революция» - называют это специалисты. Она отражает доминирующую мировую тенденцию - главным товаром становится информация, и телекоммуникационные инфраструктуры приспособляются к тому, чтобы максимально способствовать перемещению гигантских объемов информации, причем в самой удобной для потребителя форме. Соединение «мобильников» с Internet творит чудеса. В Германии, например, уже сегодня можно, находясь в движущемся автомобиле, вызвать на дисплей своего сотового телефона из Internet список всех ближайших ресторанов и кафе, заказать себе столик и понравившиеся блюда.

Мобильные телефоны становятся неотъемлемой частью персонального компьютера, мобильная связь все теснее переплетается с Internet. Мобильный телефон превращается в передвижной офис.

По разным оценкам, уже через 3-4 года потенциал мобильного «Internet» составит более 300 млрд. долл. Его услугами будут пользоваться до 700 млн. человек.

Россия, естественно, не смогла избежать и присущих компьютеризации во всем мире бед, в том числе появления хакеров, компьютерных вирусов и т.п. В августе 1998г. в МВД РФ было специально создано Управление по борьбе с преступлениями в сфере высоких технологий. Насколько это важно, подтверждает мировой опыт. Сколько уже есть примеров, когда хакеры или вирусы наносят ущерб в миллиарды долларов. В мире появляется 20-30 опасных компьютерных вирусов каждую неделю.

Становление глобального информационного сообщества является составной частью переживаемого ныне всем человечеством процесса глобализации. И информационная революция, и глобализация в целом полезны для человечества и, главное, объективны, их невозможно отменить или остановить. Но, как и в глобализации, некоторые усматривают в

информационной революции не только плюсы, но и минусы, не только блага, но и угрозы.

Так, справедливо утверждают, что блага глобальной коммуникации достаются пока только самым высокоразвитым нациям, так называемому «золотому миллиарду» населения Земли, а это, в свою очередь, еще больше отрывает его от остальных пяти миллиардов и особенно от самых бедных из них. Проблема использования благ информационной революции в интересах своих народов, с одной стороны, и колоссального разрыва в обеспечении информацией и средствами коммуникации богатых и бедных наций, с другой стороны, приобретает такие масштабы, что этим занимался даже саммит «Восьмерки». Там говорилось, что информационно-коммуникационная технология «расширяет возможности, несет блага всем людям мира и объединяет их, дает возможность самовыражения и уважения друг к другу. Она несет в себе огромные возможности для дальнейшего роста экономики, укрепления системы социального обеспечения стран и сплочения общества и тем самым для процветания демократии. Поэтому доступ к возможностям цифровых технологий должен быть открыт для всех.

Мы ясно осознаем, что процесс глобализации и быстрые темпы развития информационной технологии порождают различные опасения. Нам необходимо принять соответствующие меры с тем, чтобы внести успокоение в умы людей. Действуя согласованно, мы сможем максимально увеличить выгоды от информационной технологии и обеспечить, чтобы они стали доступны для тех, возможности которых в этом плане пока ограничены».

Помимо информационного разрыва между богатыми и бедными странами, многие обращают внимание и на другие существующие в этой области опасности¹⁶.

Так, говорят и о том, что поскольку основными наполнителями «Internet», CNN, международного телевидения в целом, да и большинства

¹⁶ Мельник И. Уловки споров. – М., 2016.

других СМИ является США, то интернационализация информации представляет собой главным образом попытку окончательной американизации всей духовной жизни человечества.

Правы и те, кто указывает на такие «побочные продукты» глобализации, как нивелирование национальных культур и стирание национальной аутентичности, более свободное распространение вредной информации, культа денег и насилия, организованной преступности, наркобизнеса. Все эти и другие проявления глобализации требуют дальнейшего изучения.

Тем не менее, одно несомненно: XXI век будет веком глобализации во всех сферах жизни - в экономике, торговле, финансах, науке и технике и, конечно, в информации, причем информационная революция будет важнейшим компонентом и двигателем этого процесса.

Процесс объединения человечества в глобальном масштабе до конца не продуман и не ясен. Свободный поток информации, тотальная демократизация и открытые границы - все это, конечно, чрезвычайно заманчиво, однако ни у кого нет представления о том, что же, в конце концов, произойдет в результате образования всемирной деревни.

