

менное знание: проблемы и пути решения: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. – Орел: Изд-во ОГИЭТ, 2015 г. – С.12-15.

5. Киселева Н.А. Феномен социальных сетей как особого вида массовой коммуникации / Современное знание: проблемы и пути решения: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. – Орел: Изд-во ОГИЭТ, 2015. – С.39-46.

УДК 004.78:316.77

Шлома А.Г., Потапова Е.В.

ИНТЕРНЕТ КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ БАЗА ОПОСРЕДОВАННОГО ОБЩЕНИЯ: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

Шлома Анна Григорьевна, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12, e-mail: vchurilov94@mail.ru

Потапова Елена Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12, тел.: 89103040710

Интернет как техническое средство коммуникации, обеспечивающее среду для интерактивного взаимодействия пользователей, входит в повседневную жизнь людей по всему миру. При этом все большую роль в качестве связующего элемента такого взаимодействия приобретают социальные сети в Интернете, перспективы развития которых важно для современного сообщества.

Ключевые слова: социальные сети, пользователь, аккаунт, профиль, контент, функционал.

Во второй половине XX в. стало ясно, что уровень развития и динамизм инновационной сферы (новые технологии, наукоемкие отрасли, наука) выступают как основа устойчивого экономического роста, определяют позиции страны на мировой арене. В век научно-технической, а затем и информационной революции научные открытия и их технологическое применение играют все более важную роль и во многом определяют конкурентные позиции страны на мировом рынке. Ведущим моментом в формировании конкурентных преимуществ страны выступает овладение передовыми технологиями. Непрерывный поток изобретений и технологических изменений ведет к улучшению производственных возможностей общества [14].

Постиндустриальная экономика стала свершившимся фактом в экономически развитых странах (США, Германия, Япония и др.). В 80-90-х гг. XX в. динамичный рост, основанный на развитии образования, науки, наукоемких отраслей, был продемонстрирован новыми индустриальными странами (Южной Кореей, Тайванем, Сингапуром, Гонконгом и др.). Эти государства демонстрируют высокие темпы развития науки и техники, благоприятный инвестиционный климат. Несмотря на резко сократившуюся за последние годы востребованность науки, в России еще имеется мощный (10-12 % мирового) научный потенциал и актуальные проекты во многих перспективных направлениях науки. Сегодня в стране накоплен значительный запас нереализованных изобретений. Так, финские специалисты, занимающиеся поиском в России технологий с рыночной ценностью, называют цифру в 200 тысяч неиспользованных патентов, в том числе 120 тысяч технологий для продажи [14], [16]. Позиции России по индексу готовности страны к сетевому обществу отражены на рис. 1.



Рисунок 1 – Позиции России по индексу готовности страны к сетевому обществу [11]

Информационно-коммуникационные технологий (ИКТ) – это технологический процесс, представляющий собой интеграцию компьютеров, электроники и средств связи, при использовании которых становятся возможными поддержка решений, координация, управление, анализ и визуализация в организации. Можно сказать, что в мировом хозяйстве появилось новое средство производства, воздействующее на экономические отношения, новый элемент производительных сил – информационно-коммуникационные технологии. Позиции России по индексу развития ИКТ отражены на рис. 2. ИС определяются с технической точки зрения как набор взаимосвязанных компонентов, которые собирают, обрабатывают, запасают и распределяют информацию, чтобы поддерживать принятие решений и управление в организациях.

Следует отметить, что в 2015 г. количество пользователей интернета в мире составило 3,2 млрд. чел. (всё население Земли составляет 7,2 миллиарда человек). Ожидается, что к концу этого года 46 % домашних хозяйств мира будут иметь у себя дома доступ в интернет (в 2014 г. – 44 %). Вместе с тем последние данные показывают, что рост использования интернета замедляется, и в глобальном масштабе в 2015 г. составил 6,9 % (в 2014 г. – 7,4 %). Топ-10 стран по числу интернет-пользователей: Китай – 668 млн. чел., Индия – 350 млн. чел., США – 277 млн. чел., Япония – 110 млн. чел., Бразилия – 110 млн. чел., Россия – 87,5 млн. чел., Германия – 72 млн. чел., Индонезия – 71 млн. чел., Нигерия – 70 млн. чел., Мексика – 59 млн. чел. [13].



