


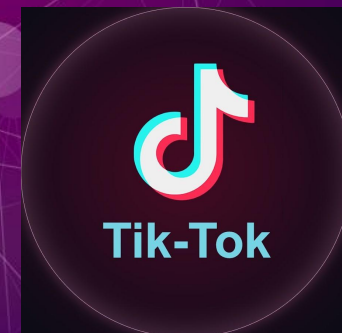


ИНТЕРНЕТ КАК ВИРТУАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО И СРЕДСТВО МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

"ВИРТУАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО" ИЛИ "ВИРТУАЛЬНАЯ
РЕАЛЬНОСТЬ"

Интернет выделяется из ряда технических новинок тем, что является метасредой - средой для коммуникации.

-  **Новое, развивающееся средство массовой коммуникации**
-  **Каждый имеет к нему доступ**
-  **Высокая скорость передачи данных**



Мировая статистика о количестве пользователей интернета:

- Количество интернет-пользователей в мире выросло до 4,54 миллиарда, что на 7% больше прошлогоднего значения;
- Сегодня более 5,19 миллиарда человек пользуются мобильными телефонами;
- общее число почтовых ящиков e-mail составляет 5 млрд единиц;
- общее число отправленных по e-mail писем превышает 40 млрд. в день.

Интернет-аудитория

- Среднестатистический пользователь проводит в интернете 6 часов 43 минуты каждый день. Если оставить около 8 часов в сутки на сон, это значит, что сейчас более 40% времени бодрствования мы проводим в интернете.



Активная аудитория предпочитает следующие темы: новости - 64 %; развлечения, анекдоты, игры - 59%; общение, чаты - 47%; информация о товарах и услугах - 40%; бизнес, финансы - 37 %. Для максимальной аудитории процентное соотношение предпочитаемых тем иное: развлечения, анекдоты, игры - 35 %; общение, чаты - 32%; новости - 31%; наука, образование - 21 %.



