

## **Секция2**

# **Влияние коммуникаций на современное общество**

## Содержание

Анпилогова Л.В. ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА .....	3
Быкова С.М. УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМА ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ - ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ.....	10
Гильмиярова А.С. РОЛЬ И МАСШТАБ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PR В КОНТЕКСТЕ ВНУТРЕННИХ КОМУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ.....	14
Горбатовская П. В. ВЛИЯНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА СОВРЕМЕННУЮ МОЛОДЕЖЬ ...	17
Долгополова Н.Ф. КОММУНИКАЦИИ В РАЗВИТИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	22
Долгополова Н.Ф. РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ УМЕНИЙ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ».....	25
Долгополова Н.Ф., Горбатовская П.В., Ермолаев Т.Е. ВЛИЯНИЕ КОММУНИКАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА.....	29
Зацепина И.А. ОБЩЕСТВЕННОЕ ВЕЩАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.....	32
Кайкова Т.В., Анциферова Л.М. ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА НА ОБРАЗОВАНИЕ.....	38
Кудинова В.Г. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПЕДАГОГОВ И СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЙ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА.....	42

# **Анпилогова Л.В. ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА**

**(Оренбургский государственный университет)**

В настоящее время человечество все больше тревожит вопрос, как можно освоить стремительно расширяющийся мир сведений и управлять потоками информации, которые постоянно увеличиваются в своих размерах. Каким представляется будущее в этом отношении?

Сегодня многие понимают, что явления, происходящие в сфере информационных процессов, нуждаются в пристальном внимании и глубоком анализе, ибо они имеют важные социальные последствия. Отсюда появилась потребность в создании «информационного общества», способного взять на себя разрешение проблемы информационного кризиса. Это явление отражает объективную тенденцию нового витка эволюционного развития цивилизации, связанного с появлением информационных и телекоммуникационных технологий, новых потребностей и нового образа жизни. Мы вошли в тот этап развития, когда информация стала одной из основных ценностей в экономике нового типа, в жизни людей.

Информационное общество обрело свои очертания в конце XX века. Несмотря на достаточную распространенность самого термина «информационное общество», разработанной концепции его еще не предложено. Понятием «информационное общество» в настоящий момент обозначаются разные феномены, которые связаны между собой, прежде всего, наличием информации как экономического ресурса, возникновением новых информационно-коммуникативных технологий, процессом информатизации общества, развитием сетевого менеджмента и информационной экономики и т.д. [1; 5; 6; 7; 9]

Для каждой страны ее движение к информационному этапу развития определяется степенью информатизации общества, т.к. деятельность отдельных людей, групп, коллективов и организаций все в большей степени зависит от их информированности и способности эффективно использовать имеющуюся информацию. Отыскание рациональных решений в любой сфере деятельности требует обработки больших объемов информации, что подчас невозможно без привлечения специальных технических средств.

В свете этого интерес представляет рассмотрение процесса информатизации общества.

Возрастание объема информации особенно стало заметно в середине XX в. Поток информации хлынул на человека, не давая сориентироваться в нем. Как результат - наступает информационный кризис (взрыв), который имеет следующие проявления:

- появляются противоречия между ограниченными возможностями человека по восприятию и переработке информации и существующими мощными потоками и массивами хранящейся информации;
- существует большое количество избыточной информации, которая затрудняет восприятие полезной для потребителя информации;

- возникают определенные экономические, политические и другие социальные барьеры, которые препятствуют распространению информации.
- Эти причины породили весьма парадоксальную ситуацию - в мире накоплен громадный информационный потенциал, но люди не могут им воспользоваться в полном объеме в силу ограниченности своих возможностей. Информационный кризис поставил общество перед необходимостью поиска путей выхода из создавшегося положения. Внедрение ЭВМ, современных средств переработки и передачи информации в различные сферы деятельности послужило началом нового эволюционного процесса, называемого информатизацией в развитии человеческого общества.
- Информатизация общества - это организованный социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов. При информатизации общества основное внимание уделяется комплексу мер, направленных на обеспечение полного применения достоверного, исчерпывающего и своевременного использования достоверных знаний во всех общественно значимых видах человеческой деятельности. Основной целью информатизации является обеспечение решения актуальных внутренних проблем государства и, прежде всего, - удовлетворение спроса на информационные продукты и услуги [8, 130-131].
- Исследователи (К.К. Колин, Э.П. Семенюк, В.И. Сифоров, В.З. Коган, В.И. Першиков, В.М. Савинков и др.) выделяют два основных теоретико-методологических подхода к процессу информатизации общества:
  - - технократический, когда информационные технологии считаются средством повышения производительности труда и их использование ограничивается, в основном, сферами производства и управления;
  - - гуманитарный, когда информационная технология рассматривается как важная часть человеческой жизни, имеющая значение не только для производства, но и для социальной сферы.
- Причины значительного распространения технократического подхода носят как объективный, так и субъективный характер. Объективно развитие новой техники имеет «агрессивный» характер. Субъективно же существует весьма значительное число людей как незнакомых с проблемой, так и тех, кому внедрение в общественное мнение подобного отождествления приносит ощутимые финансовые и политические дивиденды.
- Таким образом, информатизация общества направлена на скорейшее овладение информацией для удовлетворения своих потребностей. В данном понятии следует делать акцент не столько на технических сред-

ствах, сколько на сущности и цели социально-технического прогресса. Компьютеры являются базовой технической составляющей процесса информатизации общества. Информатизация на базе внедрения компьютерных и телекоммуникационных технологий является реакцией общества на потребность в существенном увеличении

производительности труда в информационном секторе общественного производства, где сосредоточено более половины трудоспособного населения.

Для процесса информатизации общества важны социальные предпосылки и условия. Социальные предпосылки информатизации - это то, что должно быть в обществе, чтобы началось успешное развертывание процессов информатизации. Социальные условия информатизации - это реальная обстановка, в которой происходит процесс информатизации. Необходимо отметить, что понятие «социальное» в широком смысле слова тождественно понятию «общественное». Рассмотрение в этом смысле условий и предпосылок информатизации - это анализ реального и необходимого состояния всех сфер жизни общества с точки зрения их готовности воспринять и развивать информатизацию.

Отсюда важны следующие условия и предпосылки информатизации:

- основной экономической предпосылкой является демонополизация экономики;
- необходимой политической предпосылкой информатизации является демократизация, лишь демократии нужна совершенная информационная среда;
- условиями и предпосылками информатизации в культурно-духовной сфере являются: степень мотивационной готовности населения к использованию новых технологий информатизации; компьютерная грамотность населения, необходимая для обеспечения высоких темпов информатизации; информационный образ жизни; новое информационное сознание; достижение высокого культурно-духовного потенциала, составляющими которого являются накопленные обществом знания, овеществленное духовное богатство и люди - носители знаний;
- условия и предпосылки информатизации в социальной сфере как процессе расширенного воспроизводства человека как личности, как субъекта исторического процесса – это свободный доступ каждого человека к социально-бытовой, политической, экономической, культурно-духовной и другим информациям. Особое социальное значение приобретает сам факт наличия компьютеров дома (в семье), в детских садах, школах и вузах.

В настоящее время все страны мира в той или иной степени осуществляют процесс информатизации. Неправильно выбранная стратегия информатизации или ее недостаточные динамизм и мобильность могут привести к существенным, а подчас драматическим изменениям во всех сферах жизни страны. Чтобы этого не случилось, например, в Японии в процессе информатизации делается ставка на разработку новых типов компьютеров. В США принимаются меры по интен-

сификации информатизации всех сторон деятельности американского общества, а именно: увеличение инвестирования в новые исследовательские разработки, улучшение качества образования, развитие международного сотрудничества на стадии разработки продукта, повышение качества рабочей силы и ряд других мероприятий.

Многие страны имеют национальные программы информатизации с учетом местных особенностей и условий. Однако для успешной реализации программы информатизации желательно следовать общим для всего мирового сообщества принципам:

- отказ от стремления в первую очередь обеспечить экономический рост страны;
- необходимость замены экономической структуры, основанной на тяжелой промышленности, структурой, базирующейся на наукоемких отраслях;
- признание приоритетного характера информационного сектора: основой успешного экономического развития становится создание новой инфраструктуры и сектора услуг, способных поддержать национальную экономику;
- широкое использование достижений мировой науки и техники;
- вложение значительных финансовых средств в информатизацию как государственную, так и частную;
- объявление роста благосостояния страны и ее граждан за счет облегчения условий коммуникации и обработки информации главной целью информатизации.

Эти принципы важно учесть при разработке государственной политики информатизации всех стран, так как, производя информационные технологии, можно иметь все преимущества и условия для развития других высоких технологий и экономики. При этом следует обращать внимание на средства информационной поддержки процесса информатизации. Здесь можно выделить ряд главных направлений (по К.К. Колину и др.):

- фундаментализация информации на всех её уровнях и существенно более широкое развитие системы СМИ;
- реализация концепции деятельности СМИ, ориентированной на новые условия информационного общества;
- широкое использование средств СМИ, ориентированных на формирование творческого потенциала личности;
- повышение доступности получения качественных знаний путем развития систем современных информационных и телекоммуникационных технологий;
- инструментально-технологическое направление, включающее в себя задачи использования новых возможностей средств информатики и информационных технологий для повышения эффективности системы информации;
- содержательное направление, включающее в себя задачи формирования нового содержания информационного процесса и др.

В последние годы в процессе информатизации общества все большее внимание начинает уделяться содержательным проблемам, т.е. изменению целевой ориентации и содержания самого информационного процесса. Сегодня уже представляется бесспорным тот факт, что в перспективной системе информации

должны преобладать информационные компоненты. Ведь эта система должна не только предоставлять населению необходимые знания о новой информационной среде обитания людей в информационном обществе. Она также должна формировать у них новую информационную культуру и новое, информационное мировоззрение, которое основано на понимании определяющей роли информации и информационных процессов в природных явлениях, человеческом обществе, а также в обеспечении жизни и деятельности самого человека.

Таким образом, проблема информатизации общества сегодня уже не может рассматриваться лишь как инструментально-технологическая, а тем более, как проблема насыщения информационной сферы средствами информатики и создания на их основе информационных инструментов. Сегодня необходимо изменить цели информации, обеспечить в СМИ принципиально новую ориентацию на условия и проблемы информационного общества.

При этом в составе содержательного направления развития информатизации целесообразно решать следующие значимые задачи:

1. Подготовка специалистов для профессиональной деятельности в информационной сфере общества, владеющих новыми информационными технологиями. Решение этой проблемы определяется тремя основными факторами:

- пониманием ее социальной и экономической значимости для дальнейшего развития общества;
- уровнем оснащённости системы подготовки специалистов современными средствами информатики и новыми информационно-телекоммуникационными технологиями;
- подготовленностью педагогических кадров системы образования, специалистов к использованию современных и перспективных средств информатики.

1. Формирование в обществе новой информационной культуры, которая зависит от важнейших характеристик развития самого общества и поэтому может служить интегральным показателем уровня и важнейшим движущим фактором этого развития. Основными факторами развития информационной культуры современного общества являются следующие:

- система образования, определяющая общий уровень интеллектуального развития людей, их материальных и духовных потребностей;
- информационная инфраструктура общества, определяющая возможности людей получать, передавать и использовать необходимую им информацию, а также оперативно осуществлять те или иные информационные коммуникации;
- демократизация общества, которая определяет правовые гарантии людей по доступу к необходимой им информации, развитие средств массового информирования населения, а также возможности граждан использовать различные источники информации;
- развитие экономики страны, от которой зависят возможности людей в получении необходимой информации, а также приобретения и исполь-

зования современных средств информационной техники (телевизоров, персональных компьютеров, радиотелефонов и т.п.).

