

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РФ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

*Кафедра информационных систем*

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой ИС

«\_\_\_»

20\_\_ г.

**ЛЕКЦИЯ №2**

по учебной дисциплине

*«Информационные технологии в управлении»*

для студентов направления подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»  
(для всех профилей подготовки)

**Раздел №1**

**Технические средства информатизации управления**

**Тема №4**

**Средства коммуникационного взаимодействия в сети Интернет**

**Занятие №1**

**Коммуникации в сети Интернет**

Рассмотрена и одобрена на  
заседании кафедры ИСиТ

Протокол № \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Ставрополь, 2021**

**Цель:**

1. Сформировать информационно - наглядное представление о коммуникационных возможностях глобальной сети Интернет.
2. Представить отличия сети Интернет от традиционных средств массовой информации.
3. Раскрыть специфику общения в сети Интернет
4. Показать актуальность и значимость сети Интернет в обеспечении прозрачности деятельности органов государственного и муниципального управления.

**Время:** \_\_\_\_\_ **90 мин.**

**Учебно-материальное обеспечение:**

1. ГОС ВО по направлению.
2. Рабочая программа дисциплины.
3. Рабочий план дисциплины.
4. Основная и дополнительная литература.

**Распределение времени**

I.	Вступительная часть	5 мин.
II.	Основная часть	
	<b>Учебные вопросы:</b>	
1.	Особенности Интернета как канала коммуникаций	30 мин.
2.	Отличия Интернета от традиционных СМИ	30 мин.
3.	Специфика общения в Интернете	20 мин.
III	Заключительная часть	5 мин.

## Введение

В настоящее время осуществляется очередной этап развития человечества – формирование информационного общества. Появление и бурный рост электронной коммерции, участие населения в управлении государством стали основой для появления нового направления в современной концепции коммуникаций – Интернет – коммуникации (Слайд № \_\_.)

В 2011 году в России стартовала программа "**Информационное общество**", которая обещает за 10 лет кардинально изменить облик страны.

Интернет объединил в себе интерактивный характер коммуникации, гипермедийную природу и возможность построения индивидуального взаимодействия. Глобальная компьютерная сеть является одновременно и новой средой общения, и рынком с десятками миллионов потенциальных клиентов, обладающих совершенно разным уровнем дохода.

Коммерческое использование Интернета, в значительной степени связанное с появлением и развитием службы World Wide Web, насчитывает около двадцати лет, однако, за этот промежуток времени произошло большое число самых разнообразных событий в области Интернет-рекламы и Интернет - PR, а также появление большого числа новых инструментов коммуникации. Обороты рынка электронной коммерции за это время выросли во много раз.

Компаниям Интернет предоставил новый инструмент ведения бизнеса, средство снижения издержек и более полного удовлетворения потребностей целевой аудитории. Пользователи, в свою очередь, получили новый информационный источник о товарах и услугах, новые пути удовлетворения своих потребностей за счет возможности взаимодействия с более широким кругом компаний и новое эффективное средство коммуникации, как с компаниями, так и между собой.

С ростом аудитории Интернет становится средством не только

массовой, но **глобальной коммуникации**, перешагивающей через национальные границы и объединяющей мировые информационные ресурсы в единую систему.

Интернет - коммуникации меняют весь образ жизни людей, стиль мышления человека, трансформируют личность, расширяют ее границы. Повышается социальная мобильность, создаются новые модели поведения, технологии воздействия на массовое сознание становятся более эффективными. Развитие новых информационно-коммуникативных технологий способствует интернационализации рынков труда и усилению их взаимозависимости, индивидуализации и плюрализации стилей жизни. Таким образом, можно утверждать, что Интернет является средством реструктуризации общества и основных сфер общественной жизни (экономики, науки, политики).

## ***Первый учебный вопрос – Особенности Интернета как канала коммуникаций***

**Коммуникация (Слайд №\_\_)** - это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации, как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств.

Использование традиционных механизмов коммуникаций, таких как факс или проводной телефон сегодня быстро замещаются новыми технологиями - обмен мгновенными сообщениями, электронная почта, передача голоса и видео через Интернет. В настоящее время уже существует ряд продуктов, каждый из которых обеспечивает работу того или иного механизма коммуникаций, с минимальным вторжением в соседнюю область.

