

Образність в інтернет-журналістиці на прикладі матеріалів львівського інтернет-видання «Zaxid.net»

У статті розглянуто застосування образності в інтернет-журналістиці на прикладі публікацій інтернет-видання Zaxid.net. З'ясовано, що на вербальному рівні можуть застосовуватися ті самі прийоми, що й у традиційній пресі, однак своєрідними ознаками виступають гіпертекстові доповнення, інтерактивна співтворчість відвідувачів. Теоретично образотворчий потенціал розширює мультимедійність.

Ключові слова: образ, образність, публіцистика, інтернет-журналістика.

Хоча протягом останніх десятиліть теорія журналістики значною мірою оновила, у ній залишилися (і, напевно, завжди залишатимуться) підходи, що є базовими, а тому непорушними навіть за умов глибокої трансформації галузі. Один із них – це підхід до класифікації журналістських жанрів за типом кінцевої мети, до якої прагне автор матеріалу.

Безперечно, у результаті революційних зрушень у медіасфері, продиктованих появою новітніх засобів масової комунікації, виникли нові жанри, а старі змінилися. Під дією конвергенції технічних платформ і самого медіапродукту стала тоншою межа, що розділяє різні жанри, сприяючи утворенню їх синтетичних сполучень. Але журналістські твори в будь-яких ЗМІ, як і раніше, піддаються умовному поділові на інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні й ті, що становлять перехідні варіанти між цими основними групами. Річ у тому, що, працюючи в будь-якому напрямі, журналіст обов'язково обирає один із трьох шляхів (або їх поєднання): 1) просто поінформувати; 2) допомогти аудиторії раціонально осмислити вже відомі факти – виважено, вдумливо, об'єктивно; 3) запропонувати цілісне бачення ситуації, подати картину, забарвлену емоціями й почуттями, власною рефлексією, що так чи інакше відображає індивідуальне ставлення.

Розкриваючи суть трьох «журналістських родів», І. Михайлин вказує на їх ієрархічну підпорядкованість, порівнюючи журналістику з будинком, у якому фундамент символізує її інформаційний різновид, стіни – аналітичний, а дах – публіцистичний. «Через публіцистичні жанри журналістика вростає в літературу. Це її, так би мовити, найвищий поверх», – вважає він [1, с. 384]. Публіцистиці порівняно з двома іншими «ярусами» властиві найвищий ступінь

небайдужості автора (принаймні за формою) і застосування таких мовних засобів, які наближають твір до художньої літератури. Зарахувати саме до журналістики групу художньо-публіцистичних жанрів дають підставу передусім виняткова актуальність і соціальна значущість порушених тем, окрім того, звичайно, розміри текстів, їх своєрідна побудова тощо.

Класичні жанри цієї групи – фейлетон, памфлет, есе, замальовка й нарис – у сучасних ЗМІ, навіть у пресі, зустрічаються дедалі рідше. Причиною цього слугує не лише засилля реклами, а й переважання новин, викликане зростанням глобальних інформаційних потоків, сформованих новими медіа, і завдяки ним же – стандартизованих і уніфікованих.

Так склалося, що в інтернеті на першому місці опиняються саме новини. Проте водночас він дає гарні можливості для роботи в руслі художньо-публіцистичного відображення дійсності. У середовищі всесвітньої павутини публіцистика набуває нових ознак. Яких і чому? Відповіді на ці запитання вимагають комплексного дослідження. Ми вирішили зупинитися лише на одному аспекті, нерозривно пов'язаному з публіцистичною журналістикою, – образністю.

В. Здоровега вказував на те, що образність, становлячи взагалі-то «нескладне мовностилістичне, а у ширшому значенні – творче явище», залежить від дуже різних, зокрема складних, за своєю природою зображувально-виражальних засобів, які не так просто визначити й дослідити [2]. Навіть у вербальній публіцистиці словесний образ-картинка може створюватися по-різному залежно від жанрів. У телепубліцистиці основну роль відіграють зображення, тоді як у пресі вони здебільшого другорядні.

Із появою інтернету ці міркування В. Здоровеги сприймаються як такі, що вимагають про-



довження та переосмислення в контексті нових реалій. Зрозуміло, що вивчення образотворчого потенціалу інтернет-журналістики в наші дні стає окремою актуальною науковою проблемою. Найперше, що спадає на думку, – це гіпотетичний вплив гіпертекстуальності, мультимедійності та інтерактивності, які мали б забезпечити специфічне й ексклюзивне розмаїття образотворчих прийомів.

