

УДК 004.738.5

## РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ

© Мещерякова А.Е., Ряжева Ю.И.

e-mail: m.alyaa@mail.ru

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королёва, г. Самара, Российская Федерация*

Говоря о соотношении терминов «коммуникация» и «интернет-коммуникация», необходимо подчеркнуть, что интернет-коммуникации – это такие методы общения, при которых передача информации происходит по каналам «Интернет» с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации (информация может быть представлена в различных формах: в виде голоса, видео, документов, мгновенных сообщений, файлов).

Интернет без каких-либо преувеличений можно рассматривать как некоторое глобальное средство массовой информации. Интернет дает возможность иметь практически мгновенный доступ ко всем источникам информации одновременно и при этом делать индивидуальный выбор.

Одно из преимуществ Интернета заключается в возможности для нетрудоспособных и инвалидов иметь «весь мир под рукой». Электронный доступ можно получить к разнообразным источникам информации, начиная от библиотеки Конгресса США и заканчивая лондонским «Таймс», с постоянно возникающими новыми информационными ресурсами.

Вместе с огромным количеством предоставляемой информации Интернет дает возможность общения в реальном времени, применяя специальные программы. Это создает ряд преимуществ подобной электронной коммуникации, среди которых следующие:

- уничтожение расстояний;
- возможность отсроченного ответа;
- создание сообществ по интересам;
- при желании – полная анонимность и создание легенды (возможность «существовать» в другой физической и моральной оболочке).

Огромное количество людей ежедневно используют Интернет для разнообразных целей. Чаще всего используется электронная почта (согласно опросу, который был проведен в начале 2019 года, электронной почтой пользуются 90% опрошенных). Она приобрела особо важное значение и для граждан бывших союзных республик, устанавливающих связи с жителями зарубежья. Также Интернет являлся постоянным источником информации и новостей во время последнего финансового кризиса [1].

Сегодня глобальная сеть используется преимущественно для распространения разного рода рекламы, так как традиционные СМИ никогда не смогут обеспечить те преимущества, которыми обладает Интернет, который позволяет проанализировать реакцию целевой аудитории на рекламную кампанию и, если это будет необходимо, скорректировать ее ход.

Существуют разные способы привлечения потенциальных клиентов:

- размещение рекламных объявлений на профильных форумах, где общаются профессиональные строители, врачи, парикмахеры, агрономы и т.д.;
- участие в контекстных сетях;
- покупка баннеров на тематических сайтах.

Когда на сайт начнут приходить целевые посетители, можно тут же приступить к анализу рекламной кампании для дальнейшего поискового продвижения. На базе данных проведенного анализа можно выработать стратегию, на основании которой появляется возможность в разы увеличить прибыль. Необходимо отметить, что средства, затраченные на такое исследование, значительно меньше средств, которые бы пришлось потратить, чтобы собрать подобную информацию с помощью обыкновенных СМИ. Очень важно, что Интернет уравнивает частных лиц, фирмы «средней руки» и крупные корпорации: у всех одинаковые возможности для привлечения покупателей [2].

Все популярнее становится электронная торговля, которая позволяет пользователю совершить покупку практически любого товара в любой точке планеты. Для крупных фирм и корпораций Интернет стал идеальной средой для проведения всевозможных операций и расчетов.

Интернет также обладает рядом преимуществ над «традиционными» СМИ. В Интернете, в отличие от телевидения, время передачи информации не ограничено [3].

Информация на веб-страницах может отличаться еще одним ценным качеством, которое не в состоянии позволить себе ни телевидение, ни газеты: глубиной раскрытия темы. Благодаря Интернету теле- и радиовещательные компании теперь могут предлагать информацию для относительно узкого круга людей, не утомляя ею массовую аудиторию. В результате получается поистине интерактивное средство информации.

### Библиографический список

1. Ефремова, А.А. Интернет-коммуникация как средство мобилизации общества [Электронный ресурс]/ А.А. Ефремова// Международный студенческий научный вестник. – 2017. – № 1. – URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=16861> (дата обращения: 27.03.2019).
2. Сайтгараев, А. Р., Гареева Г. А., Григорьева Д. Р. Эффективность использования информационных технологий в экономической системе России [Текст]// А.Р. Сайтгараев, Г.А. Гареева, Д.Р. Григорьева// Молодой ученый. – 2016. – №28. – С. 526-529.
3. Хмельницкая, О. М., Нурлигенова З. Н. Развитие интернет-технологий как средства производства сетевых коммуникаций [Электронный ресурс]/ О.М. Хмельницкая, З.Н. Нурлигенова// Молодой ученый. – 2015. – №9. – URL: <https://moluch.ru/archive/89/18073/> (дата обращения: 25.03.2019).