**Общение с использованием Интернет - технологий** получило название Интернет - коммуникации.

**Интернет – коммуникации (Слайд №\_\_)** - это такие методы общения, при которых передача информации происходит по каналам Интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Информация может передаваться в различной форме - голос, видео, документы, мгновенные сообщения, файлы.

Выделяют следующие основные виды общения в сети Интернет (Слайд №\_\_):

Общение в режиме реального времени (так называемый чат):

- с одним собеседником (выбирается определенный канал для такой коммуникации);
- с большим количеством людей одновременно.

Общение, при котором сообщения к адресату приходят с отсрочкой:

- с одним собеседником (электронная почта);
- со многими людьми - участниками телеконференции

(нюсгруппы).

Сегодня уже ни у кого не вызывает сомнения, что электронные цифровые технологии в сочетании с Интернетом (и технологиями следующего поколения информационных сетей) определяют будущее коммуникаций.

При самом первом знакомстве с Интернетом хорошо видно, что **в отличие от традиционных СМИ**, он предоставляет значительно большую степень контроля и свободы выбора со стороны потребителя. Под понятием «традиционные средства информации» подразумеваются телевидение, радио, газеты, журналы, прямая почтовая реклама. Под новыми средствами понимается, прежде всего, Интернет.

**Интернет, благодаря свойствам интерактивности**, эффекту присутствия и информационной насыщенности (текст, изображение и даже звук), а также за счет использования сетевой навигации превосходит другие средства информации по возможностям общения с существующими и потенциальными клиентами.

С другой стороны, Интернет, как и любая коммуникативная среда, всегда трансформирует и как бы «размывает» личность автора, что приводит к относительной анонимности пользователей, общающихся через эту среду **(Слайд №\_\_)**.

Коммуникация посредством Интернет устроена таким образом, что на одном полюсе действует профессиональный производитель информации, а на другом всегда остается массовый субъект - заранее неопределенное по численности множество анонимных пользователей. К анонимности зачастую тяготеет даже полюс производства информации, такова сила ее природы в этой медийной среде. Недаром в Интернет так много сведений, происхождение которых не установлено.

**Интернет-технология делает коммуникацию трансграничной**, т.е. общение перестает быть привязанным к местоположению общающихся. На этой основе Интернет может выполнять социально-креативную функцию, то

есть формировать новые общности с единой информационной базой и общим ценностно-нормативным фундаментом. Общая направленность развития средств распространения информации состоит в утверждении гетерархического (горизонтального, равноправного) порядка на месте иерархического (вертикального, с доминированием одного из субъектов общения). Происходит переход от односторонней к двухсторонней модели коммуникации.

В условиях Интернета аудитория может участвовать в производстве и обмене информацией, в том числе и между собой. Аудитория перестает (если захочет) быть только получателем сообщений. Однако здесь использование интерактивных возможностей никогда не преодолет естественного разделения ролей.

В сетевой интерактивности выделяют три аспекта (Слайд №\_\_):

1. «Люди и документы» - возможность для пользователя формировать и реализовывать запрос на информацию.

2. «Люди и технология» - приспособленность, удобство информационной технологии для пользователей.

3. «Люди и люди» - речь идет о приспособленности данной коммуникации к двустороннему общению, о социальных технологиях общения, которые помогают достижению позитивных социальных целей, о том, как реализуется возможность коммуникации между журналистами, обществом, властью и бизнесом - основными субъектами, выделяемыми в анализе функционирования современного общества.

**Анализируя коммуникативную функцию Интернет, следует различать понятия «интерактивность» и «обратная связь».** Первое шире второго. **Обратная связь** - это реакция, отклик субъекта на информационное воздействие. Именно в этом качестве в Интернет пока чаще всего используется функция «форум». Да и показатели посещаемости тоже выступают в роли обратной связи: свидетельствуют о том, заинтересовались ли сайтом и его контентом пользователи. **Интерактивность** же предполагает

и другие возможности: контроля пользователя над содержанием (запрос, оценка), участия в его формировании через постановку проблем для освещения и обсуждения, инициативу в обсуждении, авторство, обмен мнениями с другими пользователями и т.п. Некоторые возможности такого рода могут использоваться и в традиционных СМИ. Но чего уж там никогда не было - так это возможности общения по горизонтали, между пользователями. Однако потенциал новой технологии реализуется только через активность людей.