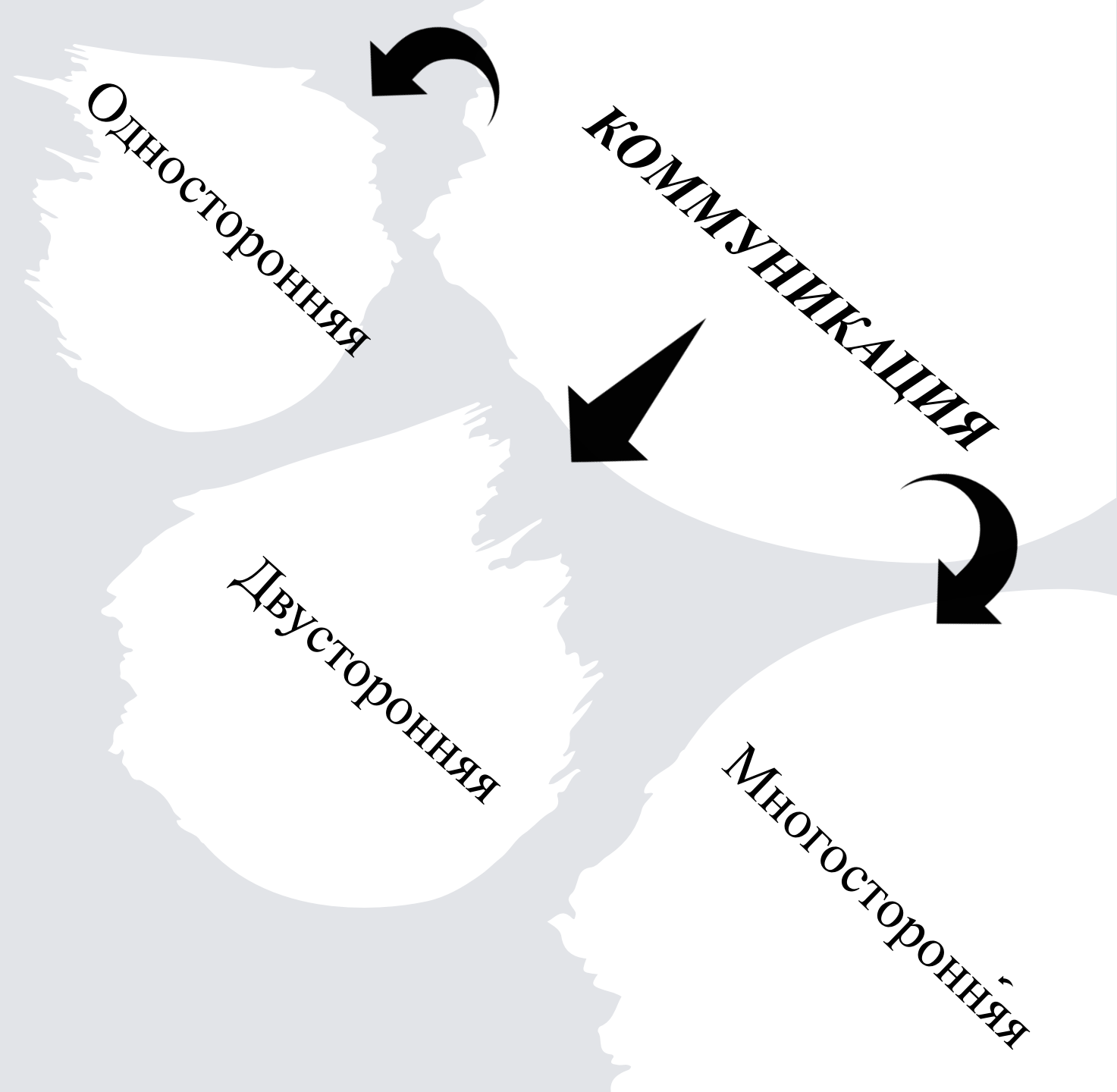
Особенности коммуникации.

Коммуникация - обмен информацией между индивидами посредством общей системы символов, который может осуществляться вербальными и невербальными средствами.

«Массовая коммуникация – это систематическое распространение сообщений среди численно больших, рассредоточенных аудиторий с целью воздействия на оценки, мнения и поведение людей».



- **ОДНОСТОРОННЯЯ** - БЕЗ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ;
- **ДВУСТОРОННЯЯ** - ДИАЛОГ;
- **МНОГОСТОРОННЯЯ** - ОБЩЕНИЕ ДВУХ И БОЛЕЕ КОММУНИКАНТОВ, КАЖДЫЙ ИЗ КОТОРЫХ МОЖЕТ ВЫСТУПАТЬ КАК В РОЛИ ОТПРАВИТЕЛЯ, ТАК И ПОЛУЧАТЕЛЯ ИНФОРМАЦИИ.



ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕНИЯ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

- **Анонимность.** Несмотря на то, что иногда возможно получить некоторые сведения анкетного характера, и даже фотографию собеседника, они не дают реальной картины личности. Кроме того, часто наблюдается эффект сокрытия или презентации ложных сведений.
- **Затрудненная эмоциональность,** которая частично компенсируется специально разработанной знаковой системой передачи эмоций. А именно смайлами - пиктограммами, изображающими эмоцию, чаще всего состоящими из типографских знаков.



***Добровольность. Пользователь добровольно завязывает контакты или уходит от них;**

***Стремление к нетипичному, ненормативному поведению. Зачастую пользователь презентует себя по-иному, нежели в реальной жизни;**

***Неграмотность. Практически полное отсутствие в диалогах литературного языка.**

Коммуникативные особенности пользователей интернета сводятся к тому, что с каждым днём люди, общающиеся посредством интернета, всё реже используют грамотную литературную речь не только в пределах всемирной паутины, но и в обычной жизни.

