

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ	5
1.1 Понятие и сущность социальных средств коммуникации	5
1.2 Социальные сети как средство современной коммуникации	9
ГЛАВА 2 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ	13
2.1 Основные понятия информационно-коммуникационных технологий	13
2.2 Развитие социальных коммуникаций на основе использования интернет-технологий	16
2.3 Роль информационных технологий в социальной коммуникации	20
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	23
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	25

ВВЕДЕНИЕ

XXI век – это время развития и освоения инновационных технологий. Современные инновационные коммуникативные технологии являются средством развития и формирования новых общественных отношений, новой технологической культуры. Процесс общения является в одно и то же время процессом взаимодействия и информационным процессом, отношением людей друг к другу, процессом взаимного влияния и процессом взаимопонимания. Или иначе, любые информационные процессы сегодня пересекаются с коммуникационными, и наоборот, любые коммуникационные процессы выполняют роль передачи информации, превращаются в информационно-коммуникационные.

Интерес к социальным коммуникациям в современном обществе неизменно высок. Глобальный переход от индустриального общества к информационно-коммуникативному характеризуется проникновением социальной коммуникации во все сферы жизни людей, переосмыслением коммуникативной природы социальной реальности, возникновением и развитием новых видов коммуникации, их воздействием на характер общественных отношений. Столь значительные перемены в развитии социальных коммуникаций во многом вызваны научными открытиями и техническими изобретениями, приведшими к созданию простых и доступных технологий хранения, обработки и передачи цифровой информации.

В этих новых условиях необходимо изучать новые виды социальных коммуникаций, анализировать их структуру и прогнозировать направление их развития и влияния на общество.

Целью данной работы является рассмотрение социальных коммуникаций как социокультурного явления, а также информационных и технических видов

социальных коммуникаций.

Объект исследования: социальные коммуникации.

Предмет исследования: информационные технологии в социальных коммуникациях.

Задачи исследования:

- рассмотреть понятие и сущность социальных средств коммуникации ;
- изучить социальные сети как средство современной коммуникации;
- выделить основные понятия информационно-коммуникационных технологий;
- выявить роль информационных технологий в социальной коммуникации;
- изучить развитие социальных коммуникаций на основе использования интернет-технологий.

Методы исследования: анализ научной литературы, сравнительно-сопоставительный, анализа и синтеза, метод дедукции.

Структура исследования. Курсовая работа состоит из введения, основной части, включающей 2 главы, заключения, списка использованных источников.

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ

1.1 Понятие и сущность социальных средств коммуникации

Понятия коммуникации, коммуникативных действий и практик, коммуникативный подход – стали популярными сюжетами в современных социогуманитарных исследованиях. Однако при этом обнаружилось значительное тематическое и концептуальное разрывы между использованием указанных понятий и подходов на разных уровнях исследований и в различных предметных контекстах. Философские тексты, макросоциологические теории рассматривают коммуникацию как одно из фундаментальных свойств социальности; социология коммуникации изучает не сколько процессов, представляющихся с этих позиций структурно и содержательно не совпадающими: межличностную и (микро) групповую коммуникацию («общение»), массовую коммуникацию, организационную коммуникацию; культурные исследования имеют дело с межкультурной коммуникацией; этнография (социальная антропология) изучает отдельные феномены общения в неформальных ситуациях в микросообществах [2].

Тем не менее, всеми ощущается возможность построения общей логики исследования коммуникации, не сводимой ни к социальной информатике или семиотике, ни к теории журналистики или связей с общественностью, ни к какой иной области (пусть и междисциплинарной), претендующей на то, что именно на ее основе и будет создана «коммуникативистика». Представляется, что важно выделить те теоретические схемы, которые позволят переходить от одного уровня абстракции к другому и от одной предметной области к другой.

Коммуникация будет нами рассматриваться как процесс создания и поддержания идентичности символическими средствами. Это содержание

коммуникативного процесса наглядно проявляется в массовых коммуникациях, достаточно явно нацеленных на идеологическую мобилизацию и формирование потребительских мотиваций с помощью категоризации, приписывания, сравнения индивидов и групп. Однако и в межличностном диалоге и автокоммуникации можно увидеть, что их конечной интенцией является определение и обоснование субъектом своего образа, статуса. При этом идентичность рассматривается как не просто маркировка (labelling) индивидом своей принадлежности к определенным социокультурным сообществам, но и как придание через это смысла своим действиям (их рационализация, в том числе объяснение, ценностное оправдание, аффективная окраска) [1]. Поэтому идентичность – всегда интерсубъективное явление: она выглядит при непосредственном наблюдении разделяемой и присваиваемой индивидуально (как употребляемая пища), хотя очевидно, что при этом выражает связь индивида с другими, реальными и вымышленными членами некоторого сообщества. Включенность индивида во многие сообщества определяет феномен множественной идентичности. Это, впрочем, можно наблюдать и на групповом уровне: некоторый коллектив может быть одновременно и элементом организационной структуры некоей фирмы, и группой друзей, и коллективным создателем какого-то предприятия (хотя бы зарегистрированной группой туристов) и т.д.