Некоторые ученые считают, что идея глобализации недопонята, а угрозы ее сильно преувеличены, поскольку создание объединенного медиа вовсе не обязательно должно привести к объединению общества. Есть и другая точка зрения, суть которой заключается в том, что глобальное общество неизбежно и постоянно будет иметь дело с опасностью возможной дезинтеграции различных подобществ.

Процесс глобализации (если рассматривать его без учета политической и финансово-олигархической составляющих) является знаком нового времени. Это еще одна попытка интегрировать культуры, утвердить единые правила для людей, живущих в едином, не разделенном границами обществе, создать единую систему вербальной коммуникации, единый мир. Более того,

процесс этот уже идет, набирая ускорение вне зависимости от нашего к нему отношения¹⁷.

Таким образом, появление и глобальное распространение «Internet» означает новое (необъятное) расширение круга участников общения. «Internet» - это особая технологическая среда, которая позволяет использовать все существовавшие ранее символические системы и обеспечивает доступ к любой информации, которую можно зафиксировать с их помощью. Internet глобализирует: он претендует на все и пытается «склеиться» со всеми областями человеческой активности. Тем самым подготавливается величайший в истории человека переворот: формируется новая социальная структура современного общества, в которой человечество впервые обретает статус реального, а не номинального, потенциального (как это было до сих пор) субъекта истории.

¹⁷ Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации [Текст] / А.В. Соколов - М.: Михайлова В. А., 2002. - 461 с. - ISBN 5-8016-0091 -4.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммуникация в информационном обществе сегодня охватывает своим влиянием все области социальной действительности и по-новому организует общественные отношения. Наблюдаемое на рубеже XX и XXI веков интенсивное развитие коммуникационных технологий значительно облегчило производство и распространение социально значимой информации и привело к формированию глобального информационного пространства, в которое оказались, вовлечены целые сообщества, политические, экономические, религиозные и культурные институты. Современные технические средства коммуникации, передавая неведомые ранее объемы информации миллионам людей, оказывают существенное воздействие на сферы их труда, быта, досуга, политической жизни, диктуют им образцы поведения, отражают и формируют общественное мнение.

Сегодня общество достаточно отчетливо осознает, что современные средства массовой коммуникации, или СМК, являются могучей и влиятельной силой. Именно поэтому специалисты разных областей знания - философы, социологи, политологи, юристы, психологи, представители технических наук все чаще обсуждают не только реальные возможности, но и "право" этих средств на массовое информационное воздействие.

В процессе изучения данной темы, мы ответили на все вопросы, поставленные изначальными задачами, а именно:

1. Рассмотрели основные теоретические подходы к определению понятия коммуникация;
2. Описали основные элементы коммуникационного процесса
3. Изучили роль коммуникации в информационном обществе.

Наиболее важным понятием, которое мы определили при изучении информационной среды общества является понятие «коммуникации» и «информационное общество».

«Информационное общество» - это цивилизация, в основе развития и существования которой лежит особая нематериальная субстанция, условно именуемая “информацией”, обладающая свойством взаимодействия, как с духовным, так и с материальным миром человека. Последнее свойство особенно важно для понимания сущности нового общества: одной стороны, информация формирует материальную среду жизни человека, выступая в роли инновационных технологий, компьютерных программ, телекоммуникационных протоколов и т.п., а с другой, служит основным средством межличностных взаимоотношений, постоянно возникая, видоизменяясь и трансформируясь в процессе перехода от одного человека к другому. Таким образом, информация одновременно определяет и социально-культурную жизнь человека и его материальное бытие. В этом, и состоит принципиальная новизна грядущего общества.

