

# Специфика интернет-среды

Термин «Интернет» обозначает название международной компьютерной сети и указывает на технологию связи.

Интернет – глобальная информационная система, части которой логически взаимосвязаны друг с другом посредством единого адресного пространства, основанного на протоколе TCP/IP.

Коммуникация в интернете проходит с помощью сервисов.

WWW («World Wide Web» – пер. с англ. «всемирная паутина»), или web, – самый популярный сервис Интернета.

WWW≠Интернет

# Особенности сетевого контента

- гипертекстуальность;
- интерактивность;
- мультимедийность.

# Гипертекстуальность

Гипертекстуальность – система связи между отдельными документами посредством гиперссылок.

М. В. Масалова выделяет два типа гипертекстуальности:

1) потенциальную (наблюдается в традиционных бумажных текстах и линейно организованных электронных текстах. Такие тексты выстроены линейно, но разбиты на фрагменты таким образом, что это дает возможность читать их в любом порядке (Библия, энциклопедия и др.);

2) реализованную (гипертекстуальность понимается как особое сочетание линейности и нелинейности расположения фрагментов относительно друг друга и реализуется только в гипертексте – электронном нелинейном тексте).

Главной особенностью гипертекста является то, что он создает систему связи между отдельными документами с помощью встроенных в текст гиперссылок.

# Гипертекстуальность

Можно выделить два вида гипертекстуальности – внутреннюю и внешнюю.

Внутренние ссылки, отсылающие к информации в пределах одного и того же сайта (к другим публикациям по теме, к материалам того же автора), хотя и позволяют узнать дополнительные сведения, но в рамках тех же повесток дня.

Внешние ссылки дают возможность читателю ознакомиться с другими ресурсами, иными позициями, альтернативными источниками, и в этом смысле они более продуктивно используют интернет и его технологии для информирования своих аудиторий и, следовательно, помогают сформировать более объективную точку зрения на ту или иную проблему.

# Интерактивность

Оле Клиндт Йенсен выделяет три вида интерактивности:

- Интерактивность 1 — отношения между техническим средством и человеком. Это удобство дизайна, эргономика, способность технического средства подключать пользователя как активного участника компьютерных игр, художественных произведений и т.п.
- Интерактивность 2 — более широкие отношения между медиа и другими социальными структурами.
- Интерактивность 3 — связи между индивидом и социумом, возможность локальных действий, опосредованных компьютерными медиа, включенность индивидов в социальное, политическое участие, возможность действия через медиа для других организаций и институтов.

# Интерактивность

Интерактивность — характеристика процесса коммуникации, речевого или текстового взаимодействия, а не технической системы передачи информации.

Это характеристика устройства/организации общения, но не характеристика медиа, т.е. не канала общения, но самого процесса общения, его контента. Это характеристика процессуальная, отражает степень соотнесенности одних сообщений с другими.

Интерактивность — прямое взаимодействие аудитории с автором (распространителем) контента.

# Мультимедийность

Мультимедийность – возможность передачи сообщений с помощью разных каналов – вербального, аудиального, визуального; совместное использование нескольких средств передачи информации (media), таких как звук, видео, анимация, фото, текст, графика.

! Особенностью интернета является то, что глобальная сеть – это априори мультимедийная среда.



# Свойства веб-среды:

- Открытость.
- Децентрализация.
- Доступность и географическая независимость.
- Оперативность.
- Удобство.
- Измеримость.
- Персональный подход.
- Дешевизна.

Проектирование и работа сетевого издания предполагает деятельность в трёх направлениях: создание контента, художественный веб-дизайн и техническая поддержка. Поэтому всесторонний анализ интернет-СМИ требует учёта всех трёх факторов – информационного, эстетического и технического.

Архитектура сайта зависит и от количества и видов размещаемой информации – мультимедийной, интерактивной, и от способов навигации, обеспечиваемых гиперссылками. Языковые особенности проявляются в названии, именовании структурных элементов в целом, главной страницы и отдельных рече-жанровых слагаемых издания. Но крайне важна гипертекстуальность как основной дифференциальный признак интернет-ресурса.

Юзабилити – совокупность элементов сайта, влияющая на легкость достижения посетителем поставленных им целей.

Гиперссылки – дифференциальный признак гипертекста, организующий его структуру и обеспечивающий функциональность – навигацию.

В интернет-СМИ используются следующие виды гиперссылок:

1. Контент-ссылки

1.1. Ссылки-рубрики

1.2. Текстовые ссылки

1.2.1. Внетекстовые (новостные)

1.2.2. Внутритекстовые

\*Источниковые.

\*Ретроспективные

\*Референциальные

\*Детализаторы

2. Сервисные ссылки

3. Коммуникационные ссылки

4. Рекламные ссылки

## Что надо учитывать при работе с информацией в интернете?

Посетители сайтов внимательному чтению предпочитают беглое ознакомление с текстом. Две причины.

- 1) гипертекстовый характер среды и огромные массивы информации, из которых необходимо выбрать только то, что действительно нужно пользователю.
- 2) проблемы визуального восприятия информации из интернет-ресурса.

Сложности: - опасность дезориентации в пространстве гипертекста, когда пользователь не знает, в какой части гипертекста он находится, как ему попасть в нужный узел, что ему предпринять дальше.

- опасность когнитивной перегрузки.