

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/127472>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Социология коммуникаций

Введение 3

Глава 1. Особенности информационного воздействия и массовых коммуникативных процессов в современном обществе 5

§1.1. Теоретический анализ и специфика коммуникации и массовых коммуникационных процессов в современном обществе 5

§1.2. Понятие массы как объекта информационного воздействия в массовой коммуникации в современном обществе 15

§1.3. Пути достижения эффективности информационного воздействия в массовых коммуникационных процессах в современном обществе 25

Выводы по главе 1 28

Глава 2 Анализ специфики информационного воздействия в массовых коммуникативных процессах в современном обществе в САР 30

§2.1 Информационно-коммуникационные технологии, их определение, структура и виды в современном обществе в САР 30

§2.2. Возможности использования информационного воздействия для формирования общественного мнения в САР 44

§2.3. Анализ эффективности информационного воздействия в массовых коммуникативных процессах в САР 52

Выводы по главе 2 56

Заключение 57

Список используемой литературы 59

Введение

За последние несколько десятилетий информационные и коммуникационные технологии предоставили обществу широкий спектр новых коммуникационных возможностей. Например, люди могут общаться в режиме реального времени с другими людьми в разных странах, используя такие технологии, как обмен мгновенными сообщениями, передача голоса по IP (VoIP) и видеоконференции. Социальные сети, такие как Facebook, позволяют пользователям со всего мира оставаться на связи и общаться на регулярной основе. Современные информационные и коммуникационные технологии создали «глобальное сообщество», в котором люди могут общаться с другими людьми по всему миру, как если бы они жили по соседству. По этой причине ИКТ часто изучают в контексте того, как современные коммуникационные технологии влияют на общество.

Однако развитие ИКТ идет по миру неравномерно и значительно отстает в странах развивающихся. Сирия является одной из развивающихся стран, которые пытаются достичь достойного экономического роста, идя по пути освоения и использования информационных технологий, вовлекая средства массовой коммуникации в процесс информационного воздействия на общество все активнее.

Несовершенная структура производства и внешней торговли, неразвитая финансовая система, зависимость от экспорта нефти, ресурсы которой в стране стремительно истощаются, негативное воздействие внешнеполитических проблем и больших военных расходов относятся к важнейшим проблемам Сирийской Арабской Республики (САР), в связи с чем как правительство, так и оппозиционные силы стремятся применить информационное воздействия, преследуя разные цели.

В связи с этим работа, цель которой – исследование эффективности информационного воздействия в массовых коммуникативных процессах в современном обществе в САР, является актуальной.

Данной теме посвящено определенное количество работ, в частности, П.Волкера, Х.Батату, П.Сила, Д.Леша, Р.Бэрри, М.Фараха, Ю.Чайтани, Э.Зиссе. Однако, новизна данного исследования связана с тем, что ситуация в САР как политическая, так и экономическая, постоянно меняется и работы, посвященные исследованию данной темы, теряют свою актуальность.

Объектом исследования в данной работе являются эффективность информационного воздействия, а

предметом – средства массовой коммуникации в Сирийской Арабской Республике.

Для достижения поставленной цели в исследовании были сформулированы следующие задачи:

- провести теоретический анализ и определение специфики коммуникации и массовых коммуникационных процессов в современном обществе;
- сформулировать понятие массы как объекта информационного воздействия в массовой коммуникации в современном обществе;
- определить пути достижения эффективности информационного воздействия в массовых коммуникационных процессах в современном обществе;
- привести анализ информационно-коммуникационных технологий, их определения, структуры и видов в современном обществе в САР
- исследовать возможности использования информационного воздействия для формирования общественного мнения в САР;
- проанализировать эффективность информационного воздействия в массовых коммуникативных процессах в САР. Методами исследования послужили анализ источников и статистический метод.

Структура данного исследования состоит из введения, двух глав, заключения и списка используемой литературы.

Глава 1. Особенности информационного воздействия и массовых коммуникативных процессов в современном обществе

§1.1. Теоретический анализ и специфика коммуникации и массовых коммуникационных процессов в современном обществе

Коммуникация - это фундаментальный процесс, посредством которого элементы некоей среды движутся во времени и пространстве от отправителя к получателю .