Практично всі відомі теоретики журналістикознавства тією чи тією мірою зверталися до питання образності, однак переважно в ті часи, коли інтернет-видання ще взагалі не існували або не так голосно заявили про себе, як сьогодні. З іншого боку, уже чимало робіт присвячено впливові інтернету на медіасферу й професію журналіста (у Росії та Україні про нього писали О. Вартанова, О. Калмиков, Н. Кириллова, М. Лукіна, С. Машкова, І. Фомічова, В. Різун, В. Іванов, О. Мелещенко, Б. Потятиник, І. Балинський, Л. Городенко, І. Артамонова та багато інших дослідників).

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що такі аспекти, як застосування образності в мас-медіа та специфіка журналістики в інтернеті науковці продовжують розглядати не об'єднуючи (якщо, звичайно, не брати до уваги робіт, присвячених візуалізації, в яких ідеться про так звану «журналістику даних», інфографіку в інтернеті). Скажімо, В. Іванов, О. Мелещенко, О. Дудко вивчали роль журналістського образу у формуванні суспільної свідомості та громадської думки, дійшовши, зокрема, висновку, що «образ є одним із найважливіших елементів журналістського тексту, бо він утворює поняття та уявлення» [3, с. 22]. І. Гаврилюк досліджувала специфіку функціонування образних мікросистем у журналістському тексті. На її погляд, у художньо-публіцистичній жанровій групі образні мікросистемні елементи представлені як на металогічному, так і на автологічному рівнях. «З'являються яскраві метафори, які, до того ж, мають складну форму, епітети, порівняння, гіперболи, евфемізми, дисфемізми, алегоричні, синекдохічні, метонімічні образи, які реалізують портретні, пейзажні тощо описи на рівні психологізму. <...> Деталь-образ у контексті художньо-публіцистичного відображення є одним із головних образних елементів, що «укомпонує» естетичне подання інформації», – пише вона [4, с. 29]. Образ у журналістському розслідуванні вивчала Н. Меднікова.

Мета дослідження, результати якого відображені в цій статті, – здійснити першу спробу простежити і з'ясувати специфіку образності в матеріалах інтернет-ЗМІ. Емпіричною базою слугували матеріали художньо-публіцистичного спрямування, що з'явилися на сайті інтернет-

видання Zaxid.net протягом одного тижня – із 12 по 19 вересня 2013 р. у рубриках «Публікації», «Блоги» й «Колонки». Реалізація поставленої мети передбачала розв'язання таких завдань: знайти яскраві образи в журналістських текстах (створені вербально), проаналізувати їх щодо ефективності застосування; виявити додаткові засоби створення образів, які б відрізняли інтернетні тексти від пресових і свідчили про своєрідність інтернет-журналістики в цьому аспекті.

Керуючись положеннями, висловленими свого часу В. Здороогою та іншими дослідниками, як теоретичним підґрунтям ми передусім переконались у тому, що «образне начало» досить часто трапляється в заголовках неінформаційних матеріалів. Такими виявилися назви деяких із проаналізованих нами публікацій: «Дітмар Штюдemanн: “Було б хибно робити ЄУ заручницею української політики”», «60 російських “злочинців у законі” рвуться в Україну», «Михальчишин і “автономи”: батько заміняє батька», «Корисність статусу жертви торгівельної війни», «Летючий румун».

ЗМІ найчастіше вдаються до простого опису подій, і це «одна із відмінностей образності в журналістиці» [2]. Прості описи трапляються не лише в інформаційних повідомленнях, у рубриках новин, вони притаманні всім жанрам. Публіцистика не становить винятку, оскільки публіцистичний образ багатофункціональний і найголовніше його завдання – привернути увагу аудиторії до того чи того факту. Таку образність у відібраних матеріалах ми не розглядали, зосередившись на тих її проявах, де реалізовано принцип асоціативного мислення й вжиті порівняння.

Одним із прикладів може слугувати уривок із публікації О. Косвінцева «60 російських “злочинців у законі” рвуться в Україну», в якій автор переповідає зміст доповіді дослідників корупції в Росії «Великий уряд Володимира Путіна і Політбюро 2.0»: «А поки зазначу, що згідно з доповіддю діють путінці як високоорганізований мафіозний клан. Щоправда, за цілями і завданнями вони, швидше за все, перевершили всіх найвідоміших у світі мафіозі. Адже раніше жодна гангстерська “сім'я”, якою б могутньою і жорстокою вона не була, не ставила перед собою мету грабувати таку величезну територію і нав'язувати народу придуманий нею тип устрою держави і суспільства» [5]. Порівняння чинного російського уряду та його близького оточення з бандою, безперечно, справляє сильне враження на читача. Яскраві образні порівняння вжиті й у матеріалі Д. Мокрика «Михальчишин і “автономи”: батько заміняє батька» про поведінку деяких місцевих політичних діячів. Наприклад: «Поки “старий батько” мовчить, “новий” –



говорить. Це, звісно, викликає більше довіри до “нового”. Щоправда, так чи інакше в їхній багатодітній сім’ї власне “діти” видаються заручниками сварок і політично-особистісних ігор своїх батьків. Хоч і вірять у свою “автономність”» [6].

