

Конвергенція медіа — результат взаємопроникнення (інтеграції) різних процесів у періодичних виданнях, відповідно до якого працівники редакції медіа одночасно працюють у аналоговому (телебачення, радіо, преса) та цифровому (сайти, соціальні мережі, відеоплатформи) форматах. Передумови для розвитку конвергенції — технологічний і економічний розвиток суспільства, завдяки якому інструменти та канали для поширення інформації в цифровому середовищі стали доступними для більшості категорій населення.

Галузевим виданням нині притаманна модель гібридного покриття, що зумовлює розвиток сайтів, спільнот у соціальних мережах, освоєння нових способів комунікації (розсилки, месенджери). Тобто редакція не лише випускає друковану версію (журнал чи газету), а й розміщує статті на сайтах і в соціальних мережах, створює фото-, аудіо- та відеоконтент, працює з аудиторією, адмініструючи спільноти в соціальних мережах, і всі ці майданчики є компонентами комунікаційної стратегії галузевого періодичного видання.

Активний розвиток взаємодії медіа з її аудиторією спричинив поступове стирання межі між ними. Для галузевих конвергентних редакцій ця тенденція особливо відчутна, тому що в умовах постійного обміну інформацією внесок кожного читача галузевого видання більш відчутний і цінний, ніж читача суспільно-політичного часопису.

Оптимальна форма взаємодії конвергентного медіа та споживачів полягає в тому, що аудиторія зможе задовольняти власні інформаційні та комунікаційні потреби, мати змогу виступати не лише як споживач, а й як автор медіа-контенту, отримувати повну інформацію з компетентних джерел, у процесі створення медіа повідомлень використовувати все різноманіття форм і методів творчої діяльності, обмінюватися досвідом.



УДК 070

© **Кристина Козаченко**, магістрантка, БГТУ, г. Минск, Республіка Беларусь, 2020 г.

Научный руководитель: В. И. Куликович, канд. филол. наук, доц., БГТУ

КЛАССИФИКАЦИЯ ЛЕКСИКИ МАТЕРИАЛОВ СТАТЕЙ РУБРИКИ «БЕЛАРУСКАЕ СЛОЎКА»

In the article, the author considers the principles of classification of vocabulary in the materials of the heading 'Belarusian straw'. The analysis of materials is presented as aper centage.

После анализа материалов рубрики «Беларускае слоўка» было установлено, что все слова можно разделить на 9 лексических групп: архаизмы, диалекты, заимствования, специальная, разговорная, общеупотребительная, безэквивалентная, общесловянская лексика и др.

Архаизмы (*дэсань, залёты, рондаль, гаўбец*), диалекты (*кунега, фатыга, гіцаль, конаўка*), заимствования (*муштарда, фатэль, галушка, рондаль, еданаць, пурпур, гіцаль, гаўбец*), специальная лексика (*закапершчык, утока*), разговорная (*спрат, гармідар, фацэтны, закапершчык, хатуль, дзяцюк, наапашкі*), общеупотребительная (*жах, агмень, віншоўка, шуфлядка, гарчыца, спадкаемец, рахводдзе, шчопаць, еданаць, пурпур, драбіны, сядзіба, ветразь, камяніца, гузік, балкон, папрашайка, прысьвятак, конаўка, мышца, посах*), безэквивалентная (*налецце, бохан*), общесловянская лексика (*залёты*), однословный мотивированный и понятный аналог (*знаўца, збавіцель, запытаўца, папрасімец*).

Таким образом, самая многочисленная группа — общеупотребительная лексика (46,2 %), следующие по величине группы разговорной и заимствованной лексики (14,2 %), количество слов в группах диалектной лексики и архаизмов еще меньше (7,1 %), а самые немногочисленные группы представлены специальной



лексикої и однословними мотивированными, понятными аналогами (3,5 %), а также общесловянской лексикой и безэквивалентной (1,7 %).

УДК 811.161.2

© **Єлизавета Чикалюк**, магістрантка, ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ, Україна, 2020 р.
Науковий керівник: Н. М. Фіголь, канд. філол. наук, доц., ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського

ПЕРЕВАГИ СУЧАСНИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ВИДАНЬ

The article states that the norm in today's school should be the use of multimedia textbooks and work with electronic educational and methodological kits of different directions. The advantages of using multimedia editions and their effectiveness in the educational process are highlighted.



Сьогодні на медіа ринках спостерігається активна видавнича діяльність у аспекті випуску мультимедійних навчальних видань, адже ця ніша віднедавна стала затребуваною учнями та освітянами. Значної популярності цей тип видань набув завдяки основній із переваг діджитал-середовища — інформаційній насиченості. Вона виражається в тому, що мультимедіа інформаційно є більш щільним простором, ніж традиційні засоби передачі інформації. Так, одна паперова сторінка тексту містить близько 2 Кб інформації, яку викладач озвучує в середньому протягом 1–2 хвилин. За цей самий час повноекранне відео може відобразити близько 1,2 Гб інформації. Важливу роль у поширенні мультимедійних навчальних видань відіграє й психофізіологічний фактор: згідно з дослідженнями психологів, більшість людей запам'ятовує 5 % почутого й 20 % побаченого, проте, одночасне використання аудіо- та відеоінформації дає

зможу підвищити цей показник до 40–50 %. Як зазначають дослідники, мультимедійні засоби ефективно впливають майже на всі органи чуття реципієнта: поєднання друкованого тексту, графічного зображення, рухомого відео, статичних фотографій і аудіозаписів створює активне кероване комунікативне середовище, в якому здійснюється ефективне навчання. Як результат, застосування мультимедійних матеріалів скорочує час навчання майже втричі, а рівень запам'ятовування завдяки одночасному використанню зображень, звуку та тексту зростає на 30–40 %. Переваги використання мультимедійних технологій у освітньому процесі доведені в багатьох наукових роботах і підтвержені викладацькою практикою. У вітчизняній літературі наголошено на великому потенціалі мультимедійного контенту: він допомагає розвивати творчу уяву, активізує інтелектуальну діяльність особистості, наочно подає навчальний матеріал, формує можливість моделювати реальні явища навколишнього середовища. Дослідники підкреслюють важливість емоційного компоненту в процесі сприйняття мультимедійних текстів, оскільки він забезпечує формування мотивації до навчання. Для успішного навчання важливо, щоб у процесі сприйняття матеріалу брали участь якомога більше аналізаторів. На першому місці, за значимістю та ефективністю, в умовах застосування новітніх аудіовізуальних засобів навчання, перебувають комбіновані зорово-слухові види сприйняття, за ними — зорові й слухові. Таким чином, одночасна дія складного комплексу подразників на різні аналізатори дозволяє впливати з особливою силою та емоційністю. Тому учень, який сприймає інформацію за допомогою мультимедійних підручників, знаходиться під впливом потужного інформаційного потоку, що створює необхідну емоційну основу та забезпечує високу ефективність засвоєння навчального матеріалу.