2. Фундаментализация информационного процесса за счет его существенно большей информационной ориентации и изучения фундаментальных основ информатики, что предполагает его все большую ориентацию на изучение фундаментальных законов природы и общества, назначения самого человека [4]. Для достижения целей фундаментализации представляется необходимым переместить фокус внимания на проблемы развития общей культуры человека на основе познания лучших достижений цивилизации, а также на формирование научных форм системного мышления [3, 51].
3. Формирование у людей нового, информационного мировоззрения, что содействует созданию у человека целостной системно информационной картины мира, пониманию им общности информационных основ процессов управления в живой природе, обществе и технике.
5. Обеспечение четкой связи информационных процессов с экологобезопасным, устойчивым развитием общества.
  1. Формирование государственной политики стран в области информатизации СМИ.
  2. Создание Концепции формирования и развития единого информационного пространства.
  3. Создание Концепции информационной безопасности страны и др.

Развитие глобального процесса информатизации общества, который сегодня уже охватывает все развитые и многие развивающиеся страны мирового сообщества, в том числе - и Россию, приводит к формированию новой информационной среды обитания людей и нового, информационного уклада их жизни и профессиональной деятельности. Сегодня уже нет никакого сомнения в том, что XXI-й век будет веком информации и научных знаний. Все это ставит принципиально новую глобальную проблему подготовки миллионов людей к жизни и деятельности в совершенно новых условиях информатизации общества.

Приведенный выше анализ состояния, основных задач и перспектив развития процессов информатизации общества позволяет сделать следующие основные выводы.

1. Проблема информатизации общества находится сегодня на новом этапе своего развития, главное содержание которого состоит в том, что приоритетными становятся не инструментальные, а содержательные задачи информатизации. Именно они должны быть сегодня в центре внимания специалистов сферы информации, так как от их решения во многом зависит качество информации, социальная значимость которой быстро возрастает.
2. Информатизация общества является необходимым условием для решения важнейших проблем информационного процесса - его фундаментализации, повышения доступности для широких масс населения, придания информации опережающего характера с целью своевременной подготовки людей к условиям жизни и деятельности в новой информационной среде обитания. Поэтому информационная поддержка процесса информатиза-

ции со стороны СМИ должна рассматриваться сегодня как стратегически важное направление его развития.

3. Сегодня необходима новая Концепция информатизации общества России, которая отражала бы современное понимание этой стратегически важной для развития нашей страны проблемы в новых условиях существования человечества в XXI-м веке.

### **Список использованной литературы**

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Пер. с англ. – М.: Academia, 1999. – 956 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
3. Колин К.К. Социальная информатика - научная база постиндустриального общества /Социальная информатика. - М., 1994. - С. 5.
4. Колин К.К. Информационные ресурсы в системе опережающего образования //Информационные ресурсы в России. – 1997. - № 5.
5. Концепция формирования Информационного общества в России / <http://www.iis.ru/library/riss/riss.ru.html>.
6. Кураков Л.П., Лебедев Е.К. Новые информационные технологии. – Чебоксары: Изд-во Чувашск. ун-та, 2000. – 486 с.
7. Мелюхин И.С. - Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. - М.: Изд-во Московского университета, 1999. – 208 с.
8. Першиков В.И., Савинков В.М. Толковый словарь по информатике. – 2-е изд., доп. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 544 с.
9. Юзвешин И.И. Основы информатиологии. Учебник. 3-е изд. испр. и доп. – М.: Издательство «Высшая школа», 2001. – 600 с.

# **Быкова С.М. УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМА ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ - ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИ- ЦАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

**(Оренбургский государственный университет)**

Современное информационное общество, раскрывая свои потенциальные возможности, вносит качественные изменения во взаимоотношения между людьми, в отношении к средствам массовой информации.

В свое время конвейеризация промышленного производства буквально совершила промышленную революцию. Также и информация в современном обществе вызвала бум в сознании человека, раскрыв перед ним безграничные возможности информационных потоков, воздействующих на людей.

Сегодня информационные потоки становятся необходимым элементом социальной, политической и экономической жизни общества. Возникает необходимость осознания значимости нововведений, а со стороны личности – готовности адаптации к ним. Современное общество в большей степени зависимо от информации, поступающей из газет, радио, телевидения, Интернета. Время, которое оно тратит на это общение, безгранично увеличивается.

Человек имеет принципиальную, объективную возможность разнообразить свою культурную, информационную, потребительскую, социальную деятельность. Предметы потребления становятся частью социального положения, статуса, бытия, сущности индивидуума.

Первоначально информация осваивалась индивидуумом на ранней стадии социализации общества с помощью традиционных типов общения и составляла своеобразное ядро структуры личности: убеждения, установки, ценностные ориентации. В дальнейшем устойчивую ориентацию человека в обществе создает фундаментальная информация, приобщающая личность к профессии, науке, искусству. Такая информация поступала к индивидууму преимущественно по специальным каналам информатизации.

Сегодня информационное общество имеет в качестве существенной характеристики прежде всего такой показатель, как занятость основной массы населения в информационных сферах деятельности.

Информационное общество, в котором большая часть работающего населения занята в области производства, обработки, управления и обмена информацией, встает перед необходимостью создания так называемых «информационных магистралей». А информационная доступность приводит к изменению экономической структуры индустриального и обслуживающего общества в структуру общества информационного. Следовательно, увеличение объема информации в современном обществе есть положительный аспект. Как бы это банально ни звучало, но владеющей информацией владеет миром. Это отражает ценность информации в глобальном взаимозависимом мире. Современный мир отличается глобальными масштабами информационных потоков, поступающих

на человека со всех сторон. Главная задача индивидуума - научиться ею пользоваться, научиться выбирать нужную.

Человек постоянно находится под влиянием той или иной информации. Радио, телевидение, Интернет, телефон – все это стало неотъемлемой частью нашей жизни. Мы испытываем давление окружающей нас информации. И чтобы не произошло зомбирование его сознания, человек твердо должен знать чего он хочет, ясно очерчивать горизонты своих возможностей. Ведь так часто происходит, когда человек стремится ко всему, хочет познать все, а в итоге – время ушло безвозвратно. Просто человек вовремя не понял, чего же он хочет на самом деле.

Получение информации в современном мире играет основополагающую роль, о чем упоминалось выше. Главное - не потеряться в потоке ненужной информации. Это основной, отрицательный аспект информационного общества. Слишком много лишних данных, дублирующих источников, довольно слабая цензура. В подобных условиях отдельно взятый человек плохо ориентируется и зачастую воспринимает совсем не то, что ему необходимо, так как воспринимать все невозможно.

Так глобальные интернетовские сети, телевидение с огромным объемом информации подменяют многим людям классические формы общения и классические источники информации. Постепенно меняется сознание людей и, как это не парадоксально звучит, большой поток информации не всегда способствует развитию личности – может наблюдаться обратный процесс. В той или иной ситуации, в зависимости от контекста: информации больше не значит лучше.

Считается, что в современных условиях необходимо осуществлять:

- более избирательный подход к усвоению информации;
- упорядочение ее потоков;
- наличие более жесткой цензуры, особенно в прессе, рекламе, Интернете;
- различный подход к информированию не только разных социальных, но и возрастных групп.

Дальнейшее развитие и углубление процессов информационного обмена – обусловленное и неизбежное явление. Просто люди должны быть к этому готовы и подходить к восприятию разного рода информации более рационально.

Разногласие состоит в выделении из общей массы информационных потоков нужной для человека информации, которая затрагивает не только его деловую сферу деятельности, но и ту, которая способна воздействовать на духовную культуру человека. Современный человек не является «роботом», а должен оставаться человеком, т.е. обладать исконно человеческими качествами: человеколюбием, взаимопониманием, состраданием, взаимоуважением.

В современном мире человек получает информацию из разных коммуникативных систем (Интернет, телевидение, СМИ), но помимо них никто не отменял классические коммуникативные системы (театры, музеи и т.д.).

Классические формы коммуникативных систем конечно не обладают значительной скоростью, быстротой получения информации, они относятся к си-

стемам прямого воздействия на человека, т.е. общение с картиной художника, с группой актеров и т.д.

В результате данного общения человек не только узнает историю своего общества, но и учится сопереживать, видеть прекрасное и преодолевать жизненные трудности. Особенностью данного общения, как упоминалось выше, является прямое общение. Живя в XXI веке мы стараемся экономить время и силы на получение информации, подчас отказываясь от живого человеческого общения, конечно легче позвонить по телефону, отправить SMS-сообщение, чем прийти в гости. Большой объем получаемой информации способствует формированию у человека отчуждения к некоторым информационным потокам. Человек стремится закрыться от излишне полученной информации. Но помимо этого он закрывается и от живого человеческого общения.

Многие согласятся, что Интернет – незаменимая деталь в нашей жизни, это очень хороший помощник во всем, но заикливаться и уходить в его «бездну» наша первая и главная ошибка. Чувство меры, знание той золотой середины не хватает практически каждому из нас. Порою мы забываем о простом человеческом общении. Ведь каждый человек нуждается в душевной поддержке. Глобальное развитие общества, его тенденции к лучшему, новому – это конечно, потрясающе. Но выше всего этого человек должен ценить умение общаться, разговаривать, иначе каждый превратится в робота, который будет действовать автоматически, что приведет к полной деградации общества. А разве к этому стремиться современное общество? Поэтому, воспринимая все коммуникативные системы, навыки нельзя забывать о человеке, как о личности, индивидуальности. Необходимо избегать жесткости, безразличия, корысти, бессердечности, эгоизма.

Ведь человек - это действительно звучит гордо!

Нам иногда кажется, что мы теряем что-то очень важное, какой-то стержень, что мы все более глубже погружаемся в мир новых техник и технологий, забывая о семье, о своей душе, о ценностях, на которых мы воспитывались. Ведь сегодня перед нами стоит огромная задача не только сохранить тот душевный потенциал, который был заложен в нас нашими предками, но и передать его будущему поколению.

Поэтому, прежде чем способствовать увеличению объема информации в современном обществе необходимо проводить анализ положительных и отрицательных аспектов этого процесса.

### **Литература:**

1. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. Питер, 2004.- 397с.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент в управлении. М.: Гардарики.- 1996.- 416с.
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения: Учебное пособие. М.: ИНФРА.- 1999.- 224с.
4. Королько В.Г. Основы Паблик Рилейшнз. М.:Рефл-бук, 2002.- 528с.
5. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. Учебное пособие. СПб. Знание ИВЭСЭП, 2001.- 496с.

# Гильмиярова А.С. РОЛЬ И МАСШТАБ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ PR В КОНТЕКСТЕ ВНУТРЕННИХ КОМУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

(Башкирская академия государственной службы и управления при Президенте РБ)

В течение долгого времени внутренние коммуникации в организации рассматривались как "приемыш" PR, но сейчас все изменилось - отделы PR и корпоративных коммуникаций в организациях поняли, что не следует отказываться от старой, но никем не отмененной поговорки: "Хороший PR начинается дома". Существует целый ряд причин, чтобы рассматривать внутренние коммуникации как важнейшую задачу PR. В то время как в более широком контексте PR обеспечивает возможность для создания менее конфликтного общества, более ориентированного на всеобщее согласие, внутренние коммуникации являются средством создания более демократичной организации, ориентированной на достижение гармонии. С этой точки зрения внутренние коммуникации тесно связаны с понятием человеческих отношений. Основная идея заключается в том, что сотрудники только тогда могут работать с полной отдачей, когда участвуют в жизни организации, а почувствовать свою причастность к делам организации они смогут, только обладая полной информацией, то есть полным пониманием целей и задач организации каждым ее служащим. Необходимо также, чтобы каждый служащий понимал, как его действия вписываются в стратегию организации и каким именно образом он вносит вклад в достижение организационных целей и задач.

Другим полезным аспектом рассматриваемой проблемы является важность коммуникаций для управленческого стиля, которого придерживаются лидеры организации. Например, сопричастный стиль руководства подразумевает использование идей и предложений сотрудников в процессе принятия решений, а также обратную связь, то есть информирование этих служащих по результатам принятых решений. Персонал, который имеет возможность принимать участие в решении общеорганизационных вопросов, видит, что к мнениям прислушиваются, более мотивирован и эффективен в выполняемой работе.

