

УДК 004

DOI: 10.34670/AR.2020.61.95.041

Важность интернет-коммуникации в современном мире**Хасаев Муслим Сатович**

Студент,

Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: difficult.id@mail.ru**Халиев Магомед Саид-Усманович**

Старший преподаватель,

кафедра бизнес-информатики,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: khaliev@mail.ru**Аннотация**

В данной статье рассматривается роль интернет-коммуникации в жизни современного общества. Авторы отмечают, что современный мир невозможно представить без общения в медиaprостранстве. Проанализированы основные способы интернет-коммуникации, а также проблемы, существующие в данной области. Говорится о том, что существуют как положительные, так и отрицательные стороны использования сети Интернет и социальных сетей. Главная особенность Интернета заключается в том, что он почти не имеет ограничений, нежели телевидение, радио или печатные издания, а потому является самым перспективным видом коммуникации в современном обществе, предоставляющим большие возможности для проведения разных видов PR-мероприятий, чем привлекает огромное количество людей. Также он способствует направленному воздействию на определенную аудиторию, что выгодно пользователям, которые намерены продавать свои товары и услуги в сети.

Для цитирования в научных исследованиях

Хасаев М.С., Халиев М.С.-У. Важность интернет-коммуникации в современном мире // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 9А. С. 372-376. DOI: 10.34670/AR.2020.61.95.041

Ключевые слова

Интернет-коммуникация, способы коммуникации, роль медиaprостранства, социальные сети, проблемы виртуального общения.

Введение

Интернет-коммуникации (ИК) представляют собой способы общения, при которых передача информации производится по каналам связи с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации в разной форме: сообщения, видео, голос, файлы и другое.

Роль интернет-коммуникации в современном обществе

Интернет-коммуникации – это, в первую очередь, проявление активности аудитории и ее взаимодействие. Различают несколько более распространенных типов взаимодействий (ИК):

1. Человек – компьютер. Позволяет получать информацию, несмотря на физическое расположение источника информации, отправлять и хранить информацию на этом компьютере. Интернет является своеобразным хранителем информации [Друкер, 2007]. В качестве получателя и отправителя информации может выступать телефон или иные устройства связи.

2. Человек – человек. Интернет-пользователь может взаимодействовать с любым другим пользователем и использовать все типы передачи информации, такие как изображение, голос, сообщение, видеозвонки.

3. Один человек – группа людей. Типичный вид массового взаимодействия. Информация отправляется большому количеству людей в один промежуток времени. Интернет глобализирует этот тип взаимодействия. Также Интернет позволяет создавать архивы, которые могут использовать другие пользователи.

4. Группа людей – один человек. Позволяет компоновать информацию от группы людей и систематизировать ее.

5. Группа людей – группа людей. Единовременное общение большого количества людей по всему миру.

Интернет является новым и интенсивно развивающимся средством массовой коммуникации. Он предоставляет большие возможности для проведения разных видов PR-мероприятий, чем привлекает огромное количество людей. С этой позиции Интернету присущи следующие особенности:

1. Отсутствие централизованной организационной структуры и динамичность распространения информации.

2. Взаимодействие в Интернете носит интерактивный характер, позволяет интенсивно взаимодействовать двум и более пользовательским сторонам.

3. Интерактивность позволяет делать правдивый анализ сложившейся ситуации и своевременно реагировать в нужный момент.

4. Интернет способствует направленному воздействию на определенную аудиторию, в котором заинтересована та или иная кампания. Каждодневно появляется все больше и больше пользователей, которые намерены продавать свои товары и услуги на просторах Интернета. Именно эта особенность и привлекает данных пользователей [Штукарева, 2014]. В связи с этим появилось множество новых профессий, которые входят в сферу SMM (маркетинг в социальных сетях). Они и способствуют воздействию, направляя целевую аудиторию на нужную платформу. Тем самым выделение целевой аудитории приводит к максимально эффективному

взаимодействию и быстроте достижения цели.

5. Самая главная особенность Интернета состоит в том, что он почти не имеет ограничений, нежели телевидение, радио или печатные издания [Халяпина, 2005]. Таким образом, Интернет является самым перспективным видом коммуникации в современном обществе.