Формирование идентичности составляет, таким образом, содержание коммуникативных процессов, а достигается она путем использования широкого набора социальных средств коммуникации. Социальные средства, как уже отмечалось, не могут быть сведены к используемым физико-химическим и психофизиологическим технологиям и результатам их применения. Ими могут быть только различные социальные действия, создающие возможность и задающие рамки и способы их пересечения в тех или иных коммуникативных актах. Компонентами средств коммуникации, если мы рассматриваем их социальную составляющую, являются:

- конвенции (правила, нормы, законы, модели поведения, обычаи);
- тематизации (дискурсивные, понятийные, логические наборы);

- «регистры» (степень эмоциональности, эстетизации, патетики – эмотивность / безразличие, возвышенность / низменность, эксклюзивность / тиражируемость, праздничность / обыденность и т.п.) [9].

Любой акт коммуникации создается путем принятия (актуально или на основе ранее усвоенного опыта) определенных конвенций, включая и правила языкового общения, и этикетные нормы, и другие законы и обычаи («как взаимодействовать»), связанные со следующим компонентом – темой коммуникации, определяющей «по поводу чего коммуникация», а также переключением ситуативного «регистра». Поскольку каждый акт коммуникации неразрывно встроен в цепь (ткань) социальных отношений, он, с одной стороны, определяется предшествующими взаимодействиями, обуславливающими привлечение тех или иных средств коммуникации и соответствующих им компонентов. А с другой – неизбежно изменяет наличную ситуацию, выступая инструментом ее конструирования (реконструирования, деконструирования).

Определение коммуникации как процесса создания идентичности символическими средствами и различение социальной и культурной составляющей этого процесса позволили выделить социальные средства коммуникации и дать их типологию. В ней нашли отражение как аналитическая, так и историческая интерпретации коммуникативных практик. Исследование социальных средств коммуникации позволяет выйти за рамки описания культурных форм коммуникации (устных, письменных, печатных, электронных / цифровых и т.п.), и включить в анализ социальное содержание коммуникации.

Таким образом, именно социальные средства коммуникации пока получили наименьшее освещение в разного рода теориях и моделях коммуникации. Однако они являются важным звеном, без которого последовательный анализ коммуникативного обмена не возможен. Кроме того, он позволяет отделить собственно коммуникативные процессы от тех, которые имеют отношение к коммуникации, но являются иными по характеру обмена – управленческими, инструментальными. Это важно, чтобы избежать имеющего место бесконечного расширения понятия «коммуникация» вплоть до синонима любых социальных

отношений, или любых отношений, в которых транслируется информация. В каждом случае следует уточнять, какой из трех обменов мы рассматриваем [3].

Такой подход, кроме того, в некоторой мере позволяет преодолеть имеющиеся в исследованиях коммуникации концептуальные разрывы. Вопервых, между теориями межличностной, организационной и публичной / массовой коммуникации, связав их в единую схему, на основе которой можно осуществлять далее содержательный анализ. Во-вторых, между, с одной стороны, макросоциологическими, социально-теоретическими, философскими концепциями, рассматривающими коммуникацию как атрибутивное свойство социальности (через понятия символического, интерсубъективного, интеракции и т.д.), а с другой стороны, социологией коммуникации, журналистской теорией коммуникации, антропологией и психологией общения, лингвистикой, рассматривающими и абсолютизирующими в качестве нормативной модели отдельные культурные формы коммуникации.