Обратная связь важна не только с точки зрения мотивации служащих и производственных отношений. Она может быть полезна и при оценке взаимоотношений с другими группами общественности. Например, такие группы служащих, как сотрудники отделов продаж и персонал по работе с клиентами, находятся непосредственно на переднем крае взаимодействия и наблюдают реакцию клиентов. Они выслушивают их жалобы, пожелания, рекомендации, мнения, которые могут быть полезным эмпирическим материалом для подразделений, в чьи обязанности входит систематический анализ взаимоотношений с клиентом. Этот пример показывает, что сотрудники могут стать надежным источником информации, если в организации предусмотрены эффективные каналы обратной связи, передающие наверх мнения и наблюдения сотрудников.

Одна из важных причин отнесения внутренних коммуникаций к задачам PR состоит в том, что сотрудники в организации часто находятся в тесном контакте с представителями общественных групп, имеющих особое значение для организации. В зависимости от сложившегося у них впечатления об организации они (представители) распространяют положительную или негативную информацию об организации другим важнейшим группам (членам местной общины, политикам, финансовым спонсорам).

Коммуникации имеют особо важное значение для организаций и осуществляются на всех ее уровнях и во всех подразделениях. Задачи PR - разрабатывать и устанавливать внутри организации управляемые коммуникационные структуры, что позволит им стать эффективными. Эффективные коммуникации признают важность не только внешних, но и внутренних коммуникаций, их тесную взаимосвязь и возникающую вследствие этого необходимость в последовательных ясных сообщениях, распространяемых по сетям коммуникаций. Иными словами, PR должен гарантировать невозможность появления противоречивых сообщений, обращенных к разным группам общественности, имеющим важность для организации.

Для того чтобы PR мог успешно выполнять эту задачу, необходимы систематические исследования, нацеленные на оценку действий в рамках внутренних коммуникаций и выработку рекомендаций по их совершенствованию. Иными словами, следует разработать целую стратегию внутренних коммуникаций.

Хорошая коммуникационная стратегия должна быть тесно связана с общей стратегией бизнеса организации, поскольку цели и задачи бизнес-стратегии составляет основы, внешние рамки организации. Бизнес-стратегия дает ответы на такие вопросы, как основные ценности организации, ее ставки, ее будущее. Чтобы эффективно поддерживать задачи бизнеса, коммуникационная стратегия должна разрабатываться в тесном сотрудничестве с высшим руководством организации.

Следовательно, независимо от уровня сложности системы внутренних коммуникаций, PR не может управлять ими самостоятельно. В связи с этим следует отметить один аспект: каждый сотрудник организации участвует в коммуникациях и каждый должен передавать свою информацию и сообщения другим частям организации. Внутренние коммуникации представляют собой объединенные усилия различных частей организации. В области коммуникаций имеются также задачи для специалистов, выполнение которых требует участия других подразделений, например, отдела кадров, отдела маркетинга и т.д.

Комплексная задача внутренних коммуникаций требует специального подхода со стороны специалиста-профессионала, который может управлять различными коммуникационными действиями, осуществляемыми в пределах организации. Роль PR-отдела в этих объединенных усилиях определяется как роль координатора.

Так как PR - относительно новая профессия, практики стремятся сделать упор, прежде всего на технологии, а не на стратегии, в этой области еще не на-

коплен достаточный опыт исследования внутренних коммуникаций организации и аудита.

Таким образом, коммуникации в организации должны быть гибкими и многомерными, но при этом неординарованными. Они должны быть напрямую связаны с бизнес-стратегией; к разработке коммуникационной стратегии должны быть привлечены специалисты из разных частей организации. Роль PR может рассматриваться как координирующая совместные усилия представителей различных подразделений. Для выполнения своей роли PR должен утвердить стратегический подход, основанный на результатах проводимых систематических исследований.

# Горбатовская П. В. ВЛИЯНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА СОВРЕМЕННУЮ МОЛОДЕЖЬ

(Оренбургский государственный университет)

Современное информационное общество представляет собой особый тип и социального структурирования, и власти. После индустриального капитализма, основанного на владении средствами производства, после финансового капитализма, опирающегося на власть денег, наступает этап некоего символического информационного капитализма, в котором власть основана и осуществляется через средства коммуникации путем управления информационными потоками.<sup>1</sup> Средства коммуникации, оперирующие, трансформирующие, дозирующие информацию, становятся главным инструментом влияния в современном обществе. Для повышения эффективности осуществления властных стратегий используются самые современные информационные технологии, которые помогают превратить публику в объект манипулирования. Человек, упрощенный, усредненный, повышено внушаемый, становится этим искомым объектом. Сознание такого человека оказывается насквозь структурировано немногими, но настойчиво внедряемыми в него утверждениями, которые, бесконечно транслируясь средствами информации.

Ранее, на всем протяжении истории, главным источником подавления людей служили физические методы воздействия - от изощренных пыток инквизиции до современных средств массового уничтожения. Сейчас, после разгрома СССР в информационно-психологической войне, стало ясно, что появилось новое средство господства над людьми.

В современном информационном обществе появилось могучее средство реализации приемов и методов информационно-психологической войны - средства массовой информации. Человек в наше время живет в информационном поле. Он получает самую свежую информацию со всех концов планеты, но только ту, которую предоставляют СМИ. Любой деятель только тогда существует для масс, если он подается в СМИ. Для получения заданного эффекта используется координированная целенаправленная организация информации. Весьма образно о воздействии СМИ сказал основатель общества Кришны: «Теперь ни для кого не секрет, что с помощью средств массовой информации можно с невиданным мастерством создавать завесу обмана и иллюзии, так что никто не сможет отличить истину от лжи, реальность от подделки».<sup>2</sup>

Люди живут в информационном поле и ежедневно черпают информацию из прессы, радиопередач, с экранов телевизоров, Интернета. Находясь часто в мире оторванных от реальности символов, они могут идти даже против своих собственных интересов. Реальность может отходить на второй план, играть подчиненную роль. В этом смысле человек не является свободным, тем более,

<sup>1</sup> Голубев Н.В. Виртуализация коммуникаций и ее влияние на современную молодежь. НБ РГГУ liber.rsuh.ru

<sup>2</sup> Леонтьев А.А. Психология общения. М.: Смысл, 1997.

что отработан ряд способов эффективного информационного воздействия. Для них существует термин «Brainwashing» - промывание мозгов. С его помощью может осуществляться зомбирование людей, создание пассивного послушного человека, превращение народа в легко управляемую массу.

Средства массовой коммуникации формируют «массового» человека нашего времени. В то же время они разобщают людей, вытесняют традиционные непосредственные контакты, заменяя их телевидением и компьютерами. Одновременное распространение противоречивых взаимоисключающих суждений затрудняет адекватную ориентацию, порождает безразличие и апатию, провоцирует нескритичность, возникает социальная дезориентация; большее впечатление производит не аргументированный анализ, а энергичное, уверенное, пусть и бездоказательное, утверждение. Восприятие формируется не книжной, как раньше, а экранной, виртуальной культурой. На этом фоне отмечается снижение способности к концентрации. «Массовый» человек импульсивен, переменчив, способен лишь к относительно краткосрочным программам действия. Он часто предпочитает иллюзии действительности.<sup>3</sup>

Особенно сильно это сказывается на современной молодежи. В информационном поле молодые люди все чаще погружаются в виртуальные коммуникации, отрываясь от действительности, поэтому одной из наиболее актуальных социальных проблем молодежи в настоящее время является виртуализация общества. Этот глобальный процесс, захватывающий все большее и большее количество людей, не может являться всего лишь последствием технического прогресса - развития компьютерных технологий и компьютерных сетей.

Информационный взрыв и появление множества вариантов выбора обусловлены быстрым техническим прогрессом. Совершенствуются способы сбора, хранения, обработки и передачи информации. Согласно весьма обоснованной точке зрения, информационный взрыв обусловлен, прежде всего, многократным воспроизведением и повторением уже известных сведений и истин, а не увеличением количества новых знаний. Это обстоятельство, однако, не помогает разрешить психологическую проблему ориентации в этом потоке информации. Сначала информационный бум захватил лишь крупные организации — правительственные агентства и солидные корпорации. Глава компании Citicorp Уолтер Ристон, выступая на одной из конференций, как-то сказал: "Созданная нами всемирная база данных позволяет немедленно передать любое сообщение в любую точку планеты". Благодаря развитию телекоммуникаций и компьютерных технологий доступ к огромным объемам информации получили отдельные граждане. Современные же кабельные и спутниковые телевизионные системы обеспечивают поступление самой свежей информации в дома обычных людей.

Рассмотрим такую коммуникативную составляющую информационного мира как Интернет-коммуникация. Прежде всего, динамика распространения Интернет-коммуникации и, соответственно, повышения ее "удельного веса" в процессах коммуникации в целом не имеет аналогов.<sup>4</sup> Большинство репрезента-

<sup>3</sup> Голубев Н.В. Виртуализация коммуникаций и ее влияние на современную молодежь. НБ РГГУ liber.rsuh.ru

<sup>4</sup> Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. М., 2001.

тивных опросов пользователей компьютерных сетей проводится сегодня американскими исследовательскими организациями. Согласно их данным, во всем мире число пользователей Интернета возросло с 142 млн. чел. в 1998 году до 602 млн. к 2004 году.<sup>5</sup>

Что касается развития русскоязычного сектора Интернета, то, при всей скромности абсолютного числа его пользователей (3,5 млн. человек к концу 2003 г.), по ряду независимых оценок темпы его динамики в целом соотносимы с мировыми. Так, по данным РОЦИТ и Monitoring.ru, "емкость" Рунета в глобальной Паутине соизмерима со среднемировыми значениями; справочный аппарат Рунета по ряду параметров обгоняет западные аналоги – во многом это связано с максимальной востребованностью в нем информационных ресурсов, посвященных науке и образованию.<sup>5</sup>

Таким образом, Интернет-коммуникация является наиболее заметным объектом среди новых информационных технологий, – прежде всего в силу своего глобального характера и темпов развития, что, в свою очередь, позволяет говорить обо все увеличивающемся влиянии данного вида виртуальной коммуникации на общество, а особенно на молодежь – как самого активного ее потребителя.

В условиях все возрастающего числа молодежи, активно пользующейся Интернетом, и уровня их погруженности в виртуальную реальность проступают отличительные черты, характерные только для данного вида коммуникации. Придерживаясь концепции «виртуального сообщества» предложенного Рейнгольдом, можно говорить о том, что Интернет-пространство представляет собой определенное образование с собственной субкультурой. Рейнгольд описывает виртуальные сообщества как «паутину личных отношений в киберпространстве».<sup>6</sup> Возможности «виртуального сообщества» довольно широки, оно предлагает уничтожение временных и пространственных границ, и получается, что Интернет дает рождение новым видам «сообщества», основанным не на личных взаимоотношениях, а на основе регулярного обмена информацией путем различных виртуальных способов – в чатах, на фэнсайтах или в коммуникации один на один через e-mail.

Одной из характерных особенностей субкультуры виртуальной коммуникации выступает формирование жаргонного подбоя языка для внутригруппового пользования, внутригрупповые традиции и ритуалы общения. Например, из-за того, что немногие из них умеют быстро и правильно писать, опечатки и даже очень грубые ошибки в словах при виртуальном (текстовом) общении воспринимаются как нечто должное и не требующее порицания. Новичок, достаточно грамотный, при вхождении в данную социальную среду, быстро утрачивает уважение к контролю над письменной речью, приучается к безграмотности. Отмечается, что и в реальной жизни грамотность людей, активно участвующих в виртуальной коммуникации, снижается, поскольку они, вращаясь в

---

<sup>5</sup> Голубев Н.В. Виртуализация коммуникаций и ее влияние на современную молодежь. НБ РГГУ [liber.rsuh.ru](http://liber.rsuh.ru)

<sup>6</sup> Пипенко М.А. Особенности репрезентации субкультурных идентичностей в Интернете

море поощряемой безграмотности, в буквальном смысле забывают, как правильно писать слова.

