



Характеристики интернет-коммуникаций. Мультимедия

Выполнила: Г. Малена 1 курс
«Реклама и СО»

Интернет-коммуникация

- ◆ Что же такое интернет-коммуникация?
- ◆ Одно из самых «свежих» и полных определений этого явления было предложено Л. Ю. Щипициной, которая, базируясь на существующих определениях коммуникации в целом, а также на определениях компьютерно-опосредованной коммуникации, считает, что интернет-коммуникация «...представляет собой один из исторических этапов в развитии коммуникационных средств и существует наряду с непосредственным (устным) общением, общением, опосредованным бумажными носителями (рукописным и печатным, включающим непериодические издания (книга) и периодические (газеты, журналы)), а также общением, опосредованным электронными приборами (факс, радио, телевидение)»



Классификация

Выделяют следующие типы интернет-общения:

- от человека - к компьютеру;
- от одного (человека) – к одному;
- от многих – к одному;
- от одного - ко многим;
- от многих – ко многим

В зависимости от типа субъектов, с которыми осуществляется интернет коммуникация, различают:

- общение реального субъекта с реальным партнером (электронная почта, группы новостей, ICQ и другие интернет-пейджеры, SMS-сообщения, дискуссионные форумы, электронные рассылки и т.д.);
- общение реального субъекта с субъективированным объектом как иллюзорным партнером (взаимодействия с почтовыми роботами, компьютерные игры, веб-сайты и т.д.);
- общение воображаемых партнеров (взаимодействие компьютерных интеллектуальных агентов, взаимодействия с DNS-серверами и т.д.)

Коммуникативные взаимодействия в интернет-среде могут оцениваться по различным параметрам: *по географическому ареалу* участников коммуникации (локальные сети, сети Интернет, национальный сегмент глобальных телекоммуникационных сетей общего пользования и т.д.); *по типу используемых средств коммуникации*; *по тематике взаимодействий*; *по характеру информационного наполнения* (личные, официальные, рекламные и т.д.); *по форме обращения* (персонифицированные или обезличенные); *по степени конфликтности* (нейтральные)



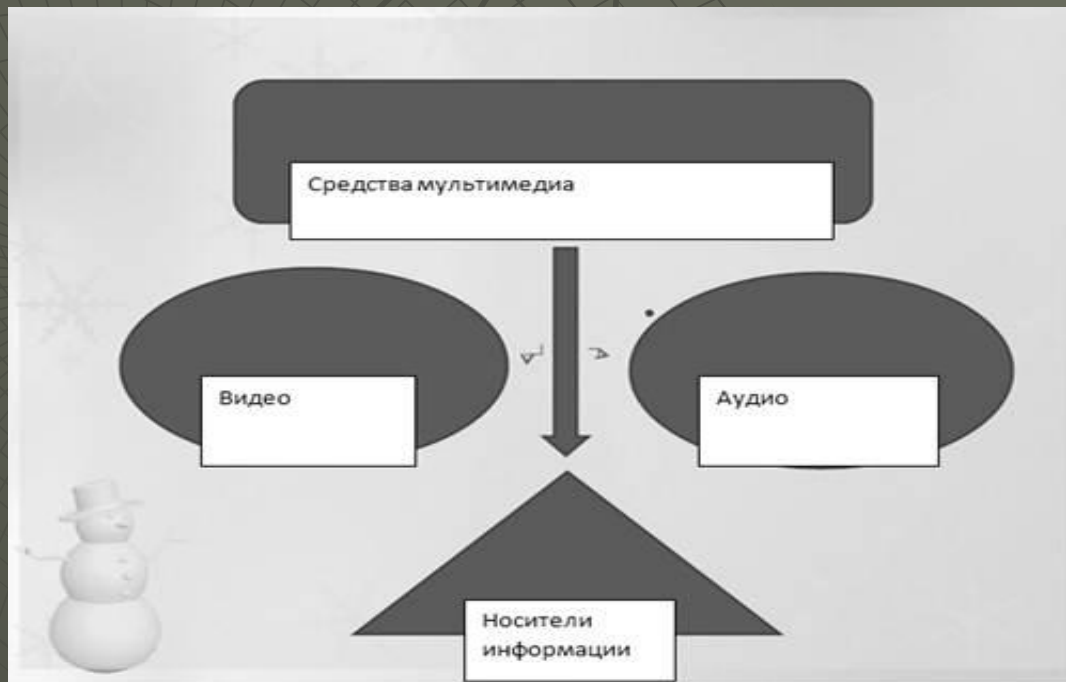
- ◆ Л. Ю. Щипицина к классификационным критериям этой формы коммуникации относит:
 - ◆ · количество коммуникантов: межличностная (общение коммуникантов), групповая (общение группы людей) и массовая коммуникация (общение одного автора, в том числе, коллективного, с неопределенным множеством коммуникантов);
 - ◆ · направленность речевого потока: монолог, диалог, полилог;
 - ◆ · тип коммуникантов по их статусу (персональная и институциональная коммуникация) и по их культурной принадлежности (коммуникация представителей одной культуры или межкультурная коммуникация)