Рисунок 2 – Позиции России по индексу развития ИКТ [11]

XX век характеризуется активным технологическим развитием, что послужило основой значительного расширения коммуникативных возможностей современного общества, которое в общении стало использовать новые технические средства. Это позволило поменять формы и интенсивность коммуникации, создавать иные практики и модифицировать структуру взаимодействия. Основным моментом в этом процессе стало появление и открытие для широких слоев населения в начале 90-х гг. глобальной информационной сети Интернет, представляющей собой совокупность объединенных между собой компьютерных сетей по всей планете. Специфика интернета, выступающего как технологическая база опосредованного общения, заключается в том, что он не просто средство коммуникации, но и площадка активного взаимодействия значительного числа людей, совместно создающих информационную среду. На смену традиционным медиа идет модель интерактивного участия пользователей в формировании контента, представляющего собой платформу для обеспечения различного рода взаимодействия между людьми посредством социальных сетей. Социальные сети раскрывают новый потенциал интернета, выступающего как средство самореализации людей и обеспечения их общественной коммуникации. Практика взаимодействия в социальных сетях интернета все основательнее входит в структуру жизнедеятельности людей и переводит значительную часть человеческой активности в режим онлайн. И если интернет выступает как средство коммуникации, которое впервые сделало возможным общение многих людей в любой момент времени и в глобальном масштабе, то социальные сети превратились в конкретный инструмент, позволяющий организовывать взаимосвязи между людьми, активизировать социальную составляющую этого взаимодействия в режиме онлайн.

Кроме того, социальные сети сегодня представляют собой один из лучших инструментов управления информацией. С помощью данных сервисов человек может не только находить старых друзей, одноклассников, обнаруживать общие интересы с ранее неизвестными людьми, но и выражать свое мнение на любую тему, любой вопрос и интегрироваться с единомышленниками. Доверие к новостям в социальных сетях обосновано тем, что средства массовой информации теряют свою подлинность и достоверность, именно поэтому участники больше верят тому, что пишут очевидцы, друзья, знакомые с помощью репостов и твиттов.

Термин «социальная сеть» был введен только в начале XX века в Европе, а в России только в 80-х и 90-х годов минувшего века. Поэтому тема социальных сетей как вида массовой коммуникации была проанализирована не в полной мере, поэтому она требует теоретического обоснования и эмпирических данных, чем объясняется актуальность нашего исследования. Технологии деятельности отдельных видов социальных сетей могут использоваться для повышения экономической эффективности в бизнесе, быть полезными при становлении новых знаний, разработке учебных дисциплин, программ, курсов по организации связей с общественностью, а также в системе подготовки и переподготовки работников этой сферы. Основные функции социальных сетей представлены на рис. 3. Все пользователи их активно используют. Нам это дает возможность познакомиться с новыми людьми, узнать которых в реальной жизни было бы сложно или менее удобно или вообще невозможно, например, знакомства с людьми из других городов.

Основным показателем развития любой социальной сети являются сами пользователи. И только вопросом времени является то, как скоро они осознают, что выступают именно в роли создателей, а не только пользователей кем-то разработанной инфраструктуры. И когда этот момент настанет, то социальным сетям придется сделать выбор: поделиться с пользователями (например, участием в заработках) или потерять их, т.к. нахождение аналогичных социальных сетей сегодня не является проблемой. Этот вопрос становится тем более актуальным тогда, когда конкуренция давно преодолела национальные границы, и пользователь может выбрать как отечественную, так и зарубежную сеть.