Специалисты в области социологии коммуникации трактуют коммуникацию как способ взаимодействия людей, групп, народов, государств, с помощью которого осуществляется взаимопередача информации, чувств, смыслов, ценностей. Исследователями выделяются основные значения коммуникации:

- универсальное – коммуникация рассматривается как способ связи любых объектов материального и духовного мира;

- техническое – коммуникация как путь сообщения, связь одного места с другим, средство передачи информации и других материальных и идеальных объектов из одного места в другое;

- социальное – используется для обозначения и характеристики – многообразных связей и отношений; возникающих в человеческом обществе. В данном случае речь идет о социальной коммуникации – коммуникационных процессах в обществе. Различные уровни коммуникативных связей имеют свои особенности реализации в зависимости от процессов, форм и видов коммуникации. Поскольку коммуникации охватывают все сферы человеческой жизнедеятельности, то они представляют большой спектр видов и подвидов, находящихся в сложном

взаимодействии и оказывающих влияние друг на друга. Сегодня не существует универсальной единой системы классификации, тем не менее, в современной коммуникологии исследователями выделяются следующие основные виды: деловая, социальная, политическая, межэтническая, межличностная, массовая, межкультурная.

Понятие «коммуникация» (от лат. Communication – сообщение, передача) начало широко употребляться в научной литературе с начала XX века и сейчас используется в различных значениях. Если рассматривать дефиницию этого понятия подробно, то можно выделить два самых часто используемых значения. Коммуникация – это:

- 1) путь сообщения, связь одного места с другим (например, транспортная коммуникация, подземные коммуникации);
- 2) общение, передача информации от человека (группы) к человеку (группе), специфическая форма их взаимодействия в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи.

В социологии под коммуникацией в понимаются “и система, в которой осуществляется взаимодействие, и процесс взаимодействия, и способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию»

Различают множество видов социальной коммуникации. Рассмотрим некоторые распространенные классификации.

Общепринятой признана классификация видов коммуникации на основании уровня или контекста, в котором она осуществляется. Согласно этому критерию, наиболее часто выделяют следующие виды коммуникации: массовую, групповую и межличностную.

1. Массовая коммуникация – “процесс взаимодействия больших социальных групп людей (массовых аудиторий) для обмена ценностями культуры, в том числе социально значимой информацией, с помощью традиционных и специальных средств (масс-медиа) массовой информации.” Как правило, в массовой коммуникации передача информации осуществляется с помощью технических средств. Ее целью является влияние на большие группы людей, решение

политических или экономических задач, распространение идей и ценностей.

2. Групповая коммуникация – такой тип коммуникации, при котором общение происходит между небольшим количеством людей (от 3 до 30 чел.) из определенной социальной группы или организации в целях решения совместных задач.

3. Межличностная коммуникация - процесс общения (обмена и интерпретации информации) между двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом. Для межличностной коммуникации характерен ряд особенностей, которые составляют ее специфику как типа коммуникации.

Помимо перечисленных, в научной литературе выделяют внутриличностную, внутригрупповую, межгрупповую, межкультурную коммуникации.

Таким образом, коммуникация представляет собой:

- средство связи любых объектов материального и духовного мира;
- процесс общения, т.е. передачу информации от человека к человеку;
- передачу и обмен информацией в обществе в целях воздействия на него.

В человеческом обществе коммуникация осуществляется между индивидами, группами, организациями, государствами, культурами посредством знаковых систем (языков). Теория коммуникации – это комплексная теория, интегрирующая знания о коммуникационных процессах в природе и обществе со своей структурой, объектом, предметом, категориальным аппаратом, методологическими основами, общими и специфическими закономерностями.

1.2 Социальные сети как средство современной коммуникации

Широкое распространение информационных технологий – современная тенденция и практика дня. Они стоят на вершине общественной технологической пирамиды, определяя вектор социального развития. Принципиальное отличие современных условий – использование для коммуникаций интернет-технологий. Социальная сеть на основе Интернета становится распространенным явлением и

привлекает все большее внимание исследователей. В то же время явление практически не подвергалось всестороннему, системному изучению с точки зрения формального анализа.

В настоящее время понятие социальной сети чаще всего ассоциируют с интернет-сервисами для общения. Между тем подобные сервисы являются способом виртуальной коммуникации его Участников и представляют собой лишь важный частный случай общего понятия коммуникации. Социальные сети возникли одновременно с появлением человеческих сообществ, а их глубокое научное исследование можно отнести ко времени зарождения социологии, когда ученые обратились к изучению общественной жизни человека как качественно, так и количественно [4].

С точки зрения межличностного общения социальные сети являются способом обмена информацией между Участниками, с экономической точки зрения – средством обеспечения социального капитала. Социальные сети имеют ряд характеристик, по которым они могут подвергаться классификации, в том числе отличаться по частоте взаимодействия Участников, плотности контактов и т. п. Количественное представление характеристик социальных сетей позволяет сравнивать их между собой. Феномен социальной сети в Интернете требует внимательного анализа, особенно в связи с тем влиянием, которое она оказывает на общественное мнение.