- ◆ В настоящее время наибольшее распространение получили следующие системы, использующие Интернет в качестве «транспортного средства»:
 1. **WWW** (также World Wide Web, W3, Всемирная паутина) — глобальная гипертекстовая система, дающая доступ к информации
 2. **Chat** — текстовый или разговорный диалог двух и более пользователей в реальном времени..
 3. **E-mail** — электронная почта, система быстрой передачи текстовых и звуковых сообщений между компьютерами.
 4. **Usenet** — система так называемых «телеконференций», или «группы новостей». Своего рода групповая переписка, растянутая во времени (сообщения задерживаются в каталоге от 5 до 30 дней) с доступом всех пользователей. Каталог представляет собой очень широкий, постоянно пополняемый тематический список



Мультимедиа

- ♦ Термин "мультимедиа" образован из слов "мульти" — много, и "медиа" — среда, носитель, средства сообщения, и в первом приближении его можно перевести как "многосредность".
- ♦ **Мультимедиа - это особый вид компьютерной технологии, которая объединяет в себе как традиционную, статическую, визуальную информацию (текст, графику), так и динамическую (речь, музыку, видеофрагменты, анимацию).**



Виды мультимедиа

- ♦ Мультимедиа делится на программную и аппаратную:
- ♦ 1) Аппаратная сторона мультимедиа может быть представлена как стандартными средствами- видеоадаптерами, мониторами, дисководами, накопителями на жёстких дисках, так и специальными средствами- звуковыми картами, звуковыми колонками.
- ♦ 2) Программные средства делятся на прикладные и специализированные. Прикладные- это сами приложения Windows, представляющие пользователю информацию в том или ином виде. Специализированные- это средства создания мультимедийных приложений- мультимедиа проектов (например, программа для создания мультимедиа презентаций MicroSoft Power Point). Сюда входят графические редакторы, редакторы видеоизображений.
- ♦ Также может быть классифицирована как линейная и нелинейная:
- ♦ Аналогом линейного способа представления может являться кино. Человек, просматривающий данный документ никаким образом не может повлиять на его вывод.
- ♦ Нелинейный способ представления информации позволяет человеку участвовать в выводе информации, взаимодействуя каким-либо образом со средством отображения мультимедийных данных



- ◆ Выделяют две функции мультимедиа – иллюстративную и когнитивную.
- ◆ Иллюстративная функция обеспечивает поддержку логического мышления. В этом случае объект мультимедиа подкрепляет, иллюстрирует какую-то четко выраженную мысль, свойство изучаемого объекта или процесса, т. е. то, что уже сформулировано, например, преподавателем-разработчиком.
- ◆ Когнитивная же функция состоит в том, чтобы с помощью некоего объекта мультимедиа получить новое, т. е. еще не существующее даже в фантазиях специалиста, знание или, по крайней мере, способствовать интеллектуальному процессу получения этого знания.



- ♦ Обучение с использованием компьютерных технологий (Специальными исследованиями установлено, что из услышанного в памяти остается только четверть, из увиденного — треть, при комбинированном воздействии зрения и слуха — 50%, а если вовлечь учащегося в активные действия в процессе изучения при помощи мультимедийных приложений — 75%.

Области применения мультимедиа: информационная и рекламная службы, развлечения, игры, системы виртуальной реальности, искусство, образование, развлечения, инженерия, медицину, математику, бизнес, научные исследования.



Источники

1. Психология Интернет-коммуникации : учеб. пособие / Е. П. Белинская. — М. : МПСУ ; Воронеж : МОДЭК, 2013. — 192 с. — (Серия «Социальная психология»).
2. Богданов-Катьков, Н.В. Интернет для начинающих / Н.В. Богданов-Катьков, А.А. Орлов. - М.: Эксмо, **2013**. - 384 с.
3. Герасевич Блоги и RSS: интернет-технологии нового поколения / Герасевич, Виталий. - М.: СПб: BHV, **2015**. - 256 с.
4. Вязилов, Е. Д. Архитектура, методы и средства Интернет-технологий / Е.Д. Вязилов. - М.: Красанд, **2017**. - 512 с