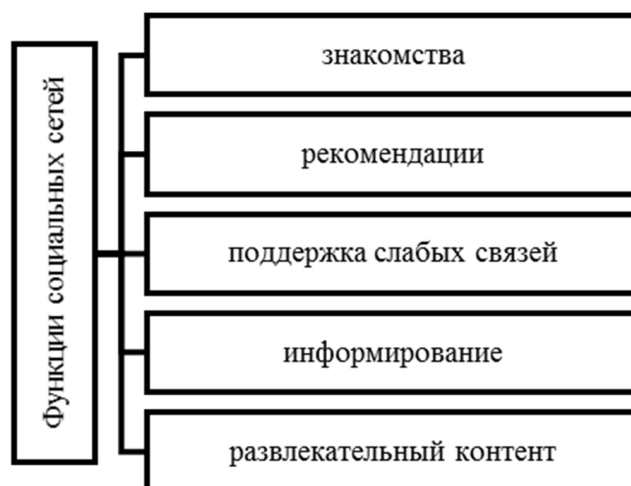


Рисунок 3 – Основные функции социальных сетей

Организаторы социальных сетей, конечно же, отдают себе отчет в том, что располагают очень ценным ресурсом – пользователями. Однако все еще предпочитают в их отношении жесткую политику: пользователи удерживаются обязательной регистрацией, им грозит также потеря контактов в случае использования другой социальной сети. В итоге на сегодняшний день пользователи все еще должны регистрироваться и заполнять анкеты в каждой новой социальной сети, на каждом новом ресурсе. По нашему мнению, уже в ближайшей перспективе пользователи будут располагать возможностью экспорта своих данных или иметь мета-профиль. Этот процесс уже начался, и уже появились возможности настройки трансляции своих данных на другие блог-хостинги или почтовые ящики, авторизации на сторонних сайтах по openid.

Скорее всего, в ближайшем будущем сохранится несколько основных сетей, которые будут разделены по интересам. Подобное разделение сетей по определению будет невыгодно рекламодателям (поскольку снизится охват пользователей), а реклама в личном пространстве пользователей будет восприниматься ими негативно. В этой связи оптимальным разрешением ситуации станет участие пользователей в доходах – как соавторов данной конкретной социальной сети [6,15]. Например, достаточно обещающе выглядит создание силами пользователей рекомендательных систем, за участие и уровень влияния в которых они смогут получать определенное вознаграждение.

На сегодняшний день зарегистрировано значительное количество социальных сетей. Наиболее популярными являются «Facebook», «MySpace», «Classmates», в числе профессиональных – «LinkedIn»; в рунете – «Одноклассники.ру», «ВКонтакте», «МойМир» и из профессиональных «МойКруг», «Коннект», «Friends.ua» и запускающаяся «ID.UA».

Среди основных тенденций развития социальных сетей в мире и рунете можно назвать следующие:

- социализация всего, выражающаяся в том, что сегодня любой сайт можно создать даже с минимальным социальным функционалом;
- развитие нишевых социальных сетей;
- технологизация существующих социальных сетей;
- активное проникновение социальных сетей в бизнес;
- формирование мобильных социальных сетей;
- объединение и обмен информацией.

Следует согласиться, что в будущем для социальных сетей будут характерны различные бизнес-направления, основные из них представлены на рис. 4.



Рисунок 4 – Перспективы развития социальных сетей

В научном сообществе также утверждается, что будут еще больше развиваться именно такие целенаправленные социальные сети и корпоративные, т.е. созданные компаниями для своих сотрудников и клиентов, при этом корпоративные социальные сети будут заменять корпоративные сайты.

На сегодняшний день социальные сети интернета выполняют роль той коммуникативной среды, где каждый может свободно высказаться, распространить любую информацию неограниченному числу людей или, наоборот, быстро выйти на интересующую его информацию. Возможно, общественное мнение когда-нибудь уйдет и с этой площадки, но появится иной способ для выражения своей самобытности и независимости от внешних факторов.