При этом коммуникация требует, чтобы у всех сторон была область коммуникативной общности.

Существуют вербальные средства коммуникации, такие как речь, песня и тон голоса, и есть невербальные средства, такие как язык тела, язык жестов, параллельный язык, осязание, зрительный контакт, посредством медиа, то есть изображения, графика и звук, и письмо. Говоря о средствах информационного воздействия и массовой коммуникации, в данном исследовании особый интерес будет уделяться именно коммуникации посредством медиа.

Коммуникационные процессы передачи информации регулируются синтаксическими и семантическими правилами.

Коммуникация является интерактивным актом, поэтому важным фактором, влияющим на ее эффективность, являются наши отношения с окружающими. Коммуникация - это социальное взаимодействие, в котором по меньшей мере два взаимодействующих агента имеют общий набор признаков и общий набор семиотических правил.

Мы проводим большую часть нашей коммуникации, используя речь и наше понимание речи, чтобы приветствовать людей и сообщать им наши новости, задавать вопросы и отвечать на них, а также пользоваться телефоном.

Коммуникация чрезвычайно разнообразна по своим формам. Как искусство передачи информации, идей и отношений от одного человека к другому, она может быть вербальной и невербальной .

При этом говоря о коммуникативном процессе следует отметить, что коммуникация может быть прямой и косвенной.

Прямая коммуникация происходит, когда люди говорят, что они имеют в виду, когда идея сохранения лица не имеет большого значения в большинстве ситуаций, когда молчание в разговорах считается неудобным, а перерывы - обычное явление . Прямые коммуникаторы считают, что лучше сказать то, что нужно сказать.

Группы, которые предпочитают прямой стиль общения, сосредотачиваются на явном значении слов, подобном культурам с низким контекстом. Популярная поговорка You can take my words to the bank «Вы можете взять мои слова в банк» выражает убеждение, что люди говорят именно то, что они имеют в виду . Американцы, немцы и израильтяне являются прямыми коммуникаторами, каждый из которых имеет разную степень прямоты. Люди, которые являются прямыми коммуникаторами, используют четкие высказывания, активно участвуют в собраниях, высказывают свои убеждения, им удобно говорить другим, что делать, используя такие слова, как «должен». Они говорят другим, почему их идеи должны быть приняты.

Косвенное общение - это когда смысл не только в словах, но в основном в окружающем контексте разговора .

Косвенные коммуникаторы задают много вопросов. Они спокойно наблюдают на собраниях, предлагают

предложения для рассмотрения, например, чтобы вовлечь других в дискуссии, используют такие слова, как «возможно», и просят других рассмотреть их идеи. Они часто являются частью культуры, которая больше ориентирована на группы, чем на отдельных людей. Из-за этого они живут в рамках социальных норм, которые менее ориентированы на индивидуальные потребности. Важной целью их разговорного стиля является поддержание гармонии или, по крайней мере, появление гармонии. Поэтому не все сказано, а, скорее, многое может подразумеваться.

Таблица 1 Сравнительный анализ коммуникативного и коммуникационного процессов

Продолжение таблицы 1

Люди, которые предпочитают непрямой стиль коммуникации, избегают конфликтных ситуаций. Примерами косвенных коммуникаторов являются большинство стран в Азии, на Ближнем Востоке, в Африке, Южной Америке.

Таким образом, можно сделать важный вывод, который пригодится в данном исследовании: для представителей Сирийской Арабской Республики (САР) характерна именно косвенная коммуникация. При этом следует различать коммуникативный и коммуникационные процессы, как это показано в таб.1. Из вышесказанного следует, что коммуникационный процесс развивается в системах массовой информации (СМИ) и средствах массовой коммуникации (СМК) в том числе, с привлечением технических информационных каналов.

При этом типы связи различаются по каналам связи. Это средства, которые доступны для общения с кем-то одним или с группой. Они могут включать прямую личную связь, телекоммуникации (телефон, электронная почта, письменные сообщения) или косвенную связь - например, через третьих лиц или средства массовой информации и коммуникации, в связи с чем широкое развитие вместе с развитием технических средств коммуникации получил и теоретический анализ массовой коммуникации, хотя анализ массовой коммуникации и имеет почти вековую историю.

