

**II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція
(25-26 квітня 2018 р., м. Бердянськ)**

СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

Костромицький Р.І., канд. філол. н., доцент.
БДПУ, м. Бердянськ, Україна

Важливим моментом у розвитку сучасних цифрових технологій є виникнення глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Цікаві спостереження щодо зміни механізму організації роботи мас-медіа в Інтернеті належать Б. Потятинику. Дослідник з іронією підкреслює: «Відвідувачі (нетери), навіть якщо їх мільйони, звертаються безпосередньо до першоджерела - авторського тексту, розміщеного на веб-сайті. Це так, наче єдиний примірник газети одразу читає велика група людей...» [2, с. 9]. Б. Потятиник зазначає, що можливості глобальної мережі дозволяють відмовитись від необхідності тиражування джерела інформації, яке було необхідним для класичної «преси». Різні аспекти функціонування інтернет-ЗМІ проаналізовано в роботах Р. Крейга, Б. Потятиника, А. Захарченко тощо. Не зважаючи на велику кількість досліджень, проблема виокремлення типологічних ознак інтернет-медіа залишається актуальною. Мета роботи - проаналізувати специфічні особливості, які властиві інтернет-медіа: інтерактивність, гіпертекстуальність і мультимедійність.

Інтерактивність є наслідком самої технології організації мережі Інтернет, яка історично створювалась для спільно діяльності вчених (відомо, що історично перша мережа Arpanet об'єднувала комп'ютери декількох американських університетів). На сьогодні в науці немає усталеного визначення інтерактивності. Однак, загально прийнятим є розуміння інтерактивності саме як принципу організації системи, в якій мета досягається інформаційним обміном між її елементами. У словнику-довіднику «Журналістика» під редакцією І. Михайлина інтерактивні медіа визначаються, як «електронні видання, які забезпечують участь користувача у створенні контенту, організовують безпосередній зворотний зв'язок, діалог із читачем» [1, с. 96]. Важливим є той аспект, що інтерактивність дозволяє кожному користувачу брати участь не тільки у обговоренні, а й безпосередньо у створенні контенту.

Наступною специфічною особливістю інтернет-видань є гіпертекстуальність. Ця особливість мережі є історично найдавнішою. Ідея створення програми, яка могла генерувати зв'язки між текстуальними блоками, належить британському вченому-винахіднику Т. Бернес-Лі. У 1989 році він працював на Європейську організацію з ядерних досліджень. Саме тоді Т. Бернес-Лі розпочав впровадження програми із створення глобальної гіпертекстової системи, яка пізніше була покладена в основу Глобальної мережі. І. Михайлин визначає гіпертекст «як спосіб організування інформації, який полягає в розташуванні посилань в електронній публікації на близькі за змістом чи роз'яснювальні розділи або інші документи» [1, с. 31]. Необхідно зазначити, що інтернет-видання можуть містити посилання на текстові або графічні блоки, відеоматеріали та аудіальну інформацію.

Бурхливий розвиток інформаційних технологій створив сприятливі умови для застосування в журналістиці різних засобів передачі інформації. Процес поєднання тексту, графіки, аудіо та відео отримав назву мультимедіа. У словнику-довіднику «Журналістика» під мультимедіа розуміють: «інтеграцію усіх

Наука III тисячоліття: пошуки, проблеми, перспективи розвитку

можливих типів комунікації: текстової, усного мовлення, графічних, зображальних, звукових, музичних можливостей комп'ютера в інтерактивному режимі» [1, с. 166]. Для традиційних медіа провідну роль у процесі передачі інформації науковці відводять текстовій складовій. Аудіо та відеоматеріали за рівнем інформаційного впливу поступаються можливостям письма, яке зберігає свій статус точного та зручного джерела передачі інформації. Однак, вони апелюють до емоційної сфери, доповнюючи текстову складову. Такий розподіл дозволяє говорити про наявність своєрідної ієрархії медіа.

Підсумовуючи, зазначимо, що Інтернет-технології надають мережевим ЗМІ ряд переваг перед традиційними, а саме: оперативний доступ до інформації, можливість застосування різних кодів комунікації для донесення інформації, розширення якості та кількості інформації, залучення користувача до процесу формування контенту.

Література

1. Журналістика : словник-довідник / авт. - уклад. І.Л. Михайлин. - К. : Академвидав, 2013. - 320 с.
2. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посіб / Б. Потятиник. - Львів : ПАІС, 2010. - 246 с.

УДК 811.161.2' 373.7-112

ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ПАРЕМІЙНИХ ЗООСЕМІЗМІВ В УКРАЇНСЬКИХ КАЗКАХ ПРО ТВАРИН

О.А. Крижко

*кандидат філологічних наук, доцент
(Бердянський державний університет)*

Витоки української національно-культурної символіки представників тваринного світу сягають первісної міфопоетичної свідомості, коли елемент анімалізму репродукувався, по-перше, з силами природи, по-друге, з людиною, яка вступала у контакт з цими силами природи, намагаючись знайти пояснення різним стихіям передусім через зв'язок із зооантропоморфними істотами, а по-третє, з божеством або духом-заступником даної тварини.

Поступовий перехід від міфопоетичного синкретичного мислення до диференційованого супроводжувався змінами етіологічного змісту міфів і легенд на повчальний їх характер, що сприяло становленню такого фольклорного жанру, як казка - спочатку чарівна за участі зооантропоморфних істот. Згодом десакралізація міфологічних персонажів при збереженні їх зооморфності стала передумовою виникнення казок про тварин, головними героями яких ставали вже власне звірі, птахи, риби, комахи, тощо, а їхні дії та поведінка - основними структурними елементами казкових сюжетів. Через втрату доміфологічних вірувань казки про тварин збагачуються соціально-побутовими мотивами.

Соціально-побутові сюжети виникали внаслідок інтерпретації практичного досвіду контактів людини й тварини, що мали місце в об'єктивній дійсності і були зафіксовані не тільки у великих фольклорних жанрах, а й компресовалися у стійких висловах, прислів'ях, фразеологізмах та власне зоосемізмах.