Другой отличительной чертой виртуальной коммуникации является аддикция, или зависимость к средствам компьютерной коммуникации. Попытаемся раскрыть причины зависимости, то есть осветить привлекательные стороны в виртуальном общении. На что хотелось бы обратить внимание – это полное отсутствие традиционной социальной дифференциации в средствах виртуальных коммуникаций. Изначально, судя лишь по никнейму (кличке, применяемой участниками виртуального общения), невозможно сказать, кто находится перед тобой - сорокалетний кандидат наук или школьник двенадцати лет. Отсюда следует одна из ролевых частей виртуального общения - каждый человек придумывает себе личность, с которой отождествляет свой никнейм, строит свою личность, моделирует ее поведение, вживается в образ.

Но хорошо ли, что отсутствует принятая в традиционной коммуникативной среде разница в возрасте, национальности, социальном статусе? Кажется, хорошо - полное равноправие, каждый может показать себя в меру способностей. Но есть в этом и отрицательные стороны, как-то: изначальное отсутствие уважения в средствах электронных коммуникаций - очень часто новеньких обругивают, не разбираясь - достойный человек или нет. Вторая проблема социального псевдоравноправия в чатах - гегемония более сведущих в компьютерах пользователей над менее понимающими. Это выражается опять же в грубейших формах общения, оскорблениях несведущего человека. Если же он решится ответить, то, используя уязвимости безопасности его компьютере, более опытные пользователи самовольно отключат человека от канала общения или даже произведут деструктивные действия по отношению к операционной системе его компьютера.

Чатеры объединяются в определенные сообщества, во многом с целью ухода от социальной реальности и найти поддержку более влиятельных членов виртуального сообщества, которые не дадут в обиду «своего», не разбираясь особенно, кто прав, кто виноват в конфликтной ситуации. Таким образом, изначальное сетевое равенство размывается достаточно быстро, незаметно сменяясь жесткой упорядоченностью в рамках микрогруппы - появляются различные уставы – «полиси», традиции, неписанные правила, за соблюдением которых следит лидер данной микрогруппы - модератор форума, хозяин комнаты в чате и т.д.

Многие из обитающих в виртуальности «старожилов», с точки зрения психологов – люди, которые не смогли найти себе собеседников, друзей или подруг в реальной жизни, а в чате данный дефект компенсируется. Заметьте, что многие известные хакеры, даже знаменитый К. Митник, - люди с не сложившейся личной жизнью, или страдающие дефектами, затрудняющими реальный коммуникативный процесс - фобии, стеснительность, заикание и т.д.<sup>7</sup>

Помимо рассмотренной, есть еще несколько категорий людей, общающихся в чате и форумах, но их немного: специалисты в области компьютерной

---

<sup>7</sup> [www.cyberinfo.ru](http://www.cyberinfo.ru)

техники, которым приходится быстро решать возникающие вопросы; люди, имеющие компьютеры и выход в сеть на работе, и общающиеся между собой в перерывы, из-за нехватки времени на реальные контакты. Среди этих категорий большинство людей - взрослые работающие, просто временно отдыхающие в потоке информации, "выливающейся" с экранов мониторов.

Проблема людей, не входящих в выделенную мной категорию интеллектуальной элиты, заключается в том, что их маски влияют на них, еще сильнее отрывая от общества и, между прочим, заставляя платить все большие счета за Интернет. Особенно остро эта проблема стоит у пользователей, которые еще не обеспечивают себя самостоятельно и зависят от родителей. На этой почве возникают семейные конфликты, когда родители в виде наказания блокируют своему ребенку доступ в сеть. Это серьезное психологическое наказание, ведь будучи в сети, в придуманной маске, чатер мнит себя сильным, уверенным, легко общается со взрослыми девушками, а в реальной жизни это прыщавый робкий юнец шестнадцати лет, который заикается и слова сказать не может нормально. Интересно, что многие такие пользователи под разными предлогами избегают встреч в реальности, сохраняя за собой имидж загадочной и занятой персоны, а в действительности просто боящихся разрушения своего искусственного виртуального авторитета.

Вообще виртуальная коммуникация Интернета сейчас очень похожа на человечество в начале своего развития - кланы, сообщества, племена. Все это очень привлекает молодежь, завораживает своей кажущейся свободой и вседозволенностью. Но все ли идет хорошо? Не лишает ли виртуальность многих радостей жизни, размывая социум, безжалостно вырывая из его рядов активных индивидов и превращая их в совершенно беспомощных, нежизнеспособных созданий? И такой человек старается как можно меньше времени проводить вне своего сетевого социального микроклимата, что налагает определенные черты на психику.

Интернет – это новый, ещё недостаточно исследованный вид коммуникации. Выделив некоторые черты виртуальной реальности, мы тем самым обозначили лишь часть возможных проблем, которые требуют дальнейшего изучения и глубокой научной разработки.

# Долгополова Н.Ф. КОММУНИКАЦИИ В РАЗВИТИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(Оренбургский государственный университет)

Принимая во внимание информационно-коммуникационную особенность нашего времени, определение качественных и количественных показателей, взаимодействующих компонентов в системе ЧЕЛОВЕК – ТЕХНОЛОГИЯ – КОММУНИКАЦИЯ может послужить предпосылкой поиска новых методов, направленных на решение задач информационно-коммуникационного общества.

Отдавая предпочтение социальным технологиям, следует отметить их основную функцию. Они не превращают человека в придаток человеко-машинных систем, а создают дополнительные возможности для развития его творческого потенциала и служат средством познания действительности. Исходными принципами социальной технологии являются гуманизация, инновация, взаимодействие, культуросообразность.

Концепция Паблик рилейшнз заключается в интеграции технологической и интеллектуальной составляющих, которые проявляются в синтезе культур и сужении разрыва между техническим и гуманитарным знанием.

Коммуникация, обеспечивающая адаптацию будущих выпускников университета к проведению инновационной деятельности, приобретает ценностную значимость. Истинные функции образования заключаются в развитии человека новой ориентации, владеющего языком эффективного социального взаимодействия. Именно коммуникация способна сохранить человека во внутренней и внешней гармонии со средой обитания.

Существенно, прежде всего, что коммуникация есть не просто действие, но именно **взаимодействие**, поскольку она осуществляется между двумя или более субъектами, каждый из которых является носителем активности и предполагает ее в своих партнерах. Цивилизация не может нормально развиваться без твердых принципов взаимодействия в социуме. Решать эту проблему необходимо, начиная с определения системы ценностей личности и общества.

Гуманитарная составляющая технологии Паблик рилейшнз включает развитие этической, эстетической, эмоциональной, языковой и речевой культуры личности. Ценностный аспект коммуникации ориентирует личность на диалог в совместной деятельности. Современные компьютерные технологии имеют супер важное значение как средство передачи информации, но взаимодействию характерно отражение общечеловеческих ценностей, присущих культуре отдельно взятого народа и личности. Диалектика возвышения потребностей, освоение профессиональной деятельности, ориентация на социально значимые ценности представляется как процесс преобразования личности на уровне интеграции знаний и развития умений.

Эффективность коммуникации заключается в умении понимать и адекватно оценивать себя и других, устанавливая связи и строить взаимоотноше

ния в микро- и макросреде, уметь взаимодействовать на основе полной информированности, открытости и правдивости. Усиление культуросообразных принципов в области Паблик рилейшнз является основой саморазвития, самоопределения и самореализации личности.

Паблик рилейшнз основывается на коммуникативно-ценностных отношениях в различных социальных системах, на теории формирования межличностных и общественных отношений как фактора развития индивидуума, когда взаимопонимание и диалог зарождаются в ходе взаимодействия. Расширение границ познаваемого выступает как возможность достижения пика реализации целей и рождения новых мотивов. Внутренние движущие силы цикличности процесса взаимодействия лежат в двойственных связях субъекта: личностной и общественной. Паблик рилейшнз соединяет эти два начала, наполняя ценностные ориентации новым содержанием и преобразуя личность на основе закономерностей жизнедеятельности.

Инновационная деятельность проявляется в возвышении личности к ценностям нового уровня, образуя систему ценностей будущего специалиста с конкретным содержанием. Целеполагание, координация, анализ эволюционируют динамику ценностного освоения действительности.

Паблик рилейшнз дает возможность расширить границы деятельности, осуществить взаимодействие во взаимозависимом мире. Паблик рилейшнз как самостоятельная функция заключается в организации и поддержании общественных связей, основой которых является коммуникация. Таким образом, субъекты социально-экономической жизни общества строят свои отношения посредством форм, методов и средств Паблик рилейшнз.

Главной целью Паблик рилейшнз является достижение и сохранение состояния понимания и доверия, а понимание и доверие, в свою очередь, становятся базой для достижения согласованности в действиях.

Следует отметить, что данное явление нельзя понимать в узком смысле как непременно достижение экономических результатов. Это понятие охватывает все области информационного и социокультурного взаимодействия. Моделирование, прогнозирование и управление взаимодействием дает возможность заявить о себе, узнать о других, обогатить друг друга многообразием общечеловеческих ценностей.

Ориентация личности на ценности взаимодействия в социуме делает человека дееспособным субъектом. Активность личности и ее целеустремленность являются движущими силами возвышения к новым целям и ориентирам. Коммуникация может быть реализована на основе следующих принципов.

**Ценностно-ориентационный принцип** в области Паблик рилейшнз основан на понятиях правдивости, информированности, сотрудничестве и составляет ее ценностное ядро. Совместная деятельность проявляется в гибких и богатых связях во всех их вариациях и трансформациях. Многообразие форм и полифункциональность коммуникации несет в себе ценностный характер явления как социального, так и индивидуального.

**Принцип совместимости коммуникационных систем** основывается на совместимости языковых, информационных, коммуникационных систем.

Язык органически связан с коммуникацией. Роль языка как средства присвоения ценностей возрастает в познании действительности. Глубинные концептуальные конструкции – знания, модели мира создаются с помощью универсальной системы языка. Передача информации во времени и пространстве становится естественной целью включения в реальный мир жизнедеятельности.

**Принцип оптимальной информации** концентрирует взаимодействие на главных аспектах коммуникации. Трудно представить какой-либо вид деятельности без получения и генерации информации. По определению Н.Винера информацией является мера неопределенности, снимаемая в результате опыта. Информация позволяет уточнить, подтвердить или опровергнуть наши представления о субъекте или объекте.

**Принцип интеркультурной адаптации** как важнейший фактор человеческого существования за пределами этносоциума создает условия реализации мыслей, чувств, опыта образуя новую иерархию ценностей. Овладение ценностями интеркультурного значения и развитие на их основе технологий, адаптирует личность к новым условиям. Внешняя среда создает ситуацию поиска как условие развития личности..

**Принцип коммуникационной активности** обращает нас к осмыслению процесса взаимовлияния, использованию инновационных форм и методов управления коммуникационным процессом. В контексте обозначенной проблемы следует учитывать факторы, способствующие развитию этого процесса и тормозящие его осуществление. Расхождение ценностных основ может явиться причиной коммуникационной пассивности и ограниченности.

Итак, коммуникация в развитии Паблик рилейшнз приобретает новое значение и ориентирует личность на познание сложных проблем взаимодействия в условиях гражданского общества.

# Долгополова Н.Ф. РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ УМЕНИЙ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

(Оренбургский государственный университет)

Обучение будущих специалистов по связям с общественностью не может быть успешным, если оно не развивает определенную совокупность умений. Ученые выделяют общие учебные и специфические умения. Учебные умения классифицируются по характеру деятельности: познавательные, практические, организационные, оценочные, рефлексивные. Специфические умения используются при решении широкого круга задач на междисциплинарном уровне и в профессиональной деятельности. Они развиваются при определенных условиях и специальной технологией обучения.

В работах психолого-педагогического характера рассматриваются теоретические основы формирования умений, обладающих свойствами широкого переноса действий на межпредметной основе. Основной задачей процесса обучения является развитие умений более высокого уровня, к которому относятся коммуникативные умения. Ученые С.Л. Рубинштейн, А.Н. Леонтьев считали, что теория деятельности является приоритетной в развитии умений, а также ученые П.Я. Гальперин, Н.Ф. Талызина разработали основные типы ориентировки овладения умениями на разных этапах обучения. Ориентировочная основа развития умений является важнейшей частью определения психологического механизма формирования умений. Различают три типа ориентировочной основы действия.

