****

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский Государственный Социальный Университет»**

Специальность – Информационные системы (по отраслям)

Дисциплина «**Социальная информатика**»

«**Интернет как средство социальной коммуникации**»

**Выполнил:**

студент 2 курса

группы ИН-К-0-Д-2020-2-11,

Чайковский Н. О.

**Проверил:**

преподаватель

Строев Д. С.

Введение

Актуальность выбранной темы связана, вроде как, с потребностями развития теории социологии средств массовой коммуникации и социологии Веба (пока только формирующейся в качестве отдельной области познания в масштабах социологии). Если посмотреть с другой стороны, наблюдаемое резвое развитие Интернета и его внедрение в разные стороны жизни людей, в первую очередь, в хорошем качестве средства массовой коммуникации, просит научного анализа происходящих у нас в стране процессов.

Веб, появившись условно недавно, стал одним из более оживленно развивающихся явлений современного сообщества, С ростом его аудитории, которая на данный момент сочиняет уже около 600 млн. чел. по во всем мире, Веб становится средством сложно массовой, но глобальной коммуникации, перешагивающей через национальные границы и соединяющей мировые информационные ресурсы в единую систему.

Если сказать о России, то, невзирая на катастрофическое отставание от продвинутых стран, развитие российского сегмента сети Интернет также идет довольно вескими темпами, и по объемам информационного заполнения, и по расширению аудитории. Ступень научной разработанности темы. Веб завлекает довольно активный исследовательский энтузиазм ученых в области гуманитарных наук: специалистов по психологии, политологов, социологов, экономистов, юристов, философов. Необходимо подчеркнуть достаточно большой объем гуманитарных и научных заморочек (в различной ступени разработанных) в исследовании Веба.

Цель данной работы состоит в выявлении нормативно-ценностных и  социальных структур, которые возникают  в результате функционирования и  развития Интернета как средства массовой коммуникации, а также проведение социологического анализа аудитории  Интернета. Интернет как средство массовой коммуникации, его аудитория. Предмет исследования - Функционирование и развитие Интернета как средства массовой коммуникации, реализация его социально-культурных функций, структура и динамика аудитории Интернета.

Интернет как средство массовой коммуникации

Коммуникативная функция  Интернета

Средства коммуникации, по определению, призваны связывать которые важно служить средствами их общения. Массовые коммуникации служат средством связи для массового субъекта.

Коммуникация средством Веб устроена таким макаром, что на одном полюсе действует проф производитель инфы, а на ином всегда остается массовый субъект - заблаговременно неопределенное по численности огромное количество анонимных пользователей. К анонимности часто тяготеет даже полюс производства инфы, такая сила ее природы в этой медийной среде. Недаром в Веб множество сведений, происхождение которых не установлено. Заново было это осознанно с возникновением флэш- и смарт-мобов, в каком месте анонимность построена в принцип.

В силу анонимности разворачивается царство измышленных персонажей, сменяемых и устойчивых масок. Очевидно, разного рода замены, неопознанность соучастников общения не исключается и в обычных СМИ.

Веб-разработка делает коммуникацию трансграничной. Общение перестает быть привязанным к местоположению контактирующих. На этой базе Веб может исполнять социально-креативную функцию, т. е. сформировывать новые общности с единичной базой данных и общим ценностно-нормативным основанием дома. Общая направленность развития средств распространения инфы состоит в утверждении гетерархического (горизонтального, равноправного) порядка на месте иерархического (вертикального, с преобладанием одного из субъектов общения). Происходит переход от односторонней к двухсторонней модели коммуникации.

В критериях Интернета аудитория может участвовать в производстве и размене информацией, включая и меж собой. Аудитория перестает (если захотит) быть только получателем известий. Но тут внедрение интерактивных возможностей ни в какое время не преодолеет естественного разделения ролей.