В ходе исследования курсовой работы мы изучили современный период развития человеческой культуры и цивилизации, которая характеризуется новым этапом в эволюции характера основных социальных процессов и отличается стремлением развитого индустриального общества к совершенствованию своих социальных структур и институтов. Изучение этих процессов заставляет и ученых, и политиков делать выводы о том, что человечество, учитывая последние достижения научно-технического прогресса и новейшей информационной революции, имеет дело с факторами постиндустриального социально-экономического развития в рамках современной цивилизации. Ведущей и во многом знаковой особенностью современного мира становится формирование глобальной информационной индустрии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адамьянц, Т.З. К диалогической телекоммуникации: от воздействия - к взаимодействию [Текст] / М.: Институт социологии РАН. 1999. - 136 с.
2. Акчурин, И.А. Концепция виртуальных миров и научное познание [Текст] / И.А. Акчурин - М.: Книжный дом "Университет", 2000. - 194 с. - ISBN: 5-8025-0058-0.
3. Бороздина, Г.В. Психология делового общения [Текст] / Г.В. Бороздина - М.: ИНФРА-М, 2006. - 224 с. - ISBN: 5-16-001969-3.
4. Виханский, О.С., Наумов А.И. Менеджмент - [Текст] / О.С. Виханский, А.И. Наумов - М.: Гардарики, 2002. - 453 с. - ISBN 5-98118-037-4.
5. Гейтс, Б. Дорога в будущее [Текст] / Пер. с англ., Б. Гейтс - М.: Русская редакция, 1996. - 281 с. - ISBN 5-7502-0019-1.
6. Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия. –Екатеринбург. 2017.
7. Зверинцев, А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера [Текст] / А.Б. Зверинцев - Союз, 1997. - 267 с. - ISBN 5-87852-054-0.
8. Иванов, В.Е. Интернет в формировании диалогического пространства в социокультурной среде [Текст] / В.Е. Иванов - М.: Изд-во МГУ, 1992. - 117 с.: ил. - (Серия «Мир Психологии»). - ISBN 5-28544-345-х.
9. Кашкин, В.Б. Введение в теорию коммуникации [Текст] / В.Б. Кашкин - ВГТУ, 2000. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-1424-9.
10. Конецкая, В.П. Социология коммуникации [Текст] / В.П. Конецкая - М.: Space, 2005. - 254 с. - ISBN 975-5-94839-234-9.
11. Крылов, А.Н. Менеджмент коммуникаций [Текст] / А.Н. Крылов. - М.: Национального института бизнеса, 2002. - 228 с. - ISBN 3-631-51014-4.
12. Лактионов, А.В. Информационное общество [Текст] / А.В. Лактионов - АСТ. Мидгард, 2004. - 507 с. - ISBN: 5-17-022346-3.

13. Ляпоров, В. Цифровой мир. Новый человек? [Текст] / В. Ляпоров, 2000. - № 1. - С.24-25. - ISSN 0042-8841.
14. Майерс Д. Социальная психология (Social Psychology). – Издательство: Питер, 2013. – 794 с.
15. Мастенбрук В. Переговоры. – Калуга, 2017.
16. Мельник И. Уловки споров. – М., 2016.
17. Назаров, М.М. Массовая коммуникация в современном мире [Текст] / М.М. Назаров - М.: ЛКИ, 2002. - 233 с. - ISBN: 978-5-382-00824-0.
18. Парыгин Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. – СПб.: ИГУП, 2017. – 592 с.
19. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации [Текст] / Г.Г. Почепцов. - М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер" 2001. - 656 с. - ISBN 5-87983-101-9.
20. Психология. Словарь/ Под общ. Ред. Петровского А.В., Ярошевского М.Г. – М., 2017.
21. Родионов, А.А. Социология массовой коммуникации [Текст] / А.А. Родионов - М.: Социальные отношения, 2002. -- 262 с. - ISBN: 5-94907-002-X.
22. Скаженик Е.Н. Практикум по деловому общению. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2016.
23. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации [Текст] / А.В. Соколов - М.: Михайлова В. А., 2002. - 461 с. - ISBN 5-8016-0091 -4.
24. Столяренко А.М. Социальная психология. – М.: Юнита-Дана, 2016. – 532 с.
25. Терин, В.П. Информационное и коммуникационное воздействие в условиях глобализации [Текст] / В.П. Терин - РАН, 1992. - 62 с. - ISBN 966-521-224-9.
26. Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации [Текст] / Л.Н. Федотова - М.: Научный мир, 2001. - 214 с. - ISBN 5-89176-137-8.
27. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или Переговоры без поражения. – М, 2014.