

#### **Список использованных источников:**

1. Бабайцева, В. В. Система односоставных предложений в современном русском языке [Текст]/ В. В. Бабайцева. – Москва: Дрофа, 2004. – 504с.
2. Беднарская, Л. Д. Синтаксис романа А. С. Пушкина «Евгений Онегин»: материалы для спецкурса [Текст]/ Л. Д. Беднарская. – Москва: ФЛИНТА, 2014. – 473 с. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24921781>
3. Вараксин, Л. А. Современный русский язык. Синтаксис простого предложения: сборник упражнений [Электронный ресурс]/ Л.А. Вараксин. - Москва: Флинта: Наука, 2010. – 208 с. - Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/book/57885/>

---

**УДК 655.524**

### **ОЦЕНКА ИНФОГРАФИКИ МЕТОДОМ СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА**

Ветеркова А.А., студентка 4 курса

*Белорусский государственный технологический университет,  
г. Минск, Республика Беларусь*

В современном потоке информации во многих областях деятельности находит свое место такой способ подачи информации, как информационная графика (инфографика). Она представляет собой сжатую информацию, визуализированную для быстрого донесения до потребителя [1]. Актуальность инфографики повысилась с увеличением доли в информационном поле современного человека веб-информации, которая диктует свои требования к подаче материала.

Цель работы – оценить ряд объектов инфографики методом семантического дифференциала. Задачи работы: определить объекты оценивания, выбрать методику изучения, провести опрос потенциальных потребителей инфографики.

Для оценки инфографики были выбраны 10 объектов различного содержания, представленные на сайте [2]. К опросу привлекалось 25 студентов. В качестве метода изучения инфографики выбран метод семантического дифференциала, поскольку он позволяет в смоделированном семантическом пространстве выявить факторы восприятия объектов потребителями и классифицировать объекты по степени близости в семантическом поле респондентов [3, 4].

Методика семантического дифференциала предполагает оценку объекта с фиксированными точками оценочной шкалы, которая задается парой прилагательных-антонимов. В данном случае шкалы были выбраны стандартные, в количестве 19 штук [5]. Далее студентам по очереди демонстрировались 10 объектов инфографики, которые нужно было соотнести с 19 парами прилагательных и семибалльной шкалой.

Для структурирования факторов и объектов использовался метод кластерного анализа. На основе полученных усредненных оценок объектов по шкалам выявлено, что все семантическое поле в восприятии опрошенных структурируется на три ведущих фактора: «Оценка», «Активность», «Сложность», что не противоречит известным результатам в этой области. Наибольшую весомость имеет первый фактор, который объясняет разброс данных на 40%, второй фактор — на 30%, третий фактор — на 15%.

Результаты анализа показали объединение объектов инфографики в четыре группы. Первую группу составили объекты «Чтение в России», «Пенсионеры разных стран», «АПЛ «Юрий Долгорукий», «Графический дизайнер-иллюстратор», вторую группу — «Хронология Великой Отечественной войны», «Рунет в цифрах и фактах», третью группу — «Нарушая традиции», «Системы здравоохранения», четвертую группу — «Первые в мире», «Кот и торт».

Классификация объектов показывает, что для восприятия важны композиция изображенного, количество объектов (изображение и текст) и цветовое решение. В первую группу попали объекты, на которых имеется центральное изображение, вокруг которого столбцами формируется дополнительная информация в виде текста или графиков, почти везде доминирует голубой цвет. Во второй группе оказались объекты, на которых информация организована в виде маршрута с соответствующими точками. В третью группу вошли объекты, на которых информация дана в виде схем с цветовым сочетанием голубого, серого и красного. Четвертая группа содержит объекты, на которых информация разделена линиями и контрастными цветами на две или четыре части.

Более четко фактор «Активность» проявляет себя по отношению к объектам второй группы, таким образом примененные на этих объектах композиционные и цветовые решения дают возможность воспринимать информацию как более активную, яркую, быструю. Фактор «Сложность» более весом для первой и третьей группы, таким образом представленное на этих объектах организация информации и ее количество говорит о том, что она воспринимается как что-то сложное, необычное и неограниченное. Замечено, что фактор «Оценка» более значителен там, где присутствует либо ярко выраженная изобразительная информация (изображения людей, предметов), либо присутствуют контрастные цвета («Хронология Великой Отечественной войны», «Первые в мире»).

Результаты показали, что методика семантического дифференциала может применяться к объектам инфографики, дает объяснимые результаты.

#### **Список использованных источников:**

1. Трушко Е. Г., Шпаковский Ю.Ф. Инфографика как современный способ представления информации // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2017. № 1. С. 111-117.

2. Яковлева С. Инфографика как часть контент-маркетинга: от создания до применения. Режим доступа: <https://romi.center/ru/learning/article/how-to-use-infographics-in-content-marketing/>

3. Токарь О. В. Определение семантической структуры зрительного поля экрана методом семантического дифференциала // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2019. № 1 (219). С. 36-40.

4. Шичко Л. А., Токарь О. В., Зильбергейт М. А., Литунов С. Н. Визуальная оценка шрифтового дизайна методом семантического дифференциала // Омский научный вестник. 2009. № 2 (80). С. 249-253.

5. Токарь О. В., Серенкова Е. П. Субъективные измерения с помощью метода семантического дифференциала // Эпоха науки. 2022. № 32. С. 56-62.

---

**УДК 378.016**

## **ПРИМЕНЕНИЕ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ ЦЕПЕЙ**

Владыкин Д.И., студент 2 курса

Научный руководитель: ст. преподаватель Пиманова О.В.

*Ижевский государственный технический университет*

*имени М.Т. Калашникова, г. Ижевск, Россия*

На протяжении всей истории педагогики, педагоги выступали за дифференциацию обучения, выраженную в форме углубленного изучения предметов. Это является принципом дифференцированного обучения. Луначарский А.В. считает: «Обилие разнотипных школ, уклонов, разветвление обучения на углубленное изучение отдельных предметов – все это подкреплялось принципом доступности обучения и возможностью выбрать любую ступень общеобразовательной лестницы и любое ее направление» [3].

При внедрении дифференцированного обучения в ВУЗе необходимо создать условие его осуществления: глубокое изучение индивидуальных способностей учащихся; умение анализировать учебный материал; выделять возможные трудности, с которыми встретятся учащиеся; организация учебного процесса, предоставляющая возможность выбирать его содержание, вид, форму при выполнении заданий.

Дифференцированное обучение в ВУЗе – взаимодействие преподавателей и студентов, в ходе которого осуществляется формирование и развитие индивидуальных особенностей личности и познавательной сферы субъектов учебной деятельности посредством варьирования дидактических условий, организационных форм, содержания, приемов и методов обучения в пределах изучения материала по одной, общей для всех, программе. Необходимость дифференцированного обучения обусловлена различий имеющих у людей.

Смысл уровневой дифференциации заключается в том, что, обучаясь в ВУЗе по программе, студенты усваивают материал на различных уровнях. Определяющим при этом является уровень обязательной подготовки. Его