

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/136988>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Социология молодежи

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 1

Раздел 1 Современное Интернет-пространство как способ самореализации молодого поколения 3

1.1 Актуальные тенденции в развитии технологий распространения информации 4

1.2 Виртуальная самопрезентация как способ восприятия себя и других. Трансформация механизмов общественного признания 6

1.3 Социальные сети и способы коммуникации 7

Раздел 2. Способы самореализации молодежи в Интернет-пространстве 12

2.1 Лонгрид как способ заявить о себе. Видео и трэвелблоггерство 12

2.2 Тик-токеры. Литературное блоггерство 17

Заключение 26

Список используемой литературы 29

Введение

Со второй половины прошлого столетия мы наблюдаем период глобальных трансформаций в технической сфере и масштабное развитие Интернета. Возникновение Интернета связано с 1969 годом, когда Пентагон, для того, чтобы увеличить качество системы национальной обороны, интегрировал через телефонную станцию все компьютеры американских командных пунктов в сеть «Арпанет». С 80-х гг в США начинается исследование, которое интегрирует компьютеры для обмена информацией между ведущими центрами. 6 августа 1991 года появляется первый веб-сайт.

Интернет начинает все больше и больше проникать в жизнь общества. Интернет сформировал новый мир для общества.

На стыке веков появляются системные трансформации в структуре медиасистем многих стран мира. В 1995 году социолог Н. Негропonte говорил, что дигитализация, то есть перевод информации в вид цифры, инициирует формирование и создание нового контента, будут новые эксперты и экономические модели, отдельные поставщики информации.

«Главная проблема современного мира – это менеджмент внимания. Конкурентное преимущество – не в обилии информации, а в ее ограниченности. Люди нуждаются не в объеме новой информации, а в мощных фильтрах и удобных средствах навигации в мире информации»¹.

Медиа как часть жизни современного социума представляет собой сложное и противоречивое социальное явление. Важен исследовательский подход объективного изучения медиа с точки зрения психологии, социологии и других наук.

Общение в виртуальной среде – одна из самых популярных тем в психологии, философии и социологии на протяжении последних 20 лет. За последние годы отмечается смещение фокуса, хотя и медленное, психологических исследований от интереса к изучению негативных исходов интернет-коммуникации, интернет-зависимости и патологического использования интернета к позитивным эффектам интернет-коммуникации.

Дизайн эмпирических исследований практически не содержит задач и гипотез о положительных сторонах интернет-коммуникации. На уровне теоретических разработок российские авторы предполагают позитивные эффекты, связанные с формированием социального капитала личности, освобождения от давления социальных условностей, удобства формата общения. Стигматизация онлайн-отношений, по всей

видимости, распространилась и на ученых, занимающихся исследованием общением в интернете. Целью данной работы является рассмотрение вопроса самореализации современной молодежи через интернет-пространство: социально-технологический аспект.

Задачи:

- описать актуальные тенденции в развитии технологий распространения информации;
- изучить виртуальную самопрезентацию как способ восприятия себя и других у молодежи;
- проанализировать социальные сети как способ коммуникации молодежи;
- описать виды самореализации современной молодежи в Интернет-пространстве (ведение блогов, аккаунтов в Тик-Токе и др).

Объект исследования – современные тенденции развития Интернет-пространства. Предмет исследования – способы самореализации молодежи в Интернет-пространстве.

Раздел 1 Современное Интернет-пространство как способ самореализации молодого поколения

1. 1 Актуальные тенденции в развитии технологий распространения информации

Норберт Больц отмечает, что в эпоху, когда аудитории доступно огромное множество информационных и развлекательных продуктов, СМИ ведут борьбу «за дефицитнейший ресурс — внимание»². Побеждает тот, кто заставит зрителя или читателя замереть, погрузившись в изучение сообщения. Естественно, что массмедиа вынуждены постоянно обновлять спектр технологий, удерживающих аудиторию, заставляющих ее потратить свое свободное время здесь и сейчас.

Усиливается коммодификация, при которой сам образ человека превращается в сетевой товар. Бот же представляет программный эквивалент робота, выполняющего в социальных сетях роль наших более активных агентов и двойников, чем аккаунт.

Интернет изменил и способ взгляда общества на новости. Если до появления Интернета социум узнавал о новостях из телевидения, главный источник информации для него были книги и журналы с новостями, то теперь приоритет становится у Интернета.

Последние десять лет в сфере медиа говорят о том, что сейчас информационно-коммуникационная среда проходит период глобальных трансформаций, как итог – преимущественно одноканальная система распространения информации становится многомерной структурой, где каждый участник может в любой момент пообщаться с любым другим участником системы или со всеми одновременно.