Развитие умений достигается при соблюдении следующих принципов: доступности, постепенности, систематичности, взаимосвязи, преемственности, творческой активности, дифференциации и др. Основными критериями определения сформированности умений у студентов являются: полнота выполнения действий; рациональная последовательность их выполнения; степень осознанности выполнения действий в целом. Инновационные виды деятельности требуют развития умений адекватных характеру деятельности.

Все подходы к сущности умений взаимосвязаны: умение формируется в деятельности и определяется ее объективно-субъективными специфическими особенностями. Умение проявляется в готовности к практическим действиям, выполняемым сознательно на основе приобретенных знаний и отношений.

Для вычленения совокупности коммуникативных умений обратимся к личности менеджера, характеру его деятельности и функциям специалиста по связям с общественностью. Паблик рилейшнз как инновационная деятельность прежде всего основывается на умениях выполнять следующие действия:

- умение взаимодействовать со средствами массовой информации и представлять комплексные информационные материалы, пресс-релизы; следить за сообщениями печати, радио и телевидения, оценивать результаты, выступать с

опровержениями;

- умение осуществлять связь с прессой и обеспечивать непрерывный поток новостей, исходящих от организации. Помещение статей - весьма эффективный способ привлечь внимание общественности к предприятию и его деятельности. Все редакторы заинтересованы в том, чтобы получить предложение напечатать статью, и, если идея статьи им понравится, они попросят или прислать статью, или предоставить журналисту возможность получить материалы, необходимые для ее написания. Наиболее распространенным способом подачи информации в прессе является информационное сообщение или пресс-релиз;

- умение участвовать в пресс-конференциях как способе взаимодействия со средствами массовой информации, которые проводятся обычно в тех случаях, когда необходимо продемонстрировать какие-либо нововведения или подчеркнуть актуальность темы, пресс-конференции дают также возможность распространения важной информации и формирования общественного мнения;

- умение создать фирменный стиль и имидж организации с использованием печатной продукции, деловых писем и прочих печатных материалов, играющие значительную роль при формировании собственного стиля;

- умение использовать иллюстративные материалы прежде всего фотографии, которые создает впечатление достоверности и имеет визуальности, которыми не обладает печатный текст и часто используются для оформления отчетов, рекламных проспектов, газетных репортажей;

- умение выступать, вести беседу - диалог (устная речь служит древнейшим средством общения между людьми и, несмотря на конкуренцию со стороны письменной, остается в настоящее время мощнейшим способом поддержания связей с общественностью);

- умение рекламировать и представлять свою организацию (реклама является составной частью Паблик рилейшнз), что оказывает влияние создание известности организации в обществе. В современном мире недостаточно произвести хороший товар, даже качественный товар или образовательная услуга может не найти потребителя, если не проводить целенаправленную коммуникационную программу;

- умение вести телефонные разговоры становится важным условием формирования первого впечатления об организации, ведение телефонных разговоров отражает позитивный имидж и распространяется на всех работников организации.

Имидж (образ) создается, прежде всего, совокупностью компонентов, используемых как личностные, так и надличностные механизмы. Создание имиджа фирмы включают подбор, подготовку и мотивацию кадров, управление системой связей с общественностью, размещение рекламы, проведение выставок, ярмарок, конференций, "круглых столов" и т.д.

Каждая фирма, ассоциация и корпорация стремится выработать механизм, с помощью которого будет информировать общественность о формах своей деятельности, о своих целях, намерениях, идеалах и потенциале. Деловое общение как вид управленческой коммуникации трансформируется на партнеров и конкурентов, на потребителей и поставщиков.

Личностные качества лидеров, сплотивших вокруг себя сподвижников, придают своеобразие организации, эмоциональный тонус, корпоративную культуру. Определенная шкала ценностей, разделяемых членами группы, формирует имидж фирмы как по каналам внутрифирменных коммуникаций, так и программами Паблик рилейшнз. Жизненно важные ценности определяют стиль работы организации.

Фирменный стиль создает культурно созидающие принципы в миссии организации, в формулировке ее целей и задач. Фирменный стиль повышает конкурентоспособность, адаптивность и эффективность взаимодействия. Этический и эстетический потенциал в разработке фирменного стиля отражает ценности личности и общества. Жизненно важные ценности организации наглядно просматриваются в программах формирования фирменного стиля, публикациях, выступлениях, манифестах и кодексах чести. К средствам, формирующим фирменный стиль, относятся организационные, внутрифирменные и общественные мероприятия, поддерживающие морально-этические, технологические и социокультурные ценности. Чувство общности и причастности к совместному делу служит основой созидания фирменного стиля организации

У специалистов в области Паблик рилейшнз, как впрочем и у работников любой другой профессии, существует свой кодекс профессионального поведения. Наряду с такими качествами, как личная и профессиональная честность, он устанавливает нормы поведения в отношении со средствами массовой информации в проведении коммуникационных программ. Для вычленения совокупности коммуникативных умений специалиста по связям с общественностью выделим группу отличительных характеристик в инновационной деятельности Паблик рилейшнз:

- способность к аналитической работе; ясное и стратегически направленное мышление;
- способность профессионально осуществлять и оценивать результаты коммуникационной активности;
- способность и открытость к общению;
- способность отражать цели предприятия в связях с общественностью;
- способность оценивать тенденции общественного развития;
- способность к инновациям.

Паблик рилейшнз как система социального взаимодействия на основе использования различных коммуникативных средств и связей, направленных на создание различного рода отношений с целью завоевания доверия, согласия и сотрудничества может быть реализована через образовательную технологию, разработанную на основе педагогической эвристики и направленной на развитие коммуникативной компетенции личности.

Паблик рилейшнз относится к социальной сфере и развивает совокупность коммуникативных умений, отражающих инновационный характер деятельности. Обобщая проведенный анализ инновационной деятельности менеджера и умений необходимых для выполнения этой деятельности можно сказать, что **коммуникативные умения – это совокупность интеллектуально-**

**коммуникативных действий, позволяющих активно включиться в процесс социального и профессионального взаимодействия.**

В результате опытно-экспериментальной работы мы получили следующую классификацию коммуникативных умений, адекватных характеру инновационной деятельности Паблик рилейшнз: **ориентировочные, информационно-аналитические, прогностические, полемические, визуально-презентативные, креативные, рефлексивные.**

# Долгополова Н.Ф., Горбатовская П.В., Ермолаев Т.Е. ВЛИЯНИЕ КОММУНИКАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА

(Оренбургский государственный университет)

Одним из важных явлений современности являются связи с общественностью или PR. Совершенно очевидно, что без связей с общественностью (PR) ни государству, ни власти, ни бизнесу не обойтись. PR касается бизнесменов и политиков, работников рыночных и государственных структур, ученых, артистов, спортсменов, всех, кто живет и работает в современной России. Сегодня каждый знает, что над репутацией и имиджем надо работать, а тем более над имиджем региона.

Несмотря на то, что Россия намного позже вступила в информационный век, мы отчетливо себе представляем, что без развитой системы связей с общественностью (PR), все наши призывы увидеть Россию «цивилизованным» государством, достойным членом международного сообщества и равноправным деловым партнером останутся благими пожеланиями, потому что связи с общественностью, во всем мире, стали неотъемлемой частью экономики и демократической системы, частью механизма управления и регулирования человеческих отношений.

Связи с общественностью как дисциплина относится к комплексу социальных наук, разрабатывающих гуманитарные технологии управления человеческим обществом на определенном этапе демократического развития.

Основатель PR в США Э. Бернейз говорил, что это - «архитектура согласия» и разработал «теорию консенсуса». Автор известной книги «Что такое PR?» С.Блэк писал, что это - наука и искусство достижения гармоничных отношений.

Переход к гуманитарным технологиям очень важен для нашего общества. Правдивость, уважительность, открытость, информированность, социальная ответственность – это основа основ успешной работы в сфере связей с общественностью.

Желание быть узнаваемым, известным, популярным, иметь хорошую репутацию не может быть удовлетворено без хорошо выстроенного имиджа.

Утвердить свою идентичность, обосновать свою уникальность через совокупность качественных категорий отвечает потребностям современного мира.

Имидж как совокупность характеристик является основой информации, которая сообщается общественности. Управление репутацией – это использование различных каналов коммуникации для создания привлекательного имиджа. Для региона важно привлечение инвестиций, создание социально ответственного бизнеса и формирование положительного об-

ественного мнения о регионе. Имиджем и репутацией необходимо постоянно управлять: публиковать статьи, снимать видеосюжеты, использовать СМИ, отслеживать публикации, реагировать на негативные высказывания, чтобы контролировать процесс формирования имиджа, создавать новые информационные поводы для отражения позитивных событий, происходящих в регионе. Чем больше поводов появления в СМИ, тем выше известность.

Имидж региона - весьма трудноопределимое понятие, прежде всего потому, что речь идет о комплексе качеств и свойств, которые чаще всего невозможно представить в качестве зрительного образа. Имидж - объект не материалистичный, он возникает лишь в сознании людей, и оценить его можно лишь по отношению, которое будет проявляться. Чаще всего это комплекс ассоциативных представлений, соотносимый человеком с регионом. Он близок к понятию социальный стереотип, но возникновение стереотипов, как правило, стихийно, главная же особенность имиджа - управляемость. Никто не знает полного объема тех средств, которые затрачиваются на формирование имиджа той или иной общественной кампании, личности, фирмы или региона. Но эти затраты однозначно оправданы негативным эффектом стихийного формирования имиджа. Целеустремленное, продуманное создание образа приводит, наоборот, к позитивному результату.

Работа над имиджем региона должна носить превентивный и предупреждающий характер, а выполнять ее должны специалисты по связям с общественностью. Создание имиджа региона должны иметь четкие цели и ясные перспективы. Имидж региона – понятие вполне реальное. Но что же определяет работу над имиджем? И на этот вопрос можно ответить совершенно определенно – научные исследования в этой области. Научные исследования и технологии должны определить перспективу развития позитивного общественного мнения о регионе в будущем, его место в межрегиональных и международных отношениях. Мы говорим, что наша область уникальна географическим положением, природными ресурсами, сортами пшеницы. Но главное заключается в том, как это использовать для того, чтобы наш регион стал известным в позитивном отношении к нему. PR – это постоянная связь с обществом, населением, особенно, с теми целевыми группами, в которых мы заинтересованы. Поэтому об этом надо рассказывать потенциальным инвесторам и с ними целенаправленно работать, участвовать в конкурсах, выставках, рейтингах. Это важная часть общественной жизни региона, система связей, направленная на усиление коммуникаций.

Актуальность изучения проблемы персонификации регионального имиджа обусловлена и тем фактором, что региональная элита является источником рекрутирования в центральную властную элиту, с другой стороны многие представители центральной элиты связывают свою деятельность с регионом. Наличие сильного политического лидера привлекает внимание ко всему региону, гарантирует успех у потенциальных инве

сторгов и обеспечивает поддержку представителей центральной властной элиты, что, несомненно, способствует наращиванию паблицитного капитала данной области.

Дальнейшее изучение проблем регионального имиджа открывает блестящие перспективы для развития регионов. Каждая территория сможет самостоятельно намечать свой собственный курс, отстаивать свои интересы, формировать свою самобытность. Не стоит забывать, что в конечном итоге успешность регионов повлечет за собой успешность всего государства: положительные имиджи частей создадут положительный имидж целого.

Немаловажную роль в становлении позитивного имиджа любого региона на всех уровнях играют средства массовой информации. Именно СМИ закладывают основу отношения к региону жителей других областей, республик, стран. СМИ создают впечатление, устойчивые ассоциации, стереотипы относительно того или иного региона. Таким образом, в программе по улучшению имиджа Оренбургской области должно уделяться особое внимание работе со средствами массовой информации.