Коммуникации, в которых у субъектов, представляющих два полюса коммуникации, есть возможность и отправлять и получать сообщения, а значит, есть взаимобратимость их ролей.

Интернет является многосторонним СМИ, который создает множество различных форм коммуникации (Слайд № \_\_\_). Предлагается делить их на 4 категории:

Асинхронная коммуникация «один на один» (электронные письма).

Асинхронная коммуникация «многих с многими» (например, сеть Юзернет: сводки, листы рассылок, где требуется согласие на рассылки или пароль, для входа в программу, в которой сообщения касаются определенных тем).

Синхронная коммуникация «один на один», «один и несколько», «один с несколькими» строятся вокруг какой-либо конкретной темы, например, ролевые игры, чаты.

Асинхронная коммуникация, где обычно пользователь пытается разыскать сайт для получения определенной информации и здесь можно встретить коммуникацию «многие и один», «один на один», «один и многие» (веб-сайты, гороскопы).



## ***Второй учебный вопрос - Отличия Интернета от традиционных СМ***

Для наглядного анализа степени влияния средств массовой информации на свою аудиторию, их деятельность обычно представляют в виде некоторой модели.

На рисунке (Слайде №\_\_\_) представлена упрощенная модель коммуникации, характерная для традиционных средств массовой информации. Фактически все основные процессы взаимодействия современных СМИ со своей аудиторией укладываются в ее рамки.



Слайд №\_\_\_ Модель, отражающая коммуникационные процессы традиционных СМИ.

**В основе коммуникационной модели традиционных СМИ** лежит процесс «один ко многим», при котором источник передает информацию группе потребителей, используя средство коммуникации. В зависимости от выбора этого средства информация может быть представлена в статическом виде - это текст, графика, или динамическом - аудио, видеоизображение, анимация, либо объединять оба этих вида. Главной особенностью, лежащей в основе взаимодействия традиционных средств массовой информации с потребителями, является отсутствие интерактивного взаимодействия.

В отличие от этой модели, в основе Интернета лежат два совершенно других принципа. Во-первых, при общении через Интернет взаимодействие происходит через специфическую среду, которая вносит в него значительный

вклад. Это хорошо иллюстрирует (Слайд № \_\_\_\_).



Слайд № \_\_\_\_ Модель коммуникации с использованием информационной среды в качестве посредника.

Эта модель подчеркивает, что первоначальное общение происходит не между отправителем и получателем информации, а скорее между пользователем и некой средой, коммуникационным пространством, причем оба участника диалога являются как отправителями, так и получателями информации. В данной модели сделан шаг от простого обмена данными между «передатчиком» и «приемником» к созданию информационной среды, которая воспринимается и, возможно, модифицируется участниками диалога.

Во-вторых, Интернет представляет собой многонаправленную коммуникативную модель «многие ко многим», в которой каждый абонент сети имеет возможность обращаться к другим отдельным абонентам или группам либо от своего имени, либо от имени группы (Слайд № \_\_\_\_).



Слайд № \_\_\_\_ Модель, отражающая коммуникативные процессы, протекающие в Интернете.

В модели данного типа средством коммуникации является распределенная компьютерная сеть, а информация, может быть представлена как обычным способом, так и в виде средств гипермедиа. В рамках данной модели интерактивное взаимодействие возможно как с другими пользователями Интернета (межличностное взаимодействие), так и с самой средой непосредственно (взаимодействие со средой), причем последний вид является превалирующим. Благодаря этому передатчик информации одновременно является и ее потребителем. Информация не просто передается от отправителя к потребителю, но и сама среда создается и видоизменяется под ее воздействием и уже в новом преобразованном виде воспринимается всеми ее участниками. Интернет при этом становится не просто местом моделирования реальной среды, а ее альтернативой и основой для построения новой виртуальной сферы ведения коммерции.

