

Анализ использования коммуникативных систем как инструмента PR в эпоху глобализации

Желиховская Елена Дмитриевна

студентка

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: bebhen@gmail.com

Введение

В настоящее время проблема глобализации является одной из наиболее актуальных в жизни общества, а тема современной глобальной информационной революции - одной из самых обсуждаемых. Нет равнодушных к тем переменам, которые эти процессы несут как для каждого человека в отдельности, так и для общества в целом. Одни их восхваляют и объявляют началом и главным содержанием новой эры в истории человечества, утверждением информационного общества. Другие относятся с опаской, третьи признают как новые возможности и перспективы, которые открываются нам с трансформацией коммуникативных систем, так и опасности, которые нужно вовремя осознать и предупредить

Объектом исследования в данной работе являются связи с общественностью в электронных СМИ в эпоху глобализации, предметом – Интернет как инструмент PR. Методом исследования является анализ документов.

При написании данной работы преследовалась цель раскрытия основных вопросов, которые возникли на новом этапе развития связей с общественностью, как на глобальном, так и на российском уровне: будущее PR в электронных СМИ, использование Интернет – технологий в публичных релейнз, а также проблемы использования Интернета как инструмента PR в современной России.

Появление компьютерных сетей подвело черту более чем 500-летнему этапу стремления человека к освоению информационного пространства. Путь к этому был тяжелый и долгий, он занял несколько тысячелетий. Основные вехи на этом пути – возникновение речи, пиктограммы, алфавитов, появление бумаги, письменности, книгопечатания, электричества, телеграфа, радио, телефона, кинематографа, телевидения, спутников связи, всемирного телевидения и, наконец, появление Интернета. Отметим наиболее важные последствия:

- стала возможной интеграция информационных ресурсов всех уровней, объемов и масштабов, включая национальный и глобальный;
- созданы технологии полной переработки информации, подразумевающие ее сбор, обработку, хранение, накопление, представление, передачу и защиту;
- реализована практически мгновенная скорость циркуляции информации в сетях;
- стал возможен доступ к мировым информационным ресурсам профессиональных и непрофессиональных абонентов сетей;
- обеспечивается унификация технических и программных средств, используемых в сетевых структурах;
- сети способны обеспечить адресацию одновременно тысяч абонентов;
- созданы программные средства поддержки больших распределенных баз данных и обеспечения легкого доступа к ним.

Очень быстро постиндустриальная проблематика становится одной из ведущих в западной социологии и политологии. Основной акцент в исследованиях этого времени ставится в основном на необходимости совершенствования средств получения, обработки, распространения информации и результатах их использования в экономической сфере.

Главной целью информационного общества является обеспечение правовых и социальных гарантий того, что каждый гражданин общества в любом месте и в любое время сможет получить всю необходимую для решения насущных проблем информацию. Основными критериями информационного общества могут служить количество и качество имеющейся в обработке информации, а также её эффективная передача и переработка. Дополнительным критерием является доступность информации для каждого человека, которая достигается снижением ее стоимости в результате развития и своевременного внедрения новых телекоммуникационных технологий.

Информационно-коммуникационная глобализация предусматривает, в частности, развитие коммуникационных систем и использование космического пространства для передачи информации, появление и быстрый рост глобальных информационных систем, компьютеризацию многих процессов жизнедеятельности человечества, создание глобальных систем управления в бизнесе и финансах, в управлении производственными процессами и даже домашним хозяйством на базе информационно – коммуникационных изобретений. Глобализация стала важнейшей тенденцией современного мира. А ее технологической основой является интеграция информационных систем в единую всемирную систему.

Глобализация требуется современному капиталу, транснациональным корпорациям для создания единого всемирного рынка. Для того чтобы появился единый мировой рынок, нужно единое мировое информационное пространство для рекламы и пиара.

. С развитием сети Интернет и превращением ее в новый канал коммуникации стало возможным говорить о PR в Интернете. Как среда и как средство коммуникации он обладает огромным потенциалом для проведения мероприятий по PR. Если пользователи Интернета являются частью целевой аудитории организации, то, несомненно, задействование Интернет - технологии наряду с традиционными средствами публич рилейшнз скажется самым лучшим образом на достижениях поставленных перед комплексом маркетинга целей. PR - деятельность в Интернете должна быть гармонично включена в комплекс мероприятий, направленных на коррекцию или поддержание исходной PR - ситуации, и находиться в согласовании с общей PR - деятельностью компании.

Принимая во внимание, что носителями передовых информационно- коммуникационных технологий среди стран в мире являются буквально единицы, степень информационного расслоения государств будет еще более высокой, чем расслоения социального. На повестку дня выходят такие вопросы как информационная агрессия, информационная оккупация, информационный геноцид. Каков будет ответ на эти вызовы? Ясности пока нет. Осознав названные выше опасности информационной революции, мы не можем для их предотвращения поставить искусственные преграды на ее пути. Это бессмысленное занятие, ибо развитие общества не остановить. Однако складывается определенная практика предохранительных и регулирующих механизмов. Примером могут послужить принятые рядом стран законодательные акты, регламентирующие порядок и ответственность организаций и частных лиц при работе в глобальных сетях. Совершенно очевидно, что необходима регламентация указанных процедур и для разработчиков, и для пользователей на международном уровне. Предложенные меры, полагаем, позволят усилить позитивные тенденции информационной революции и нейтрализовать или ослабить возможные опасности, сделать эти достижения важнейшим фактором гуманизации и повышения эффективности функционирования всех сторон жизни общества, формирования интегрального социокультурного строя в глобальных масштабах.

Список литературы:

1. Азроянц Э. Глобализация: катастрофа или путь к развитию? – М.: «Экономика», 2003
2. Андрианов В. Россия в мировом процессе развития средств связи, компьютеризации и информатизации // Экономист, 2001. — №8.
3. Бек У. Что такое глобализация? – М.: Прогресс – Традиция, 2001
4. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR-М.: Гранд, 2001
5. Бушуева Л.И. Роль Интернет-услуг в практической маркетинговой деятельности // Маркетинг в России и за рубежом, 2001. — № 4.
6. Володин А.Г., Широков Г.К. Глобализация: начала, тенденции, перспективы. – М.: Институт Востоковедения РАН, 2002
7. Голубков Е.П. Использование Интернета в маркетинге // Маркетинг в России и за рубежом, 2002. — № 3.
8. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз – М.: Юнити, 2003
9. Кашлев Ю., Галумов Э. Информация и PR в международных отношениях.- М: Известия, 2003.
10. Марлоу Ю., Сайлео Дж. Пиар в электронных СМИ. - М.: Мир, 2002
11. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. — М.: Финпресс, 2000.
12. Почепцов Г.Г. Информационные войны. - М.: Рефл-бук, Ваклер, 2001
13. Чернов А.А, Становление глобального информационного общества. Проблемы и перспективы - М: Дашков и Ко, 2003
14. Чугунов А.В., Ачкасова В.А., Концепт глобализации и роль информационных технологий (российский контекст)
// <http://ii-ns2000.nw.ru/src/ТЕХТ2.НТМЛ>
15. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. - М.: Дело, 2001.
16. <http://www.sovetnik.ru/>