Как уже было сказано, чтобы достичь результата (улучшения имидж региона), необходимо многократно увеличить количество позитивных сообщений во всех видах СМИ всех уровней. Этого можно добиться, используя самые эффективные методы и технологии public relations. Социологические опросы, личные связи с региональными, федеральными и международными журналистами, пропаганда достижений жителей региона, участие в конференциях, выставках, симпозиумов различного уровня, использование сети интернет - вот лишь малая часть тех приемов, с помощью которых можно улучшить репутацию Оренбургской области. Не стоит забывать о технологиях, направленных непосредственно на жителей региона. Им должно уделяться, как минимум, не меньше коммуникационного внимания, нежели объектам за пределами области.

Творчество и креативные технологии должны определять формирование имиджа. Научные обоснования включают – где, когда, в каком виде должна появиться информация, в каком количестве, в каких СМИ, какими средствами убеждать аудиторию, какие социологические исследования проводить. Особое значение приобретает социологическое исследование для разработки тактики создания пространства социального взаимодействия.

# Зацепина И.А. ОБЩЕСТВЕННОЕ ВЕЩАНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

(Оренбургский государственный университет)

Более десяти лет развития демократии в России наглядно проявились в сфере СМИ. В результате этих преобразований понимание свободы средств массовой информации стало глубже, и в сознании граждан укрепилась свобода печати. Наиболее отчетливо эта свобода стала проявляться в экономике. Именно в этой сфере возникли трудности для развития СМИ. В реальной жизни, декларируемая государственной властью политическая свобода печати, пропорционально зависима от экономической ситуации. По наблюдениям исследователей в области СМИ, в России за последние несколько десятилетий доверие аудитории к средствам массовой информации резко уменьшилось. Это связано с отсутствием ответственности СМИ перед обществом. Свобода может быть реализована только в том случае, если она тесно связана с ответственностью. Разочарование и недоверие аудитории к вещателю, приводит к кризису в сфере масс-медиа.

Причиной падения авторитета СМИ, является их очевидная политизация и коммерциализация. Подконтрольные государственные СМИ - так можно обозначит новую модель, появление которой было связано с выдвинутой администрацией Путина концепцией укрепления государственных СМИ. ВГТРК стала играть более важную роль в управлении и регулировании деятельности входящих в неё местных каналов. Развитие этой модели соответствовало стремлению укрепить вертикаль управления в России. Параллельно в регионах начинают развиваться частные средства массовой информации и СМИ, принадлежащие местным властям, которые в свою очередь, используя административный ресурс, пытаются превратить их в свой подконтрольный орган информирования. Одновременно с процессом политизации и коммерциализации, развивается российская медийная промышленность. СМИ становятся неотъемлемой частью экономики, которую инвестируют российские и зарубежные бизнесмены, развивается рынок информации и рекламы, возникает медиапромышленность. За минувшие десятилетия были созданы достаточно благоприятные условия развития свободных медиа, стали более доступны новые информационные и коммуникационные технологии, сформирована разветвлённая информационная индустрия и новая медийная культура. Однако, не смотря на все произошедшие положительные сдвиги в системе СМИ, свобода печати в России зависима от давления правительства, экономической неэффективности, отсутствия морального контроля и ответственности в журналистском цехе.

Во всех демократических странах в условиях правового государства и гражданского общества, развитой общественной сферы, главенствующая роль отводится общественно-правовым компаниям. В процессе развития, их становление в разных странах проходило по-разному. Но одним из основных условий существования, является хотя бы частичная финансовая независимость от рек

ламы. Как правило, такое вещание существует за счёт абонентской платы, частных пожертвований или других источников. По мнению некоторых учёных, в частности Я.Н. Засурского<sup>8</sup>, эволюция государственных каналов в публично-правовые в принципе возможна. Примером является французский опыт, когда в 60 годы 20 века, государственное телевидение постепенно эволюционировало в общественное.

Отсутствие сферы общественного вещания, как института СМК, не позволяет говорить о гармоничном развитии гражданского общества в нашей стране. В процессе его генезиса публично-правовые СМИ, играют роль связующего звена, между властью и обществом, что помогает решать определённые проблемы, в рамках общественных интересов. Используя опыт западных вещателей, в зависимости от выбранных элементов общественных СМИ и набора используемых тактик, возможно создание российской модели, которая будет учитывать особенности экономического, политического и социального устройства нашей страны на данном этапе развития.

Как сфера деятельности, общественное телерадиовещание представляет собой целостную систему, включающую в себя различные функциональные направления и специализации: связи с государственными структурами, связи с публично правовой сферой, местным сообществом, взаимодействия в сфере политических институтов, корпоративные коммуникации, коммуникационные технологии. В условиях глобализации, с появлением Интернет и новых телекоммуникационных технологий, данный вид вещания приобретает новый смысл и новое содержание, становится все более интерактивным. Роль таких коммуникационных барьеров как цензура или ограниченные возможности выражения собственного мнения и участия в процессе коммуникации снижается. Перед СМК возникают новые задачи, в ходе решения которых они становятся одним из важнейших инструментов управления психологией и массовой информацией.

Медиа подчинены двум основным движущим силам развития: с одной стороны, стремлению получить прибыль, с другой – добиться власти в обществе, с которым они находятся в неразрывной связи.<sup>9</sup> Российские СМИ на сегодняшний день представляют собой уникальную систему множества разнородных процессов и явлений. Это симбиоз этатизма (государственные СМИ) и открытого коммерческого интереса (частные СМИ), параллельное и часто не пересекающееся существование новейших технологических прорывов (Рунет) и почти допотопных изданий («районки» российской глубинки).<sup>10</sup> Разный уровень развития вещательных организаций в экономическом, техническом, программном, кадровом и других аспектах заставляет искать новые способы выживания и функционирования нынешних масс-медиа в современном обществе. В данной ситуации процветает единственная прибыльная модель нашей журнали

<sup>8</sup> Засурский Я.Н. СМИ постсоветской России. Журналистика и общество: балансируя между государством, бизнесом и общественной сферой. М., 2002.

<sup>9</sup> McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory//4<sup>th</sup> Edition. London, Sage, 2000.P.192.

<sup>10</sup> Варганова Е.Л. СМИ постсоветской России. Современная медиаструктура. М., 2002. С.11.

стики – коммерческая.<sup>11</sup> А она, как известно, ставит своей целью удовлетворение потребностей платёжеспособной части аудитории, как правило, городской. Информационные и развлекательные потребности большей части слушателей и зрителей со средним и низким достатком, как правило, проживающих в сельской местности или небольших городах с неразвитой экономической инфраструктурой, остаются неудовлетворёнными. И здесь вновь возникает вопрос о таких средствах массовой информации, основной задачей которых является удовлетворение общественного интереса.

В России процесс становления гражданского общества, как оптимального способа развития естественных механизмов саморегуляции социума, был сопряжён с глобальным переустройством жизни: демократизацией, развитием рыночной экономики, становлением правового государства. При этом возникало много проблем связанных с отношениями личности, социальных групп, общественных организаций и государства, также с определением самого понятия, которое в ходе дискуссий трактовалось по-разному. Одни отождествляли его с правовым государством, другие с рыночными отношениями, третьи с обществом свободных граждан, исполненных сознанием своего нравственного и политического долга. Между тем, гражданское общество это естественный способ регуляции общественных отношений. Как отмечает в своих исследованиях современный обществовед З.Т. Голенкова, «гражданское общество сегодня является одним из центральных герменевтических ключей, позволяющих в комплексе понять отношения современного общества и государства».<sup>12</sup> Иными словами мы понимаем гражданское общество как подсистему социума, в которой налицо «столкновение» кибернетических (организованных) и синергетических (неупорядоченных) процессов. Важно обратить внимание на то, что само понятие «Гражданское общество» релятивно, ценностно нагружено и не может быть определено как таковое без чёткого указания на конкретный социокультурный и исторический контекст, в котором оно обсуждается.<sup>13</sup> Становление гражданского общества это длительный процесс в эволюции социально философской и политической мысли, он характеризуется многообразием и противоречивостью. В отличие от государства, для гражданского общества характерны авторитет морали и свобода выбора.

Российская концепция гражданского общества не может быть полностью скопирована с западной модели, в силу иной социально-исторической специфики. Освоение и применение «чужой» теории европейских стран и лишь потом собственного опыта с дальнейшим его осмыслением в конкретных теоретических трудах – такова была последовательность и главная историческая особенность формирования понятия «гражданское общество» в России.<sup>14</sup> Эко

<sup>11</sup> Засурский Я.Н. СМИ постсоветской России. Журналистика и общество: балансируя между государством, бизнесом и общественной сферой. М., 2002. С.201.

<sup>12</sup> Голенкова З.Т. Альтернативы и перспективы развития гражданского общества в России//Гражданское общество: Теория. История, Современность. – С.7-28.-С.7.

<sup>13</sup> Аршинов В.И., Савичева Н.Г. Гражданское общество в контексте синергетического подхода// Общественные науки и современность. – 1999. - №3. – С. 131 – 138. – С. 136.

<sup>14</sup> Севастьянова А. Генезис понятия «гражданское общество в России» //Материалы конференции «Гражданское общество: историко-философские корни, реальная практика, перспективы». г. Пушкин, 1998. [www.kennan-ua.ru](http://www.kennan-ua.ru).

номические, социальные и политические реформы начала 90-х, вызвали повышение интереса к этой идее. Современные средства массовой информации в нашей стране, по характеру интолерантны, монологичны и не отвечают в полной мере требованиям аудитории. А необходимость в диалоге между государством, обществом и личностью огромна. Это подтверждают многочисленные опросы общественного мнения. По данным аналитического отчёта о результатах исследования «Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных корпораций», проведённого международным пресс-клубом в 2002 году, проблема отсутствия в России общественного телерадиовещания, способного отражать публичный интерес занимает третье место (рейтинг 7,1 по 10-бальной шкале).<sup>15</sup>

Очевидно, что необходимость создания общественных СМИ назрела уже давно. Именно они согласно концепции известного философа Юргена Хабермаса будут осуществлять диалог граждан, общества и государства. На пути перехода к гражданскому обществу и движения к правовому государству, роль журналистики и всей информационно-коммуникационной особенно велика, а возможности для формирования этих структур, составляющих основу демократического общества, с учётом глобальных, региональных и национальных составляющих в переходный период к информационному обществу возрастают.<sup>16</sup> Философами различных направлений разработано несколько современных теорий развития демократического общества. Наиболее популярная и используемая в масс-медиа, концепция публичной сферы немецкого теоретика и философа Юргена Хабермаса.

Основанием его философствования выступают рациональные дискуссии свободной общественности. В нём выработаны критерии рациональности как некая традиция, способствующая выживанию. Основной формой жизни выступает разум. Абстрактные критические аргументы не применимы в отношении к нему, «требования этой реальности перформативны, они не являются достоянием учебников, ибо означают обещание и действие».<sup>17</sup> Основное противоречие Хабермаса, видит в различии свободы и необходимости, в применении технической целесообразности и экономических возможностей с моральными требованиями. Сферой их применения выступает коммуникация и как следствие сложно преодолимый, но закономерный процесс сращивания социальности и рациональности. Система норм сформировавшихся на моральной основе, всё реже выступает регулятором человеческого поведения. Деятельность человека всё сильнее интегрируется на саморегулирующиеся системы типа «человек-машина». Однако историческое развитие общества и научно технический прогресс показывают, что техника – это самостоятельная реальность, и её нужно не разрушать, а правильно эксплуатировать. Для этого её нужно поместить в поле коммуникации и сделать предметом общественного обсуждения. Только в открытых дискуссиях свободной общественности могут быть найдены взвешен

<sup>15</sup> Международный пресс-клуб. Аналитический отчёт о результатах исследования «Становление СМИ в России как инструмента демократии: политика государства и частных корпораций». М., 2002. С. 27.

<sup>16</sup> «Средства массовой информации в постсоветской России»/Под ред. Засурского Я.Н. М., 2002. С.197.

<sup>17</sup> Б.В.Марков «Мораль и разум». М,2002. С.294-295.