Интернет-сервис социальной сети определяется как сервис, который предоставляет пользователю возможность создать стандартизированную личную веб-страницу, разместить в пользовательском разделе личные данные, а также установить и формализовать связи с прочими пользователями сервиса [10]. Среди основных особенностей сервисов социальных сетей наибольший интерес представляют следующие:

- изначальное равенство прав и обязанностей пользователей в сети;
- подготовка и публикация абсолютного большинства материалов самими пользователями сервиса.

Важнейшими чертами пользовательского интерфейса социальных сетей

являются доступность публикаций различного типа:

- мгновенное реагирование на общественно-политические, культурные и личные события; их комментирование и обсуждение;
- демонстрация своих творческих и профессиональных достижений; публичное воспроизведение музыки/видео.

Система «дружеских связей» между пользователями способствует формированию механизмов разграничения уровней доступа к информации. Система тэгов помогает сортировать линейно поступающую информацию (здесь немаловажна метафора «ленты» друзей, то есть не иерархизированная последовательность сообщений). В соответствии с числом участников коммуникации интернет-опосредованное общение относят к массовой коммуникации, включающей элементы группового (общение в Интернет-сообществах) и межличностного (в лично ориентированных жанрах) общения [9].

Социальные сети предоставляют своим пользователям все виды группового, личного и личностного общения (группы на сайте Вконтакте и Facebook, личные страницы пользователей с возможностью оставлять комментарии, переписка – личные сообщения, имеющие характер непосредственного общения онлайн). В социальных сетях трансформируется такая традиционно выделяемая исследователями Интернета характеристика, как анонимность. Привычные особенности, например, для чата - отсутствие достоверной / полной информации о коммуниканте, скрытость или искаженность физических и статусных параметров [7], в социальных сетях неправомерны или почти неправомерны.

Пользователь соцсети, как правило, не аноним, он имеет личностную идентичность, реальную «семью» и «друзей», и это находит отражение в стандартном наполнении профиля пользователя социальной сети (фамилия, имя, родной город, образование, школа, вуз, факультет, деятельность, интересы, деятельность, фотографии и т.п.). Для соцсетей вполне подходит следующая характеристика реально-письменного, не виртуального общения: «В не виртуальном общении человек более ограничен в возможностях управления информацией о себе

рамками реально воспринимаемых собеседником пола, внешности, признаков социального статуса, профессии и т. д.» [6].

В связи с этим претерпевают изменения такие базовые характеристики интернет-общения, как статусное равноправие участников или неограниченность в выборе языковых средств. «Автор эксплицирован всегда, это связано с технической стороной общения: программное обеспечение сайта «В Контакте» автоматически подписывает автора «реплики» и размещает ссылку на его страницу. Соответственно автор оказывается не только «раскрыт», выявлен, но и находим, существует возможность обратной связи» [16].

Точно также и образ адресата в соцсетях не вполне совпадает с характеристиками адресата в интернете в целом: адресат не столько «конструируется» [8] автором сообщения, сколько сведения о нем, через текст, дополняют имеющийся образ реальной личности. Конструирование виртуального образа вступает в сложные отношения с образом реального человека. В то же время остаются неизменными цели общения, игровой характер взаимодействия; также остается верным и для соцсетей замечание И. А. Стрыгин: «единственная реальность личности в виртуальности суть реальность самопрезентации» [13].

В целом материал социальных сетей заставляет усомниться в тотальности виртуального общения (как синонима интернет-опосредованной коммуникации): общение в социальных сетях отсылает не столько к воображаемому адресату, сколько к знакомой, так или иначе, личности. Тем самым сделан шаг к объединению виртуального общения с личным, общением в малых и больших социальных группах (класс, факультет, место работы и т.д.).

Классификации социальных сетей, существующие на сегодняшний день, отличаются неупорядоченностью. Некоторые авторы относят к соцсетям и блог-платформы и предлагают собственную типологическую классификацию [10]. По этой классификации сети «Вконтакте» и «Facebook» относятся к социальным сетям анкетного типа. В этом отношении показательно название одной из наиболее популярных соцсетей в русскоязычном интернете – «Одноклассники»; одним из первоначальных вариантов названия сети «Вконтакте» было Studlist.ru, что говорит о

целевой аудитории сети – студентах, одногруппниках и однокурсниках. Наиболее популярная в мире социальная сеть, Facebook, была вначале доступна только для студентов Гарвардского университета, затем регистрация была открыта для других университетов Бостона, а затем и для студентов любых учебных учреждений США. Сегодня существуют сети различной направленности, однако общей тенденцией является объединение не анонимных, а известных лично пользователей интернет.