Представленная модель охватывает широкий диапазон возможных видов коммуникационного взаимодействия (Слайд № \_\_\_). Основные из них следующие:

1. Пользователи, при помощи навигационного программного обеспечения, могут взаимодействовать со средой Интернета и исследовать информационное содержание WWW.

2. Пользователи могут представлять информацию о себе, своих потребностях, участвовать в обсуждении различных вопросов, высказывать свое мнение и т. д.

3. Источники могут взаимодействовать со средой Интернета, что дает возможность осуществить контакт как между ними, так и с информацией, представленной в Сети.

4. Источники могут представлять информацию о себе в среде Интернета при помощи собственного web-сайта или за счет размещения информации на других web-серверах.

5. Пользователи и фирмы могут напрямую взаимодействовать друг с другом, например, посредством электронной почты, телеконференций,

непосредственно в чатах или программах моментального обмена сообщениями.

Из перечисленного становится ясно, что коммуникационная модель «многие ко многим» органически включает в себя модели «один ко многим» и «один к одному», что значительно расширяет возможности общения как для фирм (организаций), так и для потребителей, участвующих в процессе коммуникации.

Наряду с отмеченными отличиями укажем еще на одно. **Коммуникационная модель традиционных средств массовой информации не** содержит контура обратной связи, в то время как модель среды Интернета включает в себя ярко выраженные обратные связи. Примерами реализации их с потребителями могут быть электронная почта, данные о регистрации пользователей, подписка или регистрация на web-серверах. Наличие обратных связей значительно повышает эффективность использования коммуникативного средства взаимодействия и возможности фирмы адекватно реагировать на события, происходящие во внутренней и внешней среде, тем самым, повышая ее конкурентоспособность.

Относительно традиционных СМИ Интернет выигрывает сразу по нескольким параметрам (Слайд № \_\_\_):

**Мультимедиа - Интернет** имеет возможность объединить визуальные, звуковые, печатные и видео-аспекты других СМИ, цена пересылки письма по электронной почте гораздо ниже пересылки с помощью обычной почты.

**Персонализация - Интернет** обеспечивает необходимой информацией на любом уровне заинтересованности индивидуумов или групп людей; в данном случае доставка может быть обеспечена согласно предпочтению пользователей через персонализацию содержания, рассылку по электронной почте и кабельному телевидению.

**Интерактивность - Интернет** предполагает диалог, а не монолог, который подразумевают традиционные СМИ. Взаимодействие, диалог и обратная связь между сотнями пользователей возможны через электронную

почту, информационные табло, форумы , чаты и телеконференции.

**Отсутствие посредников - Интернет** дает возможность прямого доступа правительства к населению и наоборот, населения к власти, без вмешательства и манипуляции со стороны СМИ.

### ***Третий учебный вопрос - Специфика общения в Интернете***

Неоспоримым фактом является то, что Интернет сегодня - это самый колоссальный источник информации, который знало человечество. Но его возможности, такие, как оперативность, быстрота и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях, позволяют использовать Интернет не только как инструмент для познания, но и как инструмент для общения.

Можно выделить некоторые предположения об особенностях общения через Интернет (Слайд № \_\_\_):

***Анонимность.*** Несмотря на то, что иногда возможно получить некоторые сведения анкетного характера и даже фотографию собеседника, они недостаточны для реального и адекватного восприятия личности. Кроме того, наблюдается укрывание или презентация ложных сведений. Вследствие подобной анонимности и безнаказанности в сети проявляется и другая особенность, связанная со снижением психологического и социального риска в процессе общения - аффективная раскрепощенность, ненормативность и некоторая безответственность участников общения. Человек в сети может проявлять и проявляет большую свободу высказываний и поступков (вплоть до оскорблений, нецензурных выражений, сексуальных домогательств), так как риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален.

***Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации.*** Как правило, сильное влияние на представление о собеседнике имеют механизмы стереотипизации и идентификации, а также установка как ожидание желаемых качеств в партнере.