В сетевой интерактивности выделяют три нюанса: люди и документы (возможность для юзера сформировывать и реализовывать запрос на информацию), люди и разработка (приспособленность, удобство информационной технологические процессы для юзеров) и более увлекательный для социолога нюанс люди и люди. В последнем случае речь звучит о приспособленности данной коммуникации к двухстороннему общению, о соц технологиях общения, которые подсобляют достижению положительных соц целей; про то, как реализуется возможность коммуникации меж журналистами, сообществом, властью и делом - главными субъектами, выделяемыми в анализе функционирования современного сообщества.

Анализируя коммуникативную функцию Веб, следует распознавать понятия интерактивность и оборотная связь. 1-ое обширнее 2-го. Оборотная связь - это реакция, отклик субъекта на информационное воздействие. Конкретно в этом качестве в Веб пока почаще всего употребляется функция форум. Да и характеристики посещаемости тоже выступают в роли оборотной связи: свидетельствуют про то, заинтересовались ли интернет-сайтом и его контентом юзеры. Интерактивность же предполагает и прочие способности: контроля юзера над содержанием (запрос, оценка), участия в его формировании через постановку заморочек для освещения и обсуждения, инициативу в обсуждении, авторство, обмен сужденьями с иными юзерами и так далее Некие способности такового рода могут употребляться и в обычных СМИ. Но чего уж вслед за тем ни в какое время не было - так это способности общения по горизонтали, меж пользователями.

Однако потенциал новейшей технологические процессы реализуется только через активность людей.

Наследуя обретенные классическими СМИ формы оборотной связи и общую свою способность к интерактивности, Интернет может развивать их до уровня настоящей двусторонности, реальной интерактивности, другими словами до сочетания синхронной (одновременной) и асинхронной (неодновременной) оборотной связи, с одной стороны, и способности размена информацией между юзерами, другими словами истинной двусторонности, - с иной. Это все происходит в некой и той вот же медийной сетевой среде, что, естественно же, упрощает для юзера овладение абсолютно всеми предоставляемыми способностями.

Информационная функция  Интернета

В строгом соответствии с общей природой СМИ информация в интернет-каналах открыта для каждого, ограничения могут являться связаны только с платностью.

Как отмечалось, равная доступность ресурсов - одна из ключевых заморочек социологических исследовательских работ и практического развития Интернета. Оптимисты уповают, что Сеть облегчит заслуги равенства для ранее ущемленных групп. Но пока новое цифровое неравенство воссоздаёт и даже ухудшает ранее сложившееся положение вещей.

На основе информационной функции СМИ способны выполнять и функцию формирования повестки денька, либо фокусирования общественного внимания. В глобальной сети интернет этот процесс затрудняется, во-1-х, колоссальным ростом количества ресурсов (диверсификацией), посреди которых пользователь может выбирать этот сочтет необходимым. Во-2-х, присущей ему возможностью быстрого обновления контента до режима реального времени. Предстоит исследовать, к какой-никаким соц последствиям приведет невиданное доныне обилие и темп обновляемости инфы в Сети, возможность для каждого юзера определять собственный маршрут, что содействует разделенью, демассификации аудитории. Не растеряет ли весьза этого общество возможность поддерживать единую информационную, а совместно с тем и культурно-ценностную базу? К этому ведет и асинхронность (неодновременность) получения инфы юзерами. Газеты, радио, телевидение своими повторяющимися выходами точно устраивают для аудитории сеансы, выпуски рассчитаны на более либо наименее одновременное восприятие, в Сеть же каждый входит в комфортное себе время (типично, что создатели веб-сайтов, в небольшом отличии от офлайновых коллег, не напрягают себя объявлениями о периодичности и моментам обновления контента, юзер прибывает к этому познанию в результате своей практики).

Ценностно-регулирующая  функция

Содержание этой функции значительно совпадает с той вот, что Г. Лассуэллом было названо функцией корреляции дела к реальности, присущей абсолютно всем соц коммуникациям. Семья и школа производят первичную социализацию, другими словами приобщение личности к познаниям, общепризнанным меркам, ценностям, опыту, традициям, скопленным сообществом и окружающей социальной микросредой. Дальше в современном сообществе эта функция в веской мере перебегает к СМИ. Они служат выработке и сохранению общей ценностно- нормативной платформы: что есть отлично, что есть плохо и как, соответственно, стоит мыслить и поступать.