Таким образом, социальная сеть оказывается дополнительным каналом общения, вариативным, для уже знакомых людей; вместе с тем социальные сети являются и местом знакомства. Виртуальный дискурс социальных сетей представлен набором жанров, среди которых выделяют исконно сетевые жанры и жанры, заимствованные из других сфер общения [5]. Опираясь на положения М.М. Бахтина, мы определяем речевой жанр как типичную модель речевого поведения в повторяющихся коммуникативных ситуациях определенной сферы человеческой деятельности.

Жанры интернет-опосредованной коммуникации могут быть охарактеризованы исходя из совокупности следующих параметров: тематический признак; коммуникативная цель; сфера общения; образ автора и читателя; режим синхронного/асинхронного времени; диалог/полилог; форма объективизации (близость к устному или письменному тексту); композиция; языковые особенности. И.А. Стрыгин считает, что с лингвистической точки зрения основные различия между жанрами интернет-коммуникации определяются степенью выраженности признака книжности/разговорности [13]. Среди специфических интернет-жанров выделяют следующие: электронная почта (электронное письмо), чат, блог, форум (виртуальная конференция), гостевая книга, электронные доски, различные игры и развлекательные проекты.

Таким образом, интернет-коммуникации сегодня можно рассматривать как особую социальную среду. В ней есть специфический язык взаимодействия; специфические нормы взаимодействия; избирательная трансляция социальных стандартов; своя социальная иерархия, в основе которой лежит возможность влияния на ход коммуникации. В отличие от обычной реальности, Интернет-среда

характеризуется гораздо большей социальной неопределенностью – и в силу своей динамики, и в силу принципиальной безграничности, и в силу наличия большего разнообразия возможностей коммуникации. Иными словами – если бытие человека в социальном мире остается относительно структурированным, то его «виртуальная жизнь» не имеет привычных рамок для самокатегоризации. В условиях современной жизни, её стремительного ритма, постоянной нехватки времени именно Интернет делает общение в первую очередь доступным, обеспечивая связь с любым адресатом коммуникативного сообщения из любой точки мира, единственным условием при этом является наличие компьютера или мобильного телефона с выходом в Интернет.

ГЛАВА 2

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ СРЕДСТВ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

2.1 Основные понятия информационно-коммуникационных технологий

В настоящее время в сфере образования существует ряд понятий, связанных с интенсивным процессом информатизации. Информационные технологии – это совокупность знаний о способах и средствах работы с информационными ресурсами, и способ сбора, обработки и передачи информации для получения новых сведений об изучаемом объекте. Информационная технология – это педагогическая технология, использующая специальные способы, программные и технические средства (кино, аудио – и видео средства, компьютеры) для работы с информацией. Компьютерные технологии – это вспомогательные средства в процессе обучения, так как передача информации – это не передача знаний [2].

Последние годы термин «информационные технологии» часто выступает синонимом термина «компьютерные технологии», так как все информационные технологии в настоящее время так или иначе связаны с применением компьютера. Однако, термин «информационные технологии» намного шире и включает в себя «компьютерные технологии» в качестве составляющей. При этом информационные технологии, основанные на использовании современных компьютерных и сетевых средств, образуют термин «Современные информационные технологии».

Информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) – это обобщающее понятие, описывающее различные устройства, механизмы, способы, алгоритмы обработки информации. Важнейшим современным устройствами ИКТ являются компьютер, снабженный соответствующим программным обеспечением и средства телекоммуникаций вместе с размещенной на них информацией.

Под средствами современных информационных и коммуникационных технологий понимают программные, программно-аппаратные и технические средства, а так же устройства, функционирующие на базе микропроцессорной, вычислительной техники, а также современных средств и систем транслирования информации, информационного обмена, обеспечивающие операции по сбору, продуцированию, накоплению, хранению, обработке, передаче информации и возможность доступа к информационным ресурсам компьютерных сетей (в том числе глобальных).

К средствам современных информационных и коммуникационных технологий относятся ЭВМ, ПЭВМ, комплекты терминального оборудования для ЭВМ всех классов, локальные вычислительные сети, устройства вводавывода информации, средства ввода и манипулирования текстовой и графической информацией, средства архивного хранения больших объемов информации и другое периферийное оборудование современных ЭВМ; устройства для преобразования данных из графической или звуковой формы представления данных в цифровую и обратно; средства и устройства манипулирования аудиовизуальной информацией (на базе технологий Мультимедиа и «Виртуальная реальность»); системы искусственного интеллекта; системы машинной графики, программные комплексы (языки программирования, трансляторы, компиляторы, операционные системы, пакеты прикладных программ и пр.) и др.; современные средства связи, обеспечивающие информационное взаимодействие пользователей как на локальном уровне (например, в рамках одной организации или нескольких организаций), так и глобальном (в рамках всемирной информационной среды).