***Добровольность и желательность контактов.*** Пользователь добровольно завязывает контакты или уходит от них, а также может прервать их в любой момент.

**Затрудненность эмоционального компонента общения**, в то же время стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании специальных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами (в скобках после основного текста послания).

**Стремление к нетипичному, ненормативному поведению.** Зачастую пользователи подают себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают не реализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии ненормативного поведения.

Причинами обращения к Интернету как инструменту общения могут быть (Слайд № \_\_\_):

**1. Недостаточное насыщение общением в реальных контактах.** В подобных случаях пользователи быстро теряют интерес к Интернет - общению, если появляются возможности для удовлетворения соответствующих потребностей в реальной жизни.

**2. Возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам невозможных в реальной жизни.** Подобная возможность обусловлена вышеперечисленными особенностями общения посредством сети - анонимностью, нежесткой нормативностью, своеобразием процесса восприятия человека человеком. Желанием переживания тех или иных эмоций объясняется, вероятно, и стремление к эмоциональному наполнению текста.

Сегодня по сути дела возникла новая форма языкового взаимодействия - письменная разговорная речь. Русский язык существует в Интернете в основном в письменном варианте, но в условиях интерактивной сетевой коммуникации темп речи приближен к устной её разновидности.

Обитатели чатов практически полностью лишены вспомогательных (паралингвистических) средств: тембра речи, акцентирования части высказывания, эмоциональной окраски, тембра голоса, его силы, дикции, жестов и мимики. Отсюда надежность речевого общения становится крайне низкой.

Столь глобальная нехватка не могла не быть определенным образом компенсирована, поэтому общение в чате все-таки не обходится без телесности. В первую очередь был определенным образом компенсирован "эмоциональный дефицит" путем введения в виртуальное общение суррогатных, частично типизированных эмоциональных реакций - "смайликов" (от английского "smile" - "улыбка"), которые получили чрезвычайно широкое распространение. Однако это все-таки именно суррогат эмоциональных реакций. Многократно предпринимались попытки присвоить и закрепить обозначение определенных эмоциональных состояний за определенными смайликами, однако все они оказались безуспешными. Фактически на сегодняшний день смайлики только информируют об эмоционально окрашенном отношении автора к тексту, просто передавая направленность и степень его эмоций (причем вид смайлика никакого значения не имеет). Как мы видим, эмоциональная палитра весьма бедна.

Помимо "смайликов" для компенсации тембра и акцентирования части высказывания в виртуальном общении используется так называемый "капс" (от английского "Caps Lock" - блокировка верхнего регистра клавиатуры; написание фразы или части ее ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ), который повсеместно в Сети трактуется как повышение голоса. Недостаточность или невозможность передачи в Интернете цвета, звука, движения заменяется вербальными и знаковыми аналогами - большим количеством восклицательных знаков, "традиционно русской лексикой" (чаще всего передаваемой латиницей), средствами из других речевых жанров. Новый мир и новый стиль жизни в этом мире требует и новых языковых средств коммуникации либо трансформации старых. Сленг, выработанный пользователями Интернета, переходит в общеупотребительную лексику, возрождение эпистолярного жанра в виде электронной переписки также имеет свою языковую специфику, игровые условия виртуального пространства способствуют приближению коммуникации к игре, что на уровне языка проявляется в тяготении к манере устной разговорной речи на



самом серьезном сайте. Вполне возможно, что речь идет о формировании нового стиля в русском языке - о стиле Интернет - общения - который не только является специфической особенностью Интернет - сообщества, но и серьезно влияет на речевое поведение всего общества в целом. Язык становится не только средством общения, но и средством создания виртуальной реальности, так как искусственные языки программирования являются лишь технологическим средством, благодаря которому Интернет работает, а подлинным языком виртуального сообщества оказываются естественные языки аудитории пользователей.

Несмотря на то, что далеко не все формы общения в Интернете предполагают маски для его участников, тем не менее, тенденция демократичности и упрощения проникает даже в деловые бумаги, создаваемые и существующие в формате онлайн, значительно облегчая официальные стандарты деловой переписки. Причем ситуация максимального сближения речевого Интернет - стиля с традициями разговорного стиля вообще повышает степень доверия к высказыванию, что крайне важно при осуществлении деловых контактов.