«У публіцистичних текстах порівняння виконує одночасно роз’яснювальну й емоційно-оцінну функції, які зазвичай поєднуються і взаємодіють» [7, с. 157], – вказує В. Стекольщикова. Наведені приклади вкотре доводять істинність цього твердження. Виступаючи інтерпретатором події, журналіст шукає спосіб найбільш ефективного донесення свого варіанта її тлумачення: «Саме образність і яскравість дають змогу авторам статей надати перевагу економному й точному порівнянню, ніж розгорнутому опису, тим паче, що порівняння, як правило, ще й неповторно, індивідуально, експресивно вносять ясність до найскладніших понять» [7, с. 157].

Таким чином, вдалий образ дає змогу не лише ілюструвати, унаочнювати оповідь, образність здатна виконувати ще й ґносеологічну функцію. «У цьому випадку знайдений автором образ дозволяє глибше осягнути саму сутність явища, політичного, економічного, соціально-політичного, яку важко, у всякому разі лаконічно, виразити за допомогою описів і визначень» [2]. Маючи на увазі передусім вербальний рівень, В. Здоровега вказував на те, що висловлене журналістом образно-публіцистичне бачення ситуації, навіть інколи спрощене й грубувате, допомагає читачеві краще її осягнути.

Відповідні приклади містить матеріал В. Расевича «Пропоную розстріляти» про неприємний випадок у національному університеті «Львівська політехніка», де авторів не дозволили проводити фотозйомку. У цьому тексті знаходимо цілу низку образів, яскравих завдяки іронічним перебільшенням, експресивності мови, підживленої почуттями й емоціями автора, як ось у цьому уривку: «Отже, ні сном ні духом не відаючи про грізну заборону ректора, я взявся фотографувати українську гордість Політехніки. Але був зненацька застуканий охоронцем якраз на скоєнні злочину. Вдалося зробити тільки одне фото Степана Бандери і ще кілька – з актові зали, але вже з усвідомленням усієї глибини своїх злочинних дій. Пане ректоре, накажіть тепер мене розстріляти, бо я – не іноземець і не член делегації ВНЗ у супроводі високопосадовця Вашого університету» [8].

В. Расевич намагається з’ясувати причини незрозумілого йому розпорядження і, не знайшовши виправдання для нього, піддає критиці керівництво вишу, але не прямо, а висміюючи можливі мотиви заборони: «У мене є свої су-

б’єктивні припущення. Вчена рада НУЛП – напевно, ті ж самі люди, що висували на державну премію Андрія Слюсарчука (відомого як Доктор Пі) – подумала і вирішила, що оскільки скарби Матейка зберігають тепер у їхньому виші, то вони мусять щось із того мати. Ну, не дозволяти ж усім охочим вільно милуватися такою красою? А якщо ті охочі виявляться такими спритними, що розтиражують цю “іхню” красу на весь світ, то що їм тоді залишиться? А якщо, чого доброго, ще й альбом видадуть і гроші на тому зароблять? Так це ж буде несправедливо, вчена рада разом з ректором не можуть втратити монополії на красу» [8]. Місцями м’яка іронія переростає в досить гострі зауваження й серйозні обвинувачення: «А от чого НУЛП досі не замовив професійного видання про свій головний корпус із детальним мистецтвознавчим описом – залишається таємницею. А може, це за принципом: і сам не гам, і комусь не дам? Або, може, панство професори не довіряють українським спеціалістам, а тому допускають тільки іноземців? Мовляв, вони і культурніші, й освіченіші та й просто з цивілізованого світу до нас, сірих, приїхали. Але це називається шовінізмом, правда, щодо власного народу» [8].

Образи, створені Л. Петренком у матеріалі «Корисність статусу жертви торгівельної війни» також слугують для кращого розуміння ситуації, сприяють усвідомленню причин і наслідків. Наприклад: «Москва своєю недолугою, сокиркою політикою недопущення зближення Києва з Брюсселем зробила все для того, аби Україна стала гвіздом програми. А її митно-торгівельна війна стала просто царським подарунком Києву. “Жертва агресивної політики Росії” – такий вигідний статус зненацька здобула собі наша держава. Представники країн Східної Європи нам співчували, Європи Західної – перестали ставитися зверхньо. Для представників країн Балтії ми взагалі стали героями, котрі не побоялися протистояти страшному імперському монстру» [7].

«Спираючись на знання, що продукує журналістика, аудиторія отримує потенційну можливість своєчасної реакції на актуальні ситуації, що виникають у суспільстві», – справедливо зауважує О. Тертичний [9, с. 82]. Із проаналізованих прикладів видно, що в інтернеті об’разність текстів виступає одним із дієвих засобів формування громадської думки, так само, як і в інших ЗМІ.