Интернет и социальные сети имеют как положительные, так и отрицательные стороны. Ранее люди и представить не могли, что через какой-то промежуток времени смогут общаться на расстоянии тысячи километров, звонить из одного конца света в другой. Безусловно, это и является огромным плюсом Интернета. Однако существует и ряд минусов. Самый главный недостаток заключается в том, что общество отчуждается от мира и привыкает к интернет-общению, забывая о реальности. Появляется ряд проблем как с психическим, так и с физическим здоровьем. Нельзя не упомянуть интересы интернет-пользователей. Многие жаждут популярности и переходят грани разумного. Также из-за разного трафика разных национальностей, религий и тому подобного возникает ряд проблем, связанных с ущемлением прав (шовинизм, расизм и т.д.), разностью взглядов.

Заключение

Таким образом, главным продуктом производства современного общества являются информация и знания. Информационное общество предполагает развитие информационно-коммуникационных технологий. Информатизация и компьютеризация требуют от человека новых знаний, умений и навыков, которые будут адаптированы к условиям информационного общества. Особая роль сейчас отводится сети Интернет – средству распространения информации, которое открывает широкие возможности эффективного ее использования. Речь идет о неограниченном расстоянии общения, доступе к разным интернет-ресурсам, получении новых знаний и многом другом. Благодаря Интернету мы можем контактировать с разными народами и погружаться в другие культуры, познавать мир и делать множество открытий.

Библиография

1. Булгакова М.В. Информационные технологии в экономике. Челябинск, 2013. 106 с.
2. Галичкина Е.Н. Характеристика компьютерного дискурса // Вестник Оренбургского государственного университета. URL: http://www.vestnik.osu.ru/2004_10/9.pdf.
3. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации. М.: Вильямс, 2007. 423 с.
4. Магомедов И.А., Ханмурзаев Х.Э. Технология разработки и продвижения сайтов, как основного инструмента цифровой экономики // ЦИТИСЭ. 2019. № 3 (20). С. 12.
5. Мендиев А.У., Дубаева М.С. Использование интернет-технологий в маркетинге // Сборник научных статей по итогам работы третьего международного круглого стола «Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии». М., 2019. С. 190-191.
6. Серенков П.С., Курьян А.Г., Волонтей В.П. Методы менеджмента качества. Процессный подход. М.: ИНФРА-М, 2014.
7. Усков В.Л. Информационные технологии в образовании. М., 2004. 208 с.
8. Халяпина Л.П. Интернет-коммуникация и обучение иностранным языкам. Кемерово, 2005. 210 с.
9. Хуторской А. Дистанционное обучение и его технологии // Компьютерра. 2002. № 36. С. 26-30.
10. Штукарева Е.Б. Языковая специфика интернет-коммуникации // Агаюлова С.И. и др. Интернет-коммуникация как новая речевая формация. М., 2014. С. 291-302.
11. Туркина Д.Е. Проблематика применения IFRS15 в российских кредитных организациях: пять основных аспектов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. № 12. С. 271 – 272.
12. Омшанова Э.А., Щёголева К.Е. Программные инструменты стимулирования ипотечного кредитования // Финансовые рынки и банки. 2020. № 3. С. 83 – 86.

13. Чепыжова О.К. Проблемы равновесия потребителя и рыночной конкуренции // Экономические науки. 2018. № 159. С. 11 – 13.
14. Реализация экономических интересов России при взаимодействии со странами Азии и Ближнего Востока в условиях новых вызовов и возможностей сотрудничества / Абрамов В.Л., Логинов Е.Л., Шкута А.А., Зарицкий Б.Е., Котляров Н.Н., Красавина Л.Н., Поспелов В.К., Ревенко Н.С., Сильвестров С.Н. и др. - М.: Финуниверситет при Правительстве РФ, 2018. - 327 с.
15. Глубоков М.В., Скубрий Е.В., Мошкин А.С. Методические аспекты принятия решения о заключении контракта с поставщиком новой продукции для государственных нужд в условиях неопределенности // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2019. № 3 (42). С. 78 – 84.
16. Бабаева Н.М., Карачун И.А. Финансовый рынок в Беларуси и Узбекистане // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2019. № 2. С. 37 – 47.

The importance of internet communication in the modern world

Muslim S. Khasaev

Student,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: difficult.id@mail.ru

Magomed S.-U. Khaliev

Senior Lecturer,
Department of business informatics,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: khaliev@mail.ru

Abstract

This article examines the role of Internet communication in the life of modern society. The authors note that it is impossible to imagine the modern world without communication in the media space. The main methods of Internet communication as well as the problems existing in this area are analyzed. There are both positive and negative aspects of using the Internet and social networks. The main feature of the Internet is that it has almost no restrictions than television, radio or print media, and therefore it is the most promising type of communication in modern society, providing great opportunities for various types of PR events, which attracts a huge number of people. It also promotes targeted exposure to a specific audience, which is beneficial for users who intend to sell their goods and services online. The main production product of modern society is information and knowledge. The information society involves the development of information and communication technologies. Informatization and computerization require from a person new knowledge, skills and abilities that will be adapted to the conditions of the information society. A special role is now assigned to the Internet, a means of disseminating information, which opens up wide opportunities for its effective use.