Так, на протяжении всего периода изучения медиа менялась оценка их деятельности, причём особую актуальность приобретали разные аспекты этой деятельности.

В контексте ранних теорий массового общества, медиа рассматривались зачастую отрицательно. Это было связано с негативной оценкой самого массового общества, важным элементом которого стали средства массовой коммуникации.

Критики массового общества опасались падения культуры, утраты жизнеспособности демократических политических институтов под напором агрессивных «толп», не способных к личной ответственности и рациональному мышлению. Медиа в этом контексте рассматривались как фактор, усиливающий данные опасные тенденции.

Однако, со временем подход к массовому обществу и медиа как важному институту этого общества стал более взвешенным. Хотя критический настрой по отношению к медиа сохраняется в ряде теоретических подходов. Ярким примером могут служить концепции массовой культуры Т. Адорно и М. Хоркхаймера, а также Л. Альтюссера, который рассматривал медиа как один из наиболее важных «идеологических государственных аппаратов». Критический настрой по отношению к средствам массовой коммуникации сохраняют и такие современные исследователи, как Ж. Бодрийяр и Ю. Хабермас.

Чем массовая коммуникация отличается от межличностной коммуникации? Есть ли у нас отношения со СМИ по аналогии с отношениями, которые мы имеем с людьми? Чтобы ответить на эти вопросы, мы можем взглянуть на специфику и функции массовой коммуникации.

Одна из специфик массовой коммуникации - ее способность преодолевать физические ограничения, существующие при личном общении. Человеческий голос может распространяться только на определенное расстояние. В то время как один человек может выступить публично и охватить около ста тысяч человек на одном из крупнейших стадионов мира, одному человеку было бы невозможно достичь миллионов без специальных технологий.

Еще одна специфика массовой коммуникации по отношению к другим формам коммуникации - отсутствие сенсорной насыщенности. Действительно, массовая коммуникация использует меньше сенсорных каналов, чем личное общение. В то время как запах, вкус и прикосновение могут добавить контекст к разговору за романтическим ужином, наше взаимодействие с сообщениями средств массовой информации почти исключительно зависит от зрения и звука. Из-за отсутствия непосредственности сообщения в средствах массовой информации обычно более безличны, чем сообщения при личной встрече.

Кроме того, сообщения средств массовой информации имеют специфику предполагать меньше интерактивности и более отложенную обратную связь, чем другие сообщения. Большинство сообщений, отправляемых через каналы СМИ, односторонние. У нас нет возможности повлиять на уже опубликованную статью, которую мы читаем.

Хотя есть некоторые особенности коммуникации, которые теряются, когда она становится электронной, массовая коммуникация также выполняет многие функции, от которых мы привыкли зависеть и которые мы ожидаем.

Средства массовой информации выполняют ряд определенных функций, а именно: информационные, интерпретирующие, поучительные, связывающие и отвлекающие функции .

Рассмотрим их подробнее.

Информационная функция. Нам нужна информация, чтобы удовлетворить любопытство, уменьшить неопределенность и лучше понять, как мы вписываемся в этот мир. Количество и доступность информации сейчас огромны по сравнению с тем, что было сорок лет назад, когда несколько телевизионных сетей, местных радиостанций и газет соревновались, чтобы держать нас в курсе. Насыщенность СМИ привела к усилению конкуренции за предоставление информации, что создает возможность для новостных агентств, например, сообщать информацию преждевременно, неточно или частично.

Функция интерпретации. СМИ интерпретируют сообщения более или менее явно и этично. Редакционные статьи в газетах долгое время были явной интерпретацией текущих событий, и теперь деятели кабельного телевидения и радио предлагают социальные, культурные и политические комментарии, полные субъективных интерпретаций. Хотя некоторые из них действуют в этических серых зонах, потому что используют форматы, которые заставляют их казаться традиционными новостными программами, большинство из них открыто заявляют о своих мотивах.