ные решения о границах рациональности, которая пока ещё одной стороной обращена к технической, а другой к социальной организации.<sup>18</sup> «Коммуникация, в которой был бы реставрирован её политический характер, - вот единственная среда, в которой возможно то, что заслуживает имени “рационализация”».<sup>19</sup>

В постсоветском культурном пространстве также возрождаются надежды на моральный дискурс. Осознавая мультисистемность общества, трудно признать язык какой-либо из его подсистем как универсальный. Даже научный дискурс, внедряемый в последнее время во все сферы жизни, наталкивается на сопротивление. Вместе с тем, кажется что мораль, можно применить практически во всех сферах человеческой деятельности, «ибо с помощью дифференциации на плохое и хорошее можно оценивать все остальные феномены».<sup>20</sup>

Оригинальность и своеобразие мысли Хабермаса, выражается в осознании того, что для объяснения процессов происходящих в современном обществе уже не достаточно «производственных» понятий выдвинутых Марксом. Капитал в данном обществе производят интеллектуалы, а не рабочий класс. Произошли необратимые изменения не только в источниках капитала, прежде всего в устройстве сетей, в которых он функционирует и развивается, испытывает разнообразные изменения, присваивается и переписывается. По мнению философа, символический капитал общества производится сегодня интеллектуалами, то есть скорее «учащимися» чем «трудящимися», и циркулирует он посредством дискурса. Хабермас вывел доказательство, что дискурс может играть не только легитимирующую, но и эмансипирующую роль. В процессе развития образования мнений и повышения компетентности он выделил несколько стадий: 1) язык, как символически опосредованная интеракция, в ходе которой формируется сознание другого; 2) пропозициональная речь, основанная на позиции наблюдателя; 3) аргументирующий дискурс, в котором возникает место для реализации этического признания другого как формального условия коммуникации.<sup>21</sup>

Первые две ступени связываются с развитием ролевых отношений. Фундаментальный сдвиг в коммуникативной деятельности производит совмещение нескольких ролей. Противоречие между социальной организацией и социальной интеграцией общества, является главным фактором социального развития. Интеграция ослабляется усилением организации. Базовым является коммуникативный уровень, он опережает процессы социального управления и на его основе достигается социальная интеграция. Именно поэтому Хабермас делает вывод о необходимости реализации коммуникативного действия на уровне стратегического управления обществом, которое обеспечивается идеологией. Новые формы социального управления могут быть созданы в случае отказа от идеологии в пользу коммуникации.

Философ явно противопоставляет коммуникацию и дискурс свободной общестственности - социальным технологиям, которые опираются на целерацию

<sup>18</sup> Б.В.Марков «Мораль и разум». М., 2002. С.296-297

<sup>19</sup> Цит. По Маркову Habermas J. Technik und Wissenschaft als Ideologie. S. 68

<sup>20</sup> Б.В.Марков «Мораль и разум». М., 2002. С.308.

<sup>21</sup> Б.В.Марков «Мораль и разум».М., 2002. С.328

нальные критерии. Именно в процессе данного дискурса происходит выявление и преодоление устаревших предпосылок социальной жизнедеятельности. Каждый из партнёров, участвующий в коммуникативном процессе, ожидает признания своего мнения и этим стремится проблематизировать общее мнение. Коммуникация как духовный процесс в рассмотрении Хабермаса, противопоставляется идеологии, которая в свою очередь квалифицируется им не только как иллюзорная, но и как искажённая форма интеграции. Преимущество коммуникации над идеологией выражается в том, что в коммуникационном процессе присутствуют процедуры рефлексии, которая снимает искажения, и процедуры реконструкции, задачей которых является раскрытие реальных, как правило, социальных, причин принуждения в диалоге. Рефлексия по его замыслу должна способствовать эмансипации человека от принуждения со стороны общества. Рефлексия способствует intersубъективности, на её основе каждый партнёр проверяет и корректирует правильность своего употребления языка. Главными критериями коммуникации являются понятность, правильность истинность.

Работа Ю.Хабермаса, содержит продуктивное видение роли средств массовой информации в демократическом обществе. Экстраполируя модель общественной сферы как нейтральной зоны, возникает возможность получения в этой зоне широкодоступной информации, положительно влияющей на общественное благо. Характерными чертами этого процесса, является свобода от влияния государства, равное участие индивидов в общественных дебатах, решение вопросов о социальном развитии коллективно и основывается на рациональной аргументации. Это в свою очередь, определяет направления государственной политики. СМИ способствуют этому процессу посредством обеспечения пространства для общественных дебатов и представляя интересы частных граждан в качестве некоторой совокупности в форме общественного мнения.

Сегодня общественное вещание существует практически во всех развитых странах мира. Где-то оно создано недавно, а в отдельных странах имеет богатый опыт и историю существования. Модели его многообразны, но все они отличаются от коммерческого и государственного вещания некоторыми особенностями:

1. наличием общественных наблюдательных советов, ставящих вещание под контроль общества;
2. социально ориентированной программой (вещательной политикой);
3. специфическими источниками финансирования;
4. хорошо развитой законодательной базой.

Среди основных принципов общественного вещания, можно выделить: универсальность, разнообразие, независимость и специфичность. Для формирования Российской системы общественного вещания, необходим целый комплекс программ: концептуальных, законотворческих, кадровых, обучающих, технологических, финансовых, организационных и просветительских. Большое значение при этом имеет зарубежный опыт, но при этом не стоит забывать о национальных особенностях нашей страны.

# Кайкова Т.В., Анциферова Л.М. ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА НА ОБРАЗОВАНИЕ

(Оренбургский государственный университет)

В настоящее время единая и общая теория использования информационных и коммуникационных технологий как системы целостных взаимосвязанных приемов, методов и средств сбора, хранения, обработки и передачи информации не вполне разработана. И все же можно достаточно определенно выделить наиболее значимые характеристики этих технологий как новой области научно технического прогресса и указать ряд особенностей, существенно отличающих их от других направлений науки и техники:

- динамичность совершенствования поколений технических и программных средств;
- необходимость непрерывного повышения квалификации разработчиков и пользователей информационных систем (ИС);
- влияние использования современных информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) на развитие производительных сил и существенное изменение производственных отношений;
- высокая эффективность реализации возможностей ИКТ в сфере автоматизации информационной деятельности.

В содержательном аспекте составными частями ИКТ являются средства:

- обеспечение коммуникаций на основе использования локальных и глобальных компьютерных сетей;
- визуализации информации;
- моделирования и интерпретации информации;
- автоматизации процессов информационно-методического обеспечения образовательного процесса.

Вместе с тем средства ИКТ обладают определенными дидактическими возможностями. Их реализация позволяет сделать процесс образования более интенсивным. Создаются методики, ориентированные на развитие интеллекта обучаемого, на самостоятельное извлечение и представление знания. К наиболее ярким дидактическим возможностям относят:

- незамедлительная обратная связь между пользователем и средствами ИКТ. Она определяет реализацию *интерактивного диалога*;
- *компьютерная визуализация учебной информации* об изучаемом объекте или процессе (реализуется принцип наглядности);
- *компьютерное моделирование* изучаемых или исследуемых объектов, их отношений, процессов, явлений, как реально протекающих, так и «виртуальных» (представление на экране математической, информационно-описательной, наглядной модели адекватно оригиналу);

- *архивирование*, хранение больших объемов информации с возможностью легкого доступа к ней, ее передачи, тиражирования;
- *автоматизация процессов вычислительной и информационно поисковой деятельности*, а также обработки результатов учебного эксперимента с возможностью многократного повторения фрагмента или самого эксперимента;
- *информатизация процессов информационно-методического обеспечения учебной деятельности и контроля за результатами усвоения.*

Активная реализация вышеперечисленных возможностей в современных программных разработках, предназначенных для профессионального образования, позволяет организовать следующие виды учебной деятельности:

- регистрация, сбор, хранение, накопление и обработка информации, представленной в цифровой форме и передача достаточно больших объемов информации, представленной в различном виде;
- интерактивный диалог, который позволяет обеспечить взаимодействие пользователей с системой (при этом обеспечивается возможность выбора вариантов содержания учебного материала и режима работы с ним);
- визуализация учебной информации, которая предполагает реализацию возможностей современных средств визуализации объектов, процессов и явлений, а также их моделей, представление их в динамике развития, во временном и пространственном движении, с сохранением возможности диалогового общения с системой;
- управление реальными объектами, лабораторными установками или экспериментальными системами;
- управление отображением на экране моделей различных объектов, промышленных или лабораторных установок, систем, явлений, процессов, в том числе и реально протекающих;
- автоматизированный контроль или самоконтроль результатов учебной деятельности, коррекция по результатам контроля, тренировка, тестирование.

В отечественных научных разработках реализацией возможностей средств ИКТ в сфере образования занимается отрасль педагогической науки – *информатизация образования*. Она рассматривается как целенаправленно организованный процесс обеспечения сферы образования методологией, технологией и практикой использования средств ИКТ. Информатизация образования рассматривается в настоящее время как новая область педагогического знания, которая ориентирована на обеспечение сферы образования методологией, технологией и практикой решения следующих проблем и задач:

- научно-педагогические, методические и технические предпосылки развития образования в условиях массовой коммуникации и глобализации современного информационного общества;
- создание методологической базы отбора содержания образования, разработки методов и организационных форм обучения;

- методологическое обоснование и разработка моделей инновационных и развитие существующие педагогических технологий применения средств ИКТ в различных звеньях образования, в том числе форм, методов и средств обучения;
- создание методических систем обучения, ориентированных на развитие интеллектуального потенциала обучаемого, на формирование умений самостоятельно приобретать знания, осуществлять деятельность по сбору, обработке, передаче, хранению информационного ресурса;
- разработка исследовательских, демонстрационных прототипов электронных средств образовательного назначения;
- использование распределенного информационного ресурса Интернет и разработка технологий информационного взаимодействия образовательного назначения на базе глобальных коммуникаций;
- разработка средств и систем автоматизации процессов обработки учебного исследовательского, демонстрационного, лабораторного эксперимента;
- создание и применение средств автоматизации для методик контроля и оценки уровня знаний обучаемых, их продвижения в учении, установлении интеллектуального потенциала обучающегося.

Возникшая потребность большинства членов современного общества в изучении и реализации возможностей средств ИКТ для повышения своего общекультурного и профессионального уровня определяется еще и тем, что постоянно развивающиеся научные и производственные технологии, технологии бизнеса, различных видов искусств и образовательные технологии приобретают все большую «зависимость» от средств ИКТ, на базе которых они создаются и совершенствуются.

Психологическое приятие индивидом и освоение их возможностей в различных сферах жизнедеятельности позволяет современному человеку «виртуально» получать образование, в достаточно сжатые сроки познавать особенности различных культур мира, оперативно и по личному выбору общаться с нужными адресатами по теле коммуникациям в профессиональной области.

При этом к факторам, положительно влияющим на процессы развития профессионального образования в условиях информатизации и глобализации современного общества, можно отнести следующие:

- открытость образования при реализации дистанционных форм и методов получения профессионального образования;
- возможность использования ресурсов глобальной сети Интернет для получения профессионального образования;
- целенаправленность развития необходимой профессиональной технологии, ее ориентация на определенный вид деятельности;
- реализация интеллектуального потенциала международных научно-производственных сообществ;
- реализация финансового потенциала в организации международного бизнеса.

Выше изложенные тенденции информатизации образования, массовой, глобальной коммуникации современного общества изменяют социальный заказ на компетентность будущего специалиста любой профессиональной сферы и, как следствие, требуют совершенствования профессионального образования.

Несмотря на то, что в настоящее время уже ни кого не удивить наличием компьютерной техники в учебном заведении или возможностью выхода в глобальную информационную сеть, методологически в образовании господствует традиционный подход со всеми вытекающими противоречиями. Образовательная сфера использует средства ИКТ в режиме запаздывания и к тому же не самым активным образом.

Вместе с тем образовательный процесс, как никакой другой, для своего эффективного прохождения требует реализации принципов научности, доступности, систематичности представления учебной информации. А профессионально значимая информация, предназначенная для усвоения современным студентом, расширяется содержательно и структурно, усложняется, что создает определенные трудности для ее предоставления, извлечения и использования.