Веб приносит технологически принципиально новейшую ступень свободы в размене информацией, способности высказать свою позицию на обилье площадок.

Развлекательная функция  Интернета

Веб - среда, в каком месте стираются включая пространственные рубежи, а также границы меж сферами жизнедеятельности людей: работой и бытом, хобби и реализацией штатского статуса, обучением и весельем. Средства для информационного обеспечения этих сфер и участия в них находятся в единичной медийной среде, дистанция между различными сферами фактически не чувствуется.

Нельзя утверждать, что обозначенные способности Интернета уникальны. Они проявились еще в обычных СМИ, неподражаемо на телевидении. В прошлые годы официальные идеологи в штыки встречали пробы социологов включать в спектр функций СМИ развлекательную. Дискуссии на этот счет закончились победой таковой функции включая в теории, а также практически: современные радио и телевидение, ну и великая часть печатной периодики, оказываются средствами утехи, часто и во вред иным функциям.

Сначала использование Вебом не связывалось с отдыхом. Снаружи тривиальный образ вида, обычный для ТВ, у Веба проявился никак не сразу. Но зато, обнаружив возможность быть включая созерцателями, да и конкретными соучастниками забавы (а это особенный и важный вид активности), люди живо поставили новое средство на службу веселию. Наиболее явная тенденция в освоении Прибегают к помощи человечеством заключается в том, что вместе с инвентарем зания, средством обучения и информирования он преобразуется в метод утехи для массы людей.

Будущее покажет, станет ли веселие одной из главных соц функций Сети. Пока же ее развитие переживает такой шаг, когда в силу массовизации аудитории дела ее с Вебом теряют былую серьезность.

Заключение

Значит так, мы дали понятие Вебу как средству массовой коммуникации, сделали анализ аудитории Интернета как во всем мире в целом, так и в России, осмотрели коммуникативную функцию Интернета, информационную функцию Интернета, ценностно-регулирующую функцию Веба, развлекательную функцию Интернета.

Из всей массы вышесказанного можно сделать следующие выводы:

Веб - это более действенное и комфортное средство массовой коммуникации. Веб - это клуб для многостороннего беспредельного открытого общения.

Веб - это средство реструктуризации сообщества и главных сфер публичной жизни (экономики, науки, политики).

Веб меняет весь стиль жизни которые важно стиль мышления человека, трансформирует личность, расширяет ее границы. Увеличивается соц мобильность, создаются новые модели поведения, технологические процессы воздействия на общее сознание становятся эффективными в наибольшей степ. Развитие новых информационно-коммуникативных технологий содействуют интернационализации базаров труда и усилению их взаимозависимости, индивидуализации и плюрализации стилей жизни.

Можно сказать, что исследования Прибегают к помощи как нового средства массовой коммуникации сегодня еще только начинаются, часто они только успевают фиксировать кое-какую феноменологию во вред ее многостороннему исследованию и анализу, но их актуальность и практическое значение не будет сомнения. Реалии информационного века все более становятся социальной реальностью современной России, актуализируя необходимость последующего научного поиска в данном направлении.

Список  использованной литературы:

1) Вартанова Е.Л. Новые проблемы и приоритеты цифровой эпохи // Информационное общество – 2005. – вып. 3.

2) Войкунский А.Е. Гуманитарные исследования в Интернете - М., 2007.

3) Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. – КноРус, 2012.

4) Дайсон Э. Жизнь в эпоху Интернета. Release 2.01. М., 2012.

5) Кастельс М. Галактика Интернет. М., 2009.

6) Купер И.Р. Гипертекст как форма организации социального знания // Социологический журнал. 2006. – N 1/2.