Почительная функция. Некоторые средства массовой информации существуют для распространения знаний путем обучения, а не просто передачи информации. Основные новостные сети, такие как CNN и BBC, в основном выполняют информационную функцию, в то время как кабельные новостные сети, такие как Fox News и MSNBC, выполняют сочетание информационных функций и функций интерпретации. Углубленное освещение на Национальном общественном радио и Службе общественного вещания, а также более драматизированный, но все же образовательный контент на каналах History, National Geographic и Discovery выполняют более поучительные функции.

Связывающая функция. Средства массовой информации могут сближать людей, что служит связующей функцией. Например, люди, разделяющие общие ценности и интересы, могут собираться на онлайн-форумах, а массы людей могут собираться вместе, наблюдая за освещением трагических событий, таких как 11 сентября в США .

Функция отвлечения. Все мы используем средства массовой информации, чтобы отвлечься от повседневной жизни, отвлечь нас от предстоящего экзамена или помочь расслабиться. Когда мы отвлекаемся, развлекаемся или расслабляемся, средства массовой информации выполняют функцию отвлечения.

В дополнение к функциям, описанным выше, средства массовой информации также выполняют функцию контроля, что означает, что они влияют или контролируют информацию, которая передается их аудитории. Эта функция десятилетиями анализировалась и обсуждалась исследователями массовых коммуникаций. В целом средства массовой

1. Альсулейман М. И. Особенности расселения Сирии. Вестник ТвГУ. Серия "География и геоэкология". 2017. № 2. С.33 -42
2. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учеб. Пособие для сотрудников вузов.- 2-е изд., перераб. И доп./Г.П. Бакулев – М.: Аспект Пресс, 2010, 192 стр.
3. Бодрийар Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Ж. Бодрийар. - Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2000.- 96 с.
4. Гатов В. Будущее журналистики <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/budushhee-zhurnalistiki/>
5. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов по специальности «Межкультурная коммуникация» / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин; под ред. А. П. Садохина. М.: ЮНИТИ, 2002. 352 с.
6. Иванов В.Ф: Журналистская этика: учебник / Валерий Иванов, Владимир Сердюк - М.: Высшая школа, 2014 - 231 с.
7. Иванов В. Ф. Массовая коммуникация: Монография/ В. Ф. Иванов. - Киев: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. - 902 с.

