

- візуалізація лекцій передбачає використання прийомів «стиснення» та «згортання» вербального навчального матеріалу, забезпечивши при цьому системність його викладення та глибину розуміння навчальної теми;
- використання різноманітних форм комп'ютерної візуалізації у викладанні допомагає активізувати навчальну й пізнавальну діяльність студентів, формує навички критичного та образного мислення, надає можливість за необхідності самостійно ознайомитися з матеріалами, представленими у вигляді презентації в класрумі, що особливо актуально в умовах дистанційного навчання;
- візуалізація навчального матеріалу сприяє формуванню у студентів професійного мислення, зокрема навичок систематизації отриманої інформації та створення її у візуальну форму;
- від якості викладеного в презентаціях лекційного матеріалу залежить продуктивність засвоєння студентами нового матеріалу, формування пізнавального інтересу та мотивації до навчання. Тому викладачі мають знаходити оптимальну кількість слайдів презентації, враховувати співвідношення візуального та текстового наповнення, рівень насичення інформацією окремого слайду, уникати типових помилок під час візуалізації навчального матеріалу в презентаціях тощо.

М. Жигайло

РОЛЬ СИМВОЛЬНОЇ МОВИ У ФОРМУВАННІ КОНТЕНТУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

M. Zhyhailo

ROLE OF SYMBOLIC LANGUAGE IN FORMATION OF CONTENT IN SOCIAL NETWORKS

В епоху глобалізації та тотального проникнення інформаційно-комунікаційних технологій в економічну, політичну, соціальну та культурну сфери життя суспільства, значну роль у формуванні контенту соціальних мереж відіграє символічна мова. Зображальна мова онлайн-середовища транслює ключові ідеї та цінності масової культури у відповідь на запити «кліпового суспільства».

Вітчизняний дослідник К. М. Коган виокремлює три категорії соціальних мереж: а) на загальну тематику (наприклад, Facebook, Instagram), спеціалізовані (Geni, Last.Fm та ін.), ділові (LinkedIn, Plaxo та ін.). Кожній категорії соціальних мереж відповідає свій тип спілкування, а також специфіка використання символічної мови.

У соціальних мережах Facebook, Instagram символічна мова репрезентована як у міжособистісному, так і особистісно-груповому та міжгруповому спілкуванні. Спеціалізовані соціальні мережі використовують символічну мову не тільки для обміну інформацією, інтересами, потребами, а як засіб ідентифікації з групою. Мотиви комунікації зумовлюють активність використання символів для посилення впливу на адресата повідомлення.

Ділові соціальні мережі значно менше толерують використання символів під час спілкування, оскільки в основі взаємодії є матеріальне, когнітивне, діяльнісне спілкування. Вони не передбачають апелювання до емоційного контексту повідомлення.

Соціальні мережі на загальну тематику поєднують різні види спілкування. Це формує новий вид мережевого етикету, де символічною мовою (емотикони, емоджі, гіфки) послугуються навіть у формальному спілкуванні.

Поступово соціальні мережі із віртуального середовища спілкування, перетворились на стяг культури споживання як у популяризації її ідейних доміант, так і у реалізації її механізмів. Соціальні мережі стали платформою для просування товарів та послуг, а символічна мова — інструментом забезпечення успішної реалізації маркетингових стратегій шляхом поєднання різних типів спілкування — ділового, мотиваційного, маніпулятивного тощо. У рекламних повідомленнях майорять різноманітні емоджі, які мають привернути увагу покупця та підвищувати попит.

Поширеною причиною використання символічної мови в соціальних мережах є бажання привернути увагу та/або посилити вплив на аудиторію. Навіть для провідних світових політиків соціальні мережі стали «онлайн-трибуною», на якій вони транслюють не тільки власне ставлення до тих чи інших подій та явищ, а й виступають як міжнародні актори. До своїх дописів політики активно долучають емоджі з національною символікою, кольорами-ідентифікаторами політичних партій тощо. «Дописи-ребуси», у яких символи домінують над текстом або взагалі заміняють його, викликають жваве обговорення-розгадування серед читачів, вносять ігровий аспект у комунікацію. Використання універсальних символів — вербальних чи невербальних — дозволяє досягти комунікаційного успіху шляхом встановлення соціальної близькості з онлайн-аудиторією.

У добу масової культури та «свайпового дозвілля» форми комунікації зазнали суттєвих змін. У формуванні контенту соціальних мереж значну роль відіграє символічна мова, основною функцією якої є поширення та засвоєння інформації шляхом асоціативних реакцій, швидкої ідентифікації й рефлексії користувачів. Спрощення чи навіть примітивізація повідомлень, збільшення домінування візуального контенту над вербальним формують мережеві канони, які мають наслідувати користувачі. Отже, символічна мова стає інструментом нормативно-регулюючого механізму віртуального культурного простору.

М. Демиденко

ЗАГАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ІГРОВОГО КІНЕМАТОГРАФУ УКРАЇНИ

М. Demydenko

GENERAL PROBLEMS OF MODERN UKRAINIAN FICTION CINEMATOGRAPHY

Генезис кінематографу України в другій половині ХХ — початку ХХІ століття відбувався в контексті соціокультурних трансформацій, пов'язаних з розпадом СРСР та зміною культурно-історичної парадигми. Основні форми розвитку вітчизняного кінематографу (України) в цей період актуалізуються навколо кількох паралельних напрямків, де видозміни набувають особливої гостроти.

Після відновлення незалежності Україна здобула можливість розвивати свій власний кінематограф. З'явилися нові студії та кінокомпанії, які займалися виробництвом українських фільмів, що актуалізувало питання про національну художню мову кіно. Український кінематограф почав активно відображати культурну різноманітність на екрані, що призвело до експериментування із жанрами