Все это влечет за собой необходимость раскрытия содержательной сути основных направлений научных исследований в области информатизации профессионального образования.

# **Кудинова В.Г. ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПЕДАГОГОВ И СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЙ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

**(Бузулукский гуманитарно-технологический институт)**

Существует множество суждений о сущности термина «воспитание». Общепризнанной является трактовка воспитания как целенаправленного управления созданием условий для развития личности.

Развитие –это количественные и качественные изменения. В процессе развития меняются психические свойства личности студента –память, речь, внимание.

Основной деятельностью студентов в настоящее время является сознательное управление процессом получения знаний. Как же управлять этим процессом? В первую очередь педагогу необходимо знать, что базовая структура личности трехслойна:

1-й слой –когнитивный (процесс, формирующий получение знаний)

2-й слой –эмоционально-ценностный (формирующий систему ценностей)

3-й слой –деятельностный (формирующий умения, навыки)

Воспитание –это педагогический компонент социализации (он является стержнем человека, позволяющим удерживать тело в вертикальном положении).

Успешность воспитания зависит от сформированности 3-х качеств личности:

- самостоятельность;
- активность;
- компетентность.

Воспитание этих свойств личности и является триединой задачей стоящей перед институтом кураторов, который является важнейшим компонентом воспитательной системы вуза, так как осуществляет непосредственное взаимодействие педагога и воспитанника.

Функции куратора заключаются и в изучении индивидуальных особенностей студентов (их окружения, состояния здоровья, занятости).

Так анкета «сведения о студентах группы» заполняется при первой встрече. Материалы эти являются базой данных для социального паспорта института.

Предметом заботы кураторов являются и программирование воспитательных воздействий, и реализация форм и методов индивидуальной работы со студентами, и анализ эффективности воспитательных воздействий.

Кроме того, куратор создает воспитательную среду –отвечает за сплочение коллектива, формирование благоприятной атмосферы, за включение сту-

дентов в разные виды деятельности, руководят развитием студенческого самоуправления.

Куратор же корректирует влияние различных отношений между субъектами взаимодействия с семьей, с преподавателями, нейтрализует негативное влияние социума, осуществляет связь с другими образовательными учреждениями.

Студенческий возраст совпадает с юношеским, который, как известно, длится до 21 года у мужчин и 20 лет – у женщин.

Сопровождается он кризисами как и каждый период развития. Для этого возраста характерно формирование мировоззрения и нравственных установок личности, определение нравственных ценностей.

На первом и втором курсе изучают философию. Любопытнее учит мыслить логически, выстраивая систему своих знаний, вырабатывая представление о добре и зле, сверяя ценностные ориентации.

Возникают противоречия между сформировавшейся уже физической, гражданской и умственной зрелостью и отсутствием материальной самостоятельности, т.к. трудовая зрелость еще не наступила.

Пытаясь выполнить её, некоторые студенты устраиваются на работу в свободное от учебы время. 1/3 часть студентов работают в сфере «человек – человек» (обслуживании, в средствах массовой информации, в торговле и прочее).

С одной стороны, это дает некоторую материальную самостоятельность и самоуважение, с другой – снижает уровень подготовки к занятиям, повышает напряженное состояние: создает синдром усталости, постоянное переутомление, отсутствие режима дня и режима питания, что влияет на соматическое здоровье, общее состояние студентов.

Желание отстоять собственную позицию не совпадает, к сожалению с политической зрелостью.

Исследования показали, что только 10% студентов из ста разбираются в политике и только 20% – состоят в политических партиях, что говорит о малой политической активности студенчества, о гражданской незрелости молодежи.

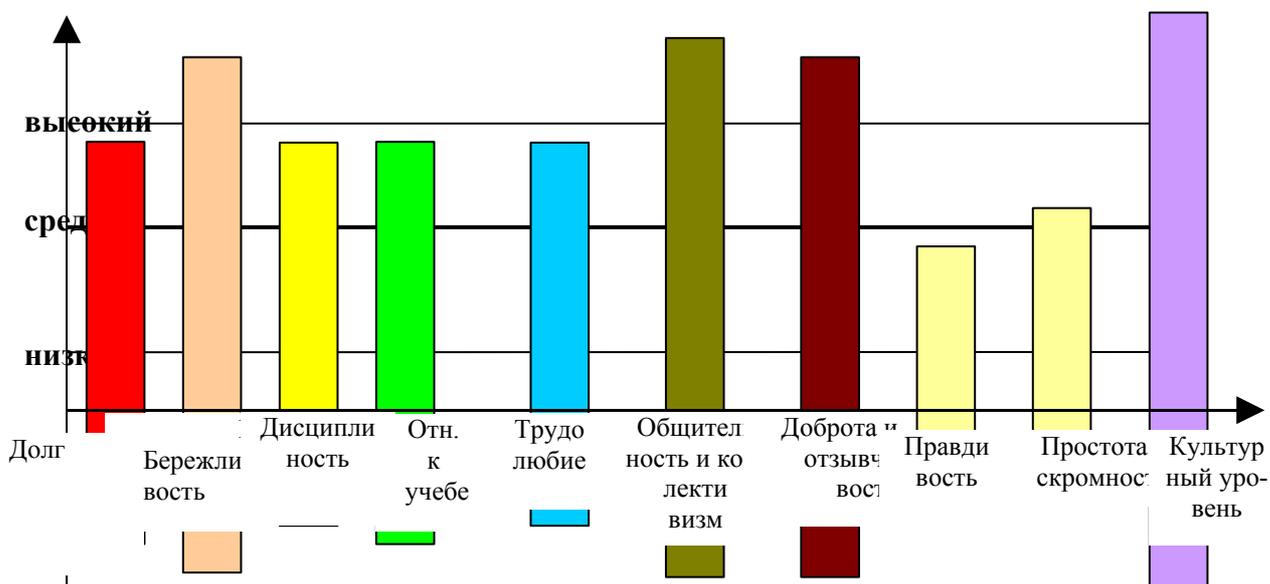
Главным приобретением юности является открытие своего внутреннего мира. «Кто я?». «Какой я?». «Знаю ли я себя?».

Эти размышления направляет диагностическая работа куратора группы (тесты: «Ваша индивидуальность», «Качества личности, которые надо выработать в себе, чтобы достичь успеха», «Комфортно ли тебе в институте?») дают возможность создать программу изучения качеств личности студента с целью определения уровня воспитанности как групп, так и отдельных сту-

дентов, позволяет выявить несформированные черты личности. Именно диагностика дает возможность поставить задачи дальнейшего развития личности, коллектива. Задачи же определяют содержание работы, выбор методов и средств. В качестве примера приводим мониторинг уровня воспитанности группы (по системе Шиловой М.И.), который показал что такие качества личности как бережливость, общительность, отзывчивость находятся на высоком уровне, а чувства долга, ответственного отношения к учебе, трудолюбие у большинства

студентов –на среднем уровне, на низком же уровне два качества –скромность и правдивость (рис. 1) .

Рис. 1 Диагностическая программа изучения уровня воспитанности студентов



Кураторами используются различные методики изучения личности студента с целью побуждения его к самовоспитанию. Изучать личность –значит пытаться понять её интересы, стремления, характер, семейные условия, которые оказывают влияние на воспитанника.

Так, изучение уровня притязания показывает низкий уровень у большинства студентов. Недовольство собой возникает, чаще, из-за неумения распределить свое время («Не хватает времени»), несоблюдение режима дня («Проспал»). Отсюда –опоздания и пропуски занятий –бич учебного процесса.

Наблюдается и психическая незрелость, несформированность характера («лень»), неумение работать над собой, развивать свои способности («У меня плохая память» –говорить не стесняются, хотя это высказывание идентично выражению: «Я глуп» так как работа памяти подвластна работе мышления).

Серьезной проблемой иногородних студентов (а их у нас большинство) является одиночество –отсутствие близких людей, друзей. Примет ли их референтная группа, коллектив? Станут ли они членами команды, или «изгоями» –покажет время, так как воспитание –процесс многофакторный и длительный и его успех зависит как от характера и уровня воспитанности самого студента, так и от организаторских способностей, опыта и знаний куратора, преподавателей, руководителей.

Пока же, на первом курсе социометрические исследования показывают лишь активность членов коллектива, их яркость, индивидуальность, неординарность –такие личности набирают, как правило, большинство голосов на первом этапе развития коллектива –именно они становятся лидерами групп. И

вполне возможно, что наряду с яркостью и неординарностью могут стоять и отсутствие твердости характера, дисциплинированности, убежденности.

На протяжении всего обучения в вузе, особенно на факультетах, где контингент состоит, в основном, из юношей или девушек, остро стоит нереализованное чувство интимности, так как найти интимного партнера бывает нелегко.

Некоторые студенты решают эти проблемы с помощью, так называемых «гражданских браков», что само по себе превращается еще в одну проблему: инфантильность многих юношей, воспитанных в основном, мамами в неполной семье, не позволяет им нести ответственности за близких. Отсюда –нежелательные (а, значит, и нелюбимые дети). А ведь известно, что одной из причин криминального сознания человека является именно то, что его «не долюбили в детстве».

С точки зрения мотивации вступления в интимные отношения продиктованы любовью –у 36% студентов, желанием получить удовольствие –у 15%, желанием вступить в брак –у 7%, любопытством –у 5%, случайностью –у 9% студентов.

Налицо –психическая неготовность к супружеской жизни, к ответственности, к желанию сделать счастливым другого человека, отдав свои чувства. Больше желания «взять» –«чтоб меня любили».

Итак, основные противоречия в студенческом возрасте мы видим:

в физической зрелости и убежденности –с одной стороны, в политической и трудовой инфантильности –с другой;

в желании иметь интимного партнера –с одной стороны, в нежелании нести за него ответственность –с другой.

в пике интеллектуальной активности –с одной стороны, и несформированности навыков учебной деятельности –с другой.

Поэтому психологические аспекты воспитательной деятельности в вузе имеют, конечно же, свои особенности, отраженные в концептуальной основе всей воспитательной системы. Это:

- учиться познавать;
- учиться делать самостоятельно;
- учиться жить вместе, проявляя толерантность к другим.

Как реально этого добиваться?

Какие воспитательные механизмы являются самыми эффективными?

Одним из методов эффективного воздействия считаем мы метод убеждения –сознательного и аргументированного воздействия на человека с целью изменения его суждений и намерений. Реальные результаты дает убеждение на смысловом уровне. На вопрос: «Почему при одинаковых оценках одним ставят зачет автоматически, другим –нет?», мы отвечаем: «Преподаватель –не автомат, он –человек и умение выстраивать взаимоотношения на межличностном уровне задача не только его, но и студента».

Наиболее действенным является и механизм «заражения» –на уровне чувств передача своего эмоционального состояния другому человеку.

Диалоги о любви, дружбе, чести, долге особенно возвышающими оказываются на фоне мелодии и в сопровождении поэтических строк.

Преодолевая «фильтр недоверия», стоящий в каждом из нас, помочь раскрыться каждому можно лишь формируя благосклонность к себе, лишь проявив собственную незаурядность, привлекательность. И в этих отношениях нет мелочей – от одежды и внешнего вида – до использования таких приемов, как высказывание благоприятных суждений об адресате, приема аберации, формирующего позитивное отношение к собеседнику.

И лишь с тремя отрицательно действующими механизмами следует быть особенно осторожными:

- с принуждением (как угрозой использования контролирующих функций) так как оно воспринимается обычно как давление;
- с деструктивной критикой (высказыванием оскорбительных или пренебрежительных суждений в адрес студентов);
- с манипуляциями, как скрытым побуждением адресата к выполнению действий, необходимых для достижения собственных целей (студенты этого не прощают). Да и кому понравится быть игрушкой в руках других.

Таким образом, эффективное воспитание и обучение, формирующее образовательную, культурную, высоконравственную, творчески активную и социально зрелую личность немислимо без знания индивидуальных особенностей каждого студента и постоянного отслеживания его личностного развития, оценки уровня его воспитанности и побуждения к саморазвитию, ведь «чтобы воспитать человека во всех отношениях, надо знать его во всех отношениях» (К.Д. Ушинский).