8. Измерение информационного общества [Электронный ресурс] https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS_2014_Exec-sum-R.pdf
9. Как отключили интернет в Сирии [Электронный ресурс] <https://d-russia.ru/otklyuchenie-strany-ot-interneta-precedent-by1.html>
10. Какорина Е. В. СМИ и интернет-коммуникация (области пересечения и проблемы взаимодействия) / Е. В. Какорина // Язык современной публицистики: сб. статей / сост. Г. Я. Солганик. - М.: Флинта: Наука, 2005. - С. 67-98.
11. Коммерсант. 7 тенденций современных СМИ. [Электронный ресурс] <https://www.kommersant.ru/documents/7tendenciSMI.pdf>
- 12.
13. Коротаев А.В. Лекция Андрея Коротаева «Арабская весна» // Лекторий. НИУ ВШЭ. 10.09.2013. [Электронный ресурс] <http://www.hse.ru/video/95333828.html>
14. Лебон Г. Психология масс. Книга II. Психология масс / Г. Лебон.[Электронный ресурс] www.i-u.ru/biblio/
15. Литвак А. Г. Пространственная организация мирового рынка IT-услуг. М.:НИСИПП, 2007.
16. Луи Альтюссер. Идеология и идеологические аппараты государства (заметки для исследования) [Электронный ресурс] <http://www.intelros.ru/readroom/nz/neprikosnovennyj-zapas-77-32011/10296-ideologiya-i-ideologicheskie-apparaty-gosudarstva-zametki-dlya-issledovaniya.html>
17. Маринович А. Н. Интернет-медиа как часть современных политических процессов: на примере сирийского конфликта [Электронный ресурс] https://elibrary.ru/download/elibrary_25107853_57398812.pdf
18. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи/ М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. - 480 с.
19. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 2002. Сс. 131-233
20. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет // Вопр. Философии. - 1989. - N 3. - [Электронный ресурс] <http://www.osa.sitcity.ru/htm>
21. Психология массовых коммуникаций: учеб. пособие / Д. В. Новиков, А.В. Иванов. - Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013. - 76 с. в свободной Прессе, 2013. - 902 с.
22. Сирия - Интернет-пользователи в % к населению [Электронный ресурс] <https://knoema.ru/>
23. Феномен социальных сетей в военном конфликте в Сирии - DW Новости (15.12.2016) [Электронный ресурс] <https://www.dw.com/ru/%D1%84%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD-%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D1%85-%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%B9-%D0%B2-%D0%B2%D0%BE%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%BC-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D1%82%D0%B5-%D0%B2-%D1%81%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%B8-dw-%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8-15122016/av-36787866>
24. Фомичева И.Д. Мультимедийность: новые возможности для решения старых проблем // Журналистика в 2003 г.: обретения и потери. Стратегии развития. М., 2004
25. Фрейд З. «Психология масс и анализ человеческого «Я» / Фрейд З. - СПб.: Издательский Дом «Азбука-классика», 2008. - 28 с.
26. Шестакова И. Г. К вопросу о значении ИКТ в современном мире [Электронный ресурс] https://elibrary.ru/download/elibrary_25421780_79784829.pdf
27. Bittner, J. R., Mass Communication, 6th ed. (Boston, MA: Allyn and Bacon, 1996), 11.
28. Daher Joseph. Syria, the uprising and the media scene [Электронный ресурс] <https://www.opendemocracy.net/en/north-africa-west-asia/syria-uprising-and-media-scene/>
29. Elizabeth Flock. Syria revolution: A revolt brews against Bashar al- Assad's regime [Электронный ресурс] https://www.washingtonpost.com/blogs/blogpost/post/syria-revolution-revolt-against-bashar-al-assads-regime/2011/03/15/ABrWNEX_blog.html
30. Emergency telecommunications cluster [Электронный ресурс] <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/ETC%20Syria%20SitRep%20%2326.pdf>
31. Exports: Telecommunication Equipment by Country Comparison. Syria. [Электронный ресурс] <https://www.ceicdata.com/en/indicator/syria/exports-telecommunication-equipment>
32. Gradual return of internet in Syria's Daraa: Electricity hampers continuation of internet coverage [Электронный ресурс] <https://english.enabbaladi.net/archives/2020/01/gradual-return-of-internet-in-syrias-daraa-electricity-hampers-continuation-of-internet-coverage/#ixzz6Xk4tmggG>

33. Interpersonal Relations [Электронный ресурс] <https://courses.lumenlearning.com/atd-hostos-interpersonalrelations-1/chapter/listening-chapters-chapter-5/>
34. Internet World Stats [Электронный ресурс] <https://www.internetworldstats.com/>
35. McQuail, D., McQuail's Mass Communication Theory, 6th ed. (Thousand Oaks, CA: Sage, 2010), 457.
36. Media and publishing in Syria. [Электронный ресурс] <https://www.britannica.com/place/Syria/Media-and-publishing>
37. Rogers E. M. Communication / Everett M. Rogers, Thomas M. Steinfatt. Prospect Heights, Illinois: Waveland Press, Inc, 1999. 292 p.
38. Romanowski P. How to incorporate a cultural component into ELT? // The teacher. 2005. № 12 (34). P. 48-53.
39. Self, C. C., Edward L. Gaylord, and Thelma Gaylord, "The Evolution of Mass Communication Theory in the 20th Century," The Romanian Review of Journalism and Communication 6, no. 3 (2009): 29.
40. Shaping the future of newspapers, WAN Report 2007—2008 [Электронный ресурс] http://archive.knightdigitalmediacenter.org/images/uploads/SFN_9.5_final_.pdf
41. Syria. History. [Электронный ресурс] <https://www.history.com/topics/middle-east/the-history-of-syria>
42. Social Media: a double-edged sword in Syria [Электронный ресурс] <https://www.reuters.com/article/us-syria-social-media/social-media-a-double-edged-sword-in-syria-idUSTRE76C3DB20110713>
43. Social Media Stats Syrian Arab Republic [Электронный ресурс] <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/syrian-arab-republic>
44. Syria profile – Media [Электронный ресурс] <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-14703914>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/127472>