Если в качестве признака информационных технологий выбрать инструменты, с помощью которых проводится переработка информации (инструментарий технологии), то допускается выделить следующие этапы ее развития:

1-й этап (до второй половины XIX в.) - «ручная» информационная технология, инструментарий которой составляли: перо, чернильница, книга. Коммуникации осуществлялись посредством посылки через почту писем, пакетов, депеш и др. Главная задача технологии - представление информации в нужной форме.

2-й этап (с конца XIX в.) - «механическая» технология, оснащенная более совершенными способами доставки почты, инструментарий которой составляли: пишущая машинка, телефон, диктофон. Главная задача технологии - представление информации в нужной форме более современными удобными средствами.

3-й этап (40 - 60-е гг. XX в.) - «электрическая» технология, инструментарий которой составляли: большие ЭВМ и соответствующее программное обеспечение, электрические пишущие машинки, ксероксы, портативные диктофоны. Главная задача информационной технологии начинает перемещаться с формы представления информации на формирование ее содержания.

4-й этап (с начала 70-х гг.) - «электронная» технология, главным инструментарием которой становятся большие ЭВМ и формируемые на их базе автоматизированные системы управления (АСУ) и информационнопоисковые системы, оборудованные широким диапазоном базовых и специализированных программных комплексов. Центр тяжести технологии еще больше сдвигается в сторону формирования содержательной стороны информации для управленческой среды всевозможных сфер социальной жизни, в особенности на организацию аналитической работы.

5-й этап (с середины 80-х гг.) - «компьютерная» («новая») технология, главным инструментарием которой является персональный компьютер с широким диапазоном стандартных программных продуктов различного предназначения. На данном этапе происходит процесс персонализации автоматических систем управления (АСУ), который проявляется в создании систем поддержки принятия решений определенными специалистами. Похожие системы имеют встроенные элементы анализа и искусственного интеллекта для разных уровней управления, реализуются на персональном компьютере и используют телекоммуникации. В связи с переходом на микропроцессорную базу важным переменам подвергаются и технические средства бытового, культурного и других назначений.

6-й этап – «сетевая технология» (иногда ее считают частью компьютерных технологий) на этапе становления в настоящее время. Этап начала широкого использования в различных областях глобальных и локальных компьютерных сетей.

Ей предсказывают в ближайшем будущем бурный рост, обусловленный популярностью ее основы - глобальной компьютерной сети Интернет.

По способу установления и поддержания контакта коммуникации подразделяются на непосредственные (прямые) и опосредованные (дистанционные).

Непосредственная коммуникация - это коммуникация, осуществляемая напрямую с использованием вербальных и невербальных средств в пределах визуального восприятия. Опосредованная коммуникация происходит через посредников, которыми могут быть как люди, так и различные технические средства. В нашей работе нас интересуют именно технические и информационные средства социальной коммуникации.

Средства социальной коммуникации постоянно развивались на протяжении истории. На этом пути можно выделить несколько скачков в развитии технологий, оказавших значительное влияние на формирование коммуникативного пространства:

- появление письменности,
- появление книгопечатания,
- появление радио,
- появление телевидения,
- появление компьютеров,
- появление Интернета,
- появление мобильных устройств.

По форме все средства коммуникации можно разделить на устные, письменные и визуальные. Устная коммуникация осуществляется через IP-телефонию, звонки в специальных приложениях, голосовую почту.

Письменная реализуется через тексты, которые могут храниться как на серверах, так и локально на устройствах хранения информации, а так же в виде общения в чатах, приложениях-мессенджерах, социальных сетях. Визуальная – посредством видеоинформации, графических изображений и иллюстраций, видеозвонков. Некоторые средства используют сразу несколько форм коммуникации – например, социальные сети.

Таким образом, развитие информационных технологий и средств

телекоммуникаций создает основу для осуществления научных и образовательных и научных программ на качественно новом уровне. Создание скоростных телекоммуникаций и разработка технологий реального времени дает возможность реализации моделей распределенной социальной среды, построенной на технологиях удаленного доступа к информационным ресурсам и компьютерных средствах общения.