Развитие социальных сетей не стоит на месте, сегодняшнее техническое оснащение сетей будет отличаться от будущих. Можно не придавать значения феномену развития социальных сетей, но и без этого социальные сети будут эволюционировать, расти и распространяться по всему миру как нечто само собой разумеющееся, безостановочное и необходимое. Это объясняется тем, что социальные сети являются эффективным инструментом социализации, формирования в обществе определенных настроений и групп, которые эти настроения разделяют, а также служат коммерческим целям.

Список литературы:

1. Агапов П.В. Социальное прогнозирование / П.В. Агапов, В.В. Афанасьев, Г. Н. Качура – М.: Канон, 2012. – 271 с.
2. Албитов А.В. Как привести 100 000 друзей на Facebook. – М.: Манн, 2011. – 140 с.
3. Ананьева А.Г. Социальные сети и их влияние на формирование общественного сознания / А.Г. Ананьева, И.Н. Брянцев – М.: Питер, 2011. – 243 с.
4. Бард А.В. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / А.В. Бард, Я.С. Зондерквист – СПб.: Эксмо, 2013. – 156 с.
5. Бруган К.А. Формула эффекта. – М.: Правда, 2013. – 176 с.
6. Булавкина Л.С. Сказка о рыбаке и рыбке в социальных сетях. – М.: Полис, 2010. – 79 с.
7. Володина М.Н. Язык средств массовой информации: учеб. пособие. – М.: Академ.Проект: Альма Матер, 2013. – 244 с.
8. Губанов А.А. Модели влияния в социальных сетях / А.А. Губанов, Д.А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. – М., Эфко 2012. – 325 с.

9. Губанов А.А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / А.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартисвили – М.: ИНИОН РАН 2010. – 305 с.
10. Доклад об информационной экономике. 2015 // ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015overview_ru.pdf.
11. Индикаторы информационного общества. 2015: стат. сб. [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – Режим доступа: <http://www.hse.ru/primarydata/iio2015>.
12. Обзор Российского рынка Интернет-торговли в 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // JSON.TV. – Режим доступа: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzor-rossiyskogo-rynka-internet-torgovli-2014-g-20150202063902.
13. Пользователи Интернета в мире и в России // Интернет в России и в мире. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bizhit.ru/>.
14. Рудакова О.В. Информационные системы в экономике / О.В. Рудакова, А.Н. Алексахин // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №2(24). – С. 115-121.
15. Рудакова О.В. Показатели экономической эффективности в современных информационных системах / О.В. Рудакова, С.И. Колесниченко // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №2. – С. 11-15.
16. Рудакова О.В. Тенденции развития систем электронного бизнеса в России / О.В. Рудакова, А.Н. Алексахин // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №4(34). – С. 99-106.
17. Рудакова О.В. О приоритете развития сферы услуг в условиях постиндустриальной трансформации / О.В. Рудакова, Е.М. Самородова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2007. – №2 (2). – С. 110-117.

УДК 004.9:378

ФОРМИРОВАНИЕ ИТ-СТРАТЕГИИ ВУЗА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Савина Анна Геннадьевна, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12, e-mail: angen1976@mail.ru*

В статье обоснована актуальность проблемы формирования ИТ-стратегии вуза для оптимального использования информационных систем и технологий с целью повышения инновационного потенциала и конкурентоспособности вуза.

Ключевые слова: стратегия, ИТ-стратегия, корпоративная информационная система, потенциал, рекомендации.

Процесс кардинальных преобразований традиционной вузовской системы, связанный с переходом на двухуровневую модель обучения (бакалавриат – магистратура), введением новых Федеральных государственных образовательных стандартов, ориентированных на профессиональные стандарты, изменением потребностей информационной экономики в квалифицированных кадрах требует от каждого вуза обеспечения высокого уровня его потенциала в условиях жесткой конкуренции на нестабильном рынке образовательных услуг.

На фоне происходящего укрупнения вузов и сокращения их числа, изменения условий финансирования, уменьшения набора обучающихся одним из путей достижения конкурентных преимуществ является разработка стратегии вуза (модели его развития), которая должна

** Научный руководитель: Сергеева Инна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: inchiksergeeva@yandex.ru*