

УДК 028.5:303.425.2

Н. И. Ковалевская, ст. преп. (БГТУ, г. Минск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОНЯТИЯ «КОНВЕРГЕНЦИЯ» В ИССЛЕДОВАНИЯХ ДЕТСКОГО ЧТЕНИЯ

Современный контекст развития информационного пространства и происходящие в нем эволюционные изменения, связанные с новейшими достижениями в области информационных и коммуникационных технологий, определяют актуальность темы исследования.

Процессы глобализации, конкуренции, политизации СМИ, их функционирование в условиях информационного противостояния потребовали от средств массовых коммуникаций новых форм существования и выживания на информационном рынке. Поводом для этого послужили процессы медиаконвергенции.

Важнейшей характеристикой современного этапа развития средств массовой информации становится конвергентность – процесс трансформации средств подачи журналистских материалов, многих журналистских жанров, связанных с переходом на новый этап развития журналистики. Конвергенция средств массовой информации – явление, сформировавшееся относительно недавно, поэтому этому феномену посвящено не так много исследований. Однако ведущие научные деятели в данной области в той или иной мере стараются анализировать и прогнозировать происходящие процессы. К таким ученым можно отнести Е. Е. Анисимову, Е. Л. Вартанову, А. А. Грабельникова, Я. Н. Засурского, И. И. Засурского, М. Кастельса, А. Г. Качкаеву, М. М. Лукину, В. Л. Музыканта и др.

Конвергенция (от латинского *convergere* – приближаться, сходиться) – процесс сближения, схождения (в разном смысле), компромиссов. В 50-х годах прошлого столетия термин конвергенция начали использовать в общественной и политической сфере на западе в науке философии и социологии. В связи с этим по-новому на процесс конвергенции взглянули и социологи. Большой вклад в развитие теории общественно-политической конвергенции внесли работы американского исследователя-социолога Дэниела Белла.

В последующем идея Д. Белла об информационном обществе развивалась и послужила своеобразным мостиком к дальнейшим концепциям и представлениям об информационном обществе, конвергенция была переосмыслена и воспринята в новом контексте. Начиная с 70-х годов прошлого столетия, данный термин все чаще стали применять в целях обозначения интеграции информационных и коммуникационных технологических устройств (компьютеров, телефонов, телевизоров). Следующий этап развития термина «конвер-

генция», приходится на 80-е годы, в ходе полемики о deregулировании телекоммуникационного рынка в США и вещательного рынка в Западной Европе. Но по-настоящему активно конвергенция начала развиваться лишь в 1990-х годах, этому способствовало быстрое развитие интернет-технологий.

Электронные средства массовой информации обеспечивают возможность функционирования глобального информационного пространства. Новый тип средств массовой информации генерирует особый контент, который, в свою очередь, оказывает влияние не только на структуру текста в сети Интернет, его жанровые особенности и стилистическое наполнение, но и на адресанта и адресата.

Конвергенция в прессе связана, прежде всего, с возможностью человека в режиме онлайн просматривать статьи и публикации, оставлять комментарии к фотографиям, участвовать в опросах, делится своим мнением. Сегодняшний читатель, зритель, слушатель – это человек, желающий получать не только актуальную и своевременную информацию, но и желающий совмещать это с развлечениями и хорошей визуализацией.

Многие ведущие издания идут в ногу со временем, предлагая своему читателю электронную версию журнала, а также приложения для мобильных устройств и персональных карманных компьютеров. Цифровой формат подачи информации привлекает своей неординарностью, динамичностью и актуальностью, а также стремительным развитием. В данном сегменте будущее за издателями, способными быстро и в короткие сроки реагировать на изменения рынка СМИ, а также ловить меняющиеся потребности потребителей.

Конвергенция коммуникаций, которая нашла свое распространение всего несколько лет назад, сегодня набирает обороты уверенными темпами. Издания трансформируются, превращаются из традиционных в медиа ресурсы. Несомненно, в ближайшем будущем они будут только увеличивать свои обороты. Постепенно грань между визуальным, звуковым и печатным способами подачи информации будет стираться еще больше. Современное информационное общество как новая ступень цивилизации является социальным институтом с новой технологией и иной картиной мира. Оно определяет характер развития современного социума и современной культуры, изменяет тип человеческого сознания, влияет на духовный мир человека, его систему ценностей и потребностей.

Именно дети, подростки, юношество и молодежь сегодня самые активные социальные группы, легко осваивающие новые информационные технологии. Для развития детского чтения задача построения эффективного коммуникационного диалога приобретает особую зна-

чимость, при продвижении через социальные сети с обязательным привлечением технологий маркетинга в социальных сетях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вартанова, Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Развитие информационного общества в России. – Т. 1. Теория и практика. – СПб., 2001.– С. 157.

2. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г Качкаевой. – М., 2010. – 60 с.

3. Колосова, А.А., Шнайдер, А.А. Новые СМИ как символ трансформации медиаландшафта информационного общества // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2016. – № 4 (58). – Ч.1. – С. 20–23.

4. Рогалева, О.С., Шкайдерова, Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) //Вестник Омского университета. – 2015. – № 1. – С. 222–225.

5. Свитич, Л.Г. Изменение журналистской профессии в процессах медиаконвергенции //Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (306). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. – С. 406–414.

6. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 269 с.

7. Баранова, Е.А. Новые реалии развития редакций, или Что такое газетная конвергенция: монография. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. – 187 с.

УДК 070.432:811.161.3'373

К.Н. Козаченко, магистрант (БГТУ, г. Минск)

КЛАССИФИКАЦИЯ ЛЕКСИКИ МАТЕРИАЛОВ СТАТЕЙ РУБРИКИ «БЕЛАРУСКАЕ СЛОЎКА»

Введение. В научной литературе принципы классификации лексики представляют собой разделение слов на активную и пассивную лексику, общеупотребительную и лексику ограниченного использования, историзмы и архаизмы, неологизмы, заимствования [1].

Задача статьи – классифицировать лексику рубрики «Беларускае слоўка» по значению, происхождению и сфере употребления. Материалом для изучения послужат статьи рубрики «Беларускае слоўка», изданные в газете «Мінская праўда» в 2018 г.