Существуют общие специфические черты взаимодействия в Интернет - сообществах, безотносительно к их тематической направленности, времени существования, составу и ресурсу, на котором они размещены (Слайд № \_\_\_):

**Организация собственной социальной структуры и стратификации пользователей по формальным («гость», «новичок», «ветеран», «VIP», и т.д.) и неформальным статусам («лидер», «авторитет», «звезда» и пр.),** каждому из которых присущи особые функции и нередко отведены конкретные роли, что не только определяет положение Интернет - пользователя в сообществе, но и формирует групповые ожидания и стереотипы поведения в группе.

**Наличие организационной культуры,** т.е. целенаправленно созданной системы ценностей, установок, норм и правил поведения,

сформированных в рамках конкретного Интернет - сообщества, принимаемых и поддерживаемых его участниками и отражающих характер их внутреннего и внешнего взаимодействия, неисполнение этих предписаний предполагает вынесение предупреждений, наложение определенных санкций, запретов и т.д.

**Неуправляемое возникновение в процессе становления и развития Интернет - сообщества «естественной культуры»**, которая включает в себя формирование стереотипов поведения, традиций, общегрупповых ценностей и интересов, жаргона и т.д., что в большинстве случаев направлено на повышение эффективности решения совместных задач.

**Незначительная целостность и устойчивость Интернет - сообщества как отдельно взятой социальной группы**, без подкрепления ее индивидуальными межличностными контактами.

В качестве одного из определяющих факторов социальной дифференциации в Интернет - сообществе выступает уровень доступа к знаниям и информации (информационная стратификация), при этом роль традиционных критериев определения социального положения незначительна, т.е. происходит сглаживание межкультурных, этнических, социально - личностных различий и наличествует уравнивание по социальному, образовательному и материальному статусу.

В результате ряда особенностей Интернет - пространства создаются условия, при которых групповые процессы протекают гораздо быстрее, нежели в реальных социальных группах и сообщества существуют незначительный срок.

Снимается ряд коммуникативных барьеров в общении, а появляющееся у Интернет - пользователя ощущение безнаказанности снимает некоторую ответственность за свои слова и поступки, что нередко приводит к потере чувства реальности и необоснованно рискованным действиям.

**Способность Интернет - сообщества мгновенно реагировать на возникающие в обществе социальные проблемы путем появления новых**

**образцов культуры, ценностей и социальных норм, инноваций и т.д.,** закрепление которых может осуществляться как естественным, так и искусственным путем, позволяя говорить о частичной управляемости организационного развития Интернет - сообщества.

Процессы, происходящие внутри Интернет - сообществ во многом зависят от внешних факторов, таких как события в социальной, политической, экономической и прочих сферах, а функционирование Интернет - сообщества во многом определяется социально-психологическими характеристиками его участников, спецификой отношений между ними, общегрупповыми целями и ценностями.

Таким образом, неформальное структурирование Интернет - пользователей по взаимным интересам, социокультурным ориентациям, устремлениям, совместно решаемым задачам и другим, не предписанных актами социального статуса, критериям, несмотря на этнические, социально-политические, гендерные и иные различия, нередко анонимное и асинхронное общение и территориальную удаленность участников, привело к появлению своего рода неофициальной параллельной коммуникационной структуры, невидимой сети межличностных отношений, которая не только выполняет функции совместной информационно-познавательной и коммуникативной деятельности, но и во многом выступает носителем современных нравственных ценностей.

## **Заключение**

В течение последних лет в нашей стране и развитых странах мира идет устойчивое продвижение к построению глобального информационного общества, техническую основу которого составляют различные компоненты, в том числе сеть Интернет.

Освоение новых информационных технологий и сети Интернет способствует появлению новых способов коммуникации, новых возможностей для общения между людьми, созданию социальных связей, творческой и социальной реализации граждан, новых форм ведения бизнеса.

Лекцию разработал

доцент кафедры ИС

К.Т.Н., доцент

В.Рачков

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.