Происходит глобальное распространение социальных сетей, блогов, индивидуальных масс-медиа и пр. Эта проблема становится важной для развития мировой экономики и социальной, политической структуры общества. Масс-медиа определяют особенности устройства социума, методы создания в нем сообществ, их коммуникации с институтами государства. Масс-медиа определяют типы организации экономики, особенности занятости населения, образ жизни и социальные установки большей части населения в стране. Но все таки основные формы существования социума, основы управления им, коммуникации, характер современного социума сохраняются.

Растущий масштаб влияния масс медиа на разнообразные сферы общества и страны требует выверенной стратегии управления ситуацией в развитии сферы медиа. Это подчеркивается также тем, что уровень и размах вложений в развитие быстро трансформирующихся технологий становится все более приоритетным, а уровни влияния новых масс медиа все меньше и меньше прогнозируемы³.

Даже учитывая то, что в настоящее время увеличиваются показатели потребления информации в сети, концентрация производства информации будет сохраняться за профессиональными СМИ. Но события интерпретируются и доступны практически каждому. То, насколько авторитетен источник информации, определяет уровень доверия к ней. Основной способ передачи первичного новостного контента – беспроводные и проводные интернет и другие сетевые технологии, которые могут передавать огромные объемы информации в режиме реального времени.

Интерактивность становится нормой. Уже привычно, что автор статьи напрямую коммуницирует с аудиторией, обсуждает сложные и важные вопросы.

Актуален вопрос того, какая информация может находиться в доступе общественности (библиотеки,

масштабные архивы).

Если же говорить про профессиональный контент, то практически нет отличий в его аудитории. Но есть принципиальное отличие между типами такого контента и способами его доставки читателю. Происходит усиление важности индивидуализации в потреблении контента.

Список используемой литературы

- 1) Баранова Е. А. Конвергенция СМИ устами журналистов-практиков: монография. — М.: Прометей, 2017.
- 2) Бекбулатова Т. Дорога в Аскиз// <https://nasiliu.net/doroga-v-askiz/> (дата обращения 28.11.2020)
- 3) Больц Н. Азбука медиа. - М.: Европа, 2011
- 4) Варламова Д. Автор, пиши еще: как блогеру заинтересовать издателей? [Электронный источник]:<https://theoryandpractice.ru/posts/10751-blogger-writer>(дата обращения: 28.11.2020)
- 5) Волкунова Е. Всё впереди//<https://takiedela.ru/2019/11/vse-vpered/>(дата обращения 28.11.2020)
- 6) Гусейнов Г.Ч. Заметки к антропологии русского интернета: особенности языка и литературы сетевых людей // Новое литературное обозрение. - М., 2016, № 33. С. 290.
- 7) Как бренды используют TikTok — инструменты и кейсы [Электронный ресурс] // URL; <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2019/02/22/270114.shtml>[Режим доступа: 28.11.2020]
- 8) Кондаков Б.В., Абрамова В.С. Автор и читатель в пространстве художественного текста // Филологические заметки(PhilologicalStudies). -Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2018
- 9) Кубатьян Г. С. Travel-журналистика: путешествуйте и зарабатывайте. — Санкт-Петербург: Гуманитарная Академия, 2017. — 186 с.
- 10) Медведев С.А. Некоторые тенденции развития отношений Автор-Читатель в интернет- рецензии // Филология и человек. -Барнаул, 2015,№ 1. - 124 - 130 с.
- 11) Мультимедийная журналистика / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М., 2017.
- 12) Пинчук О. В. Жанровые и тематические особенности сетевого видеоконтента // Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа / Под ред. А. М. Шестериной. Воронеж, 2018
- 13) Рекламная кампания для «Полисorb» в TikTok»[Электронный ресурс] //URL; <https://vc.ru/marketing/106168-reklamnaya-kampaniya-dlya-polisorb-v-tiktok> [Режим доступа:28.11.2020]
- 14) Стоит ли работать с блогерами в Тик Ток: за и против [Электронный ресурс] //URL; <https://vc.ru/social/90271-stoit-li-rabotat-s-blogerami-v-tik-tok-za-i-protiv> [Режим доступа: 28.11.2020]
- 15) TikTok: перспективы развития, трафик и реклама. [Электронный ресурс] //URL; https://partnerkin.com/blog/stati/tiktok_perspektivy_razvitiya_t [Режим доступа: 28.11.2020]
- 16) TikTok для бизнеса. Успеть за 15 секунд. Тренды, реклама, заработок [Электронный ресурс] //URL; <https://vc.ru/social/83394-tik-tok-dlya-biznesa-uspet-za-15-sekund-trendy-reklama-zarabotok>[Режим доступа: 28.11.2020]
- 17) Щекотуров А.В. Net-дружба в структуре конструирования виртуальной идентичности подростков // Вестник ННГУ им. Лобачевского. 2018. №3(1). С. 441-445.
- 18) Whitty M.T. Liberating or debilitating? An examination of romantic relationships, sexual relationships and friendships on the Net // Computers in Human Behavior, 2008. V. 24. P. 1837-1850.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/136988>