For citation

Khasaev M.S., Khaliev M.S.-U. (2020) Vazhnost' internet-kommunikatsii v so-vremennom mire [The importance of internet communication in the modern world]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (9A), pp. 372-376. DOI: 10.34670/AR.2020.61.95.041

Keywords

Internet communication, communication methods, role of media space, social networks, problems of virtual communication.

References

1. Bulgakova M.V. (2013) *Informatsionnye tekhnologii v ekonomike* [Information technology in the economy]. Chelyabinsk.
2. Druker P.F. (2007) *Biznes i innovatsii* [Business and innovation]. Moscow: Vil'yams Publ.
3. Galichkina E.N. Kharakteristika komp'yuternogo diskursa [Characteristics of computer discourse]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Orenburg State University]. Available at: http://www.vestnik.osu.ru/2004_10/9.pdf [Accessed 12/09/2020].
4. Khalyapina L.P. (2005) Internet-kommunikatsiya i obuchenie inostrannym yazykam [Internet communication and teaching foreign languages]. Kemerovo.
5. Khutorskoi A. (2002) Distantionnoe obuchenie i ego tekhnologii [Distance learning and its technologies]. *Komp'yuterra*, 36, pp. 26-30.
6. Magomedov I.A., Khanmurzaev Kh.E. (2019) Tekhnologiya razrabotki i prodvizheniya saitov, kak osnovnogo instrumenta tsifrovoi ekonomiki [Technology for the development and promotion of sites as the main tool of the digital economy]. *TsITISE*, 3 (20), p. 12.
7. Mentsiev A.U., Dubaeva M.S. (2019) Ispol'zovanie internet-tekhnologii v mar-ketinge [The use of Internet technologies in marketing]. Sbornik nauchnykh statei po itogam raboty tret'ego mezhduna-rodnoogo kruglogo stola "Sovremennaya mirovaya ekonomika: problemy i perspektivy v epokhu razvitiya tsifrovyykh tekhnologii i biotekhnologii" [Collection of scientific articles based on the results of the third international round table "Modern world economy: problems and prospects in the era of digital technologies and biotechnology"]. Moscow, pp. 190-191.
8. Serenkov P.S., Kur'yan A.G., Volontei V.P. (2014) *Metody menedzhmenta kache-stva. Protsessnyi podkhod* [Quality management methods. Process approach]. Moscow: INFRA-M Publ.
9. Shtukareva E.B. (2014) Yazykovaya spetsifika internet-kommunikatsii [Linguistic specifics of Internet communication]. In: Agagyulova S.I. et al. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya* [Internet communication as a new speech formation]. Moscow, pp. 291-302.
10. Uskov V.L. (2004) *Informatsionnye tekhnologii v obrazovanii* [Information technology in education]. Moscow.
11. Turkin D. E. challenges of using IFRS15 in the Russian credit organizations: five key aspects of Humanitarian, socio-economic and social Sciences. 2018. No. 12. pp. 271-272.
12. Omshanova E. A., Shchegoleva K. E. Program tools for stimulating mortgage lending // *Financial markets and banks*. 2020. No. 3. P 83-86.
13. Chepyzhova O. K. Problems of consumer equilibrium and market competition // *Economic sciences*. 2018. No. 159. Pp. 11 – 13.
14. Abramov V. L., Loginov E. L., Shkuta A. A., Zaritsky B. E., Kotlyarov N. N., Krasavina L. N., Pospelov V. K., Revenko N. S., Silvestrov S. N., et al., Implementation of Russia's Economic interests in interaction with Asian and Middle Eastern countries in the context of new challenges and opportunities for cooperation.
15. Glubokov M. V., Skubriy E. V., Moshkin A. S. Methodological aspects of making a decision on concluding a contract with a supplier of new products for state needs in conditions of uncertainty // *Scientific and educational problems of civil protection*. 2019. No. 3 (42). pp. 78-84.
16. Babaeva N. M., Karachun I. A. Financial market in Belarus and Uzbekistan // *Journal of the Belarusian State University. Economy*. 2019. No. 2. P. 37 – 47.