2.2 Развитие социальных коммуникаций на основе использования интернет-технологий

Основная функция интернета, связанная с получением информации, сегодня перестает быть ведущей, такую роль берет на себя функция коммуникации. Прежде всего, следует отметить, что общение в сети осуществляется в условиях массовой коммуникации и, следовательно, имеет свои особенности в отличие от традиционного прямого общения в жизни. Развитие интернет технологий в современном мире совпадает с распространением других сетевых форм организации человеческой жизнедеятельности. Современную цивилизацию также можно представить, как культуру сетей (глобальные сети).

Парадигма информационного общества понемногу сменяется парадигмой «сетевого общества», то есть упор переносится с содержания знаний, коммуникаций на вербальное общение, так как информация - это не всегда знания, но всегда коммуникации. Коммуникация - это процесс передачи и восприятия информации, как в межличностной, так и в массовой коммуникации по различным каналам с помощью различных невербальных и вербальных средств коммуникации. Интернет - это карта с различными входами, каждый из которых является отправной точкой. Возможности пользователя, это запуск маршрута по сети любого узла, и последующие шаги в киберпространстве с его разветвленной структурой и

множеством связей.

Виртуальная коммуникация в эпоху Интернета является очередным этапом в развитии социальной коммуникации и характеризуется следующими особенностями:

- во-первых, развитие форм человеческого общения, допускающие неоднозначную идентификацию субъектов общения;
- во-вторых, усиление многопланового характера общения;
- в-третьих, расширение культурного фона общения, также смягчение роли традиции в общении;
- в-четвертых, усиление маргинализации сознания, что изменяет роль образования в обществе.

Следует отметить, что в фундаменте виртуальной коммуникации лежит отсутствие физического контакта коммуникаторов, даже в современном обществе большинство средств коммуникации в интернете являются текстовыми. Что означает, единственным источником информации о собеседнике в виртуальной коммуникации является его текстовые сообщения. Использование традиционных механизмов коммуникаций, таких как факс или проводной телефон заменили новыми технологиями - обмен мгновенными сообщениями, электронной почты, голосовой связи и видеосвязи, осуществляемые через Интернет.

В настоящее время уже существует ряд продуктов, каждый из которых снабжает работу коммуникационного механизма. Интернет коммуникации - это методы общения, при которых информация передается через Интернет благодаря стандартным представлениям информации. Информация может передаваться в различной форме – документы, файлы, голос, видео, мгновенные сообщения. Виды информационно коммуникативных технологий:

- кабельное телевидение;
- компьютерные презентации;
- Telegram;
- электронные библиотеки, книги, справочники;
- мультимедийные устройства.

Выделяют следующие основные виды общения в Сети:

1 – общение в режиме реального времени: Whats App, Viber, SMS

- с одним собеседником (выбирается определенный канал для такой коммуникации);

- с большим количеством людей одновременно.

2 – общение, при котором сообщения к получателю приходят с отсрочиванием:

- с одним собеседником (электронная почта);

- со многими людьми - участниками телеконференции: Skype, FaceTime.

Существует множество методов передачи информации, также существуют различные способы общения. Например, такие как:

– Facebook-Сайт популярной социальной сети. Изначально Facebook был сайтом для общения студентов Гарвардского университета. Он предлагает своим пользователям разнообразные инструменты для поиска знакомых и друзей. Сайт поддерживает создание профилей пользователей, приглашение друзей, обмен сообщениями, размещение фото и видео также среди популярных функций – «стена» пользователя, где друзья могут оставлять публичные сообщения (комментарии);

– Социальная сеть «одноклассники» на сегодняшний день является самой многочисленной - в ней зарегистрировано около 14 миллионов пользователей. В отличие от сети «В Контакте», «Одноклассники» имеют худшую программную реализацию;

– Электронная почта – с помощью, которой люди отправляют важные файлы, документы, отчеты и многое другое.

Проведем сегментирование целевой аудитории социальных сетей (рисунок 2.1).

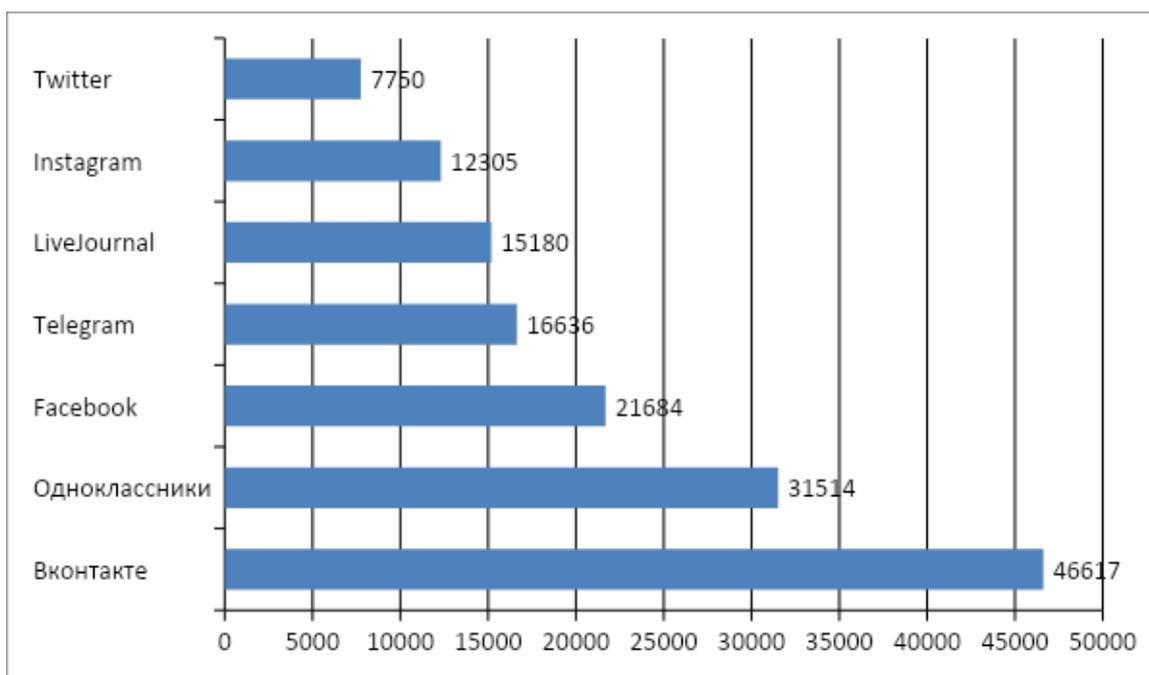


Рисунок 2.1 – Количественный анализ пользователей соц.сетей, тыс.чел.

Примечание. Источник [11]

Согласно рисунку 2.1 можно выявить, что наиболее популярными социальными сетями являются ВКонтакте и Одноклассники. Важно отметить, что с каждым месяцем популярность набирает такая социоплощадка как Telegram.

Возрастная сегментация пользователей социальных сетей представлена на рисунке 2.2.

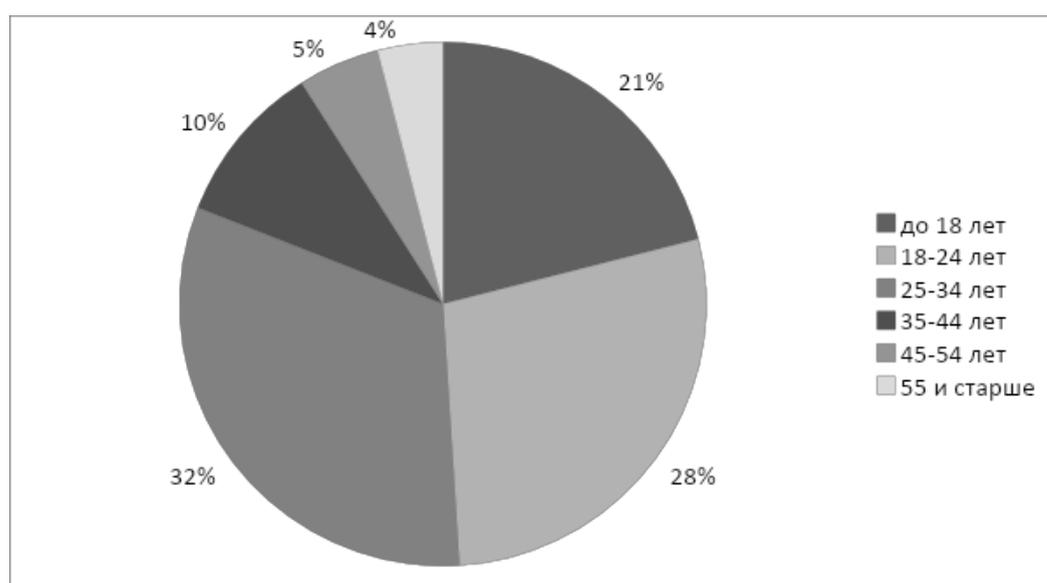


Рисунок 2.2 – Возрастной анализ пользователей соц.сетей, %.