Відомо, що вимоги до текстів, призначених для розміщення в інтернеті, відрізняються від вимог до текстів для преси. Передусім, їх прийнято структурувати з урахуванням тієї обставини, що рейтинг інтернет-видань значно обу-



мовлений відвідуваністю, а остання залежить від ефективності, з якою пошуковики знаходять текст у мережі. Існує ціла низка прийомів, покликаних оптимізувати цей процес, одним із наслідків застосування яких є надто суха, формальна мова з дивними (як для преси) повторами слів і словосполучень, надто прямолинійними заголовками. Дослідження показало, що, незважаючи на це, інтернет-журналісти не відмовляються від «звички» писати насамперед для людей, а не для машин. Принаймні матеріали рубрик, які були вибрані для аналізу, написані вільно й цілком традиційно, тобто майже по-газетному. Інтернетними їх робить насамперед певною мірою блогівий стиль (неприховані особливості індивідуального сприйняття) та деякі інші ознаки. Своєрідності додає також застосування гіперлінків, які ведуть до новинних повідомлень про події, згадані в основному тексті (щоправда, вони є не в кожному з проаналізованих матеріалів).

Стосовно зорових образів, то виявилось, що кожен із текстів проілюстрований одним фото-знімком, мультимедійність зовсім не використовувалась. Зате інтертекстуальність присутня, саме вона й додала матеріалам образності нових вимірів.

Останнє добре видно на прикладі публікації В. Расевича «Церковний наступ». Це сповнений небайдужості матеріал про те, як церква, намагаючись проникнути в ті галузі, куди їй проникати не слід, а надто у владні структури, школу, науку, стає як мінімум чимось формальним і відірваним від живої віри. Автор пише: «Тільки багатоконфесійність рятує українські церкви від “одержавлення”. Більшість церков глухою стіною обступили владу, щоб та нарешті назвала ту єдину опору, за допомогою якої вони разом поведуть українців у світле майбутнє. З помісною церквою не склалося. З Московським патріархатом у світлі останніх російсько-українських баталій великої любові не передбачається. Київський патріархат – не визнаний жодною з православних церков, а тому не підходить нашому “канонічному” президентові. Українська греко-католицька церква, попри всі потуги з перенесенням метрополії, надалі залишається регіональним, хоча й дуже цікавим явищем» [10].

Ця публікація викликала бурхливе обговорення. У коментарях під матеріалом можна побачити не менш яскраві образи, що доповнюють авторські в основному тексті. Ось, наприклад, цитата з типового допису відвідувача: «Духовність асоціюється із позолоченим куполом і ритуалами освячення квітів і продуктів, а не із милосердям, справедливістю та допомогою нужденним. Сільські священики часто самі стають

джерелом моральної деградації. В деяких місцях навіть за сповідь треба платити гроші. Пиятика, неосвіченість і трактування віруючих як істот нижчого сорту – класичний образ сучасного парафіяльного священика на селі».

Із появою і розвитком інтернет-журналістики образність мови медіатекстів не втратила своєї важливості, способи її забезпечення здебільшого ті самі, що й у традиційній пресі. Зокрема, образними бувають заголовки до матеріалів неінформаційного характеру. У тканині оповіді, окрім звичайного опису подій, автори подають близькі до художніх вербальні образи з порівняннями, метафорами, епітетами тощо. Експресивності їм у деяких випадках надають іронія, емоційність, яскраво виражене авторське «я».

В інтернеті образність виконує ті самі функції, що і в традиційних ЗМІ. Вона покликана привертати увагу до певного явища, ілюструвати, показувати, роз'яснювати ту чи ту ситуацію, пропонувати її оцінку. Загалом образність в інтернет-повідомленнях допомагає формувати громадську думку, впливаючи на свідомість аудиторії.

Специфіка інтернету позначилася на способах забезпечення образності медіаповідомлень, зокрема в них використовуються гіпертекстові посилання на інші веб-сторінки. Іншою особливістю є втручання аудиторії, яка через форми інтерактивного спілкування продовжує створювати образи, що стосуються основного повідомлення.

Перспективи подальших розвідок в окресленому напрямі полягають передусім у вивченні можливостей розширення образотворчого потенціалу інтернет-журналістики за рахунок мультимедійності, зокрема візуальних форматів медіаповідомлень.

1. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник / І. Л. Михайлин. – [5-те вид. перероб. та доп.]. – К. : Центр навч. літератури, 2011. – 496 с.

2. Здоровега В. Природа і специфіка образу в журналістиці [Електронний ресурс] / Володимир Здоровега // Львів. нац. ун-т імені Івана Франка. – URL : http://www.franko.lviv.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Statti_Zdorovega.htm.

3. Дудко О. Образ людини в образній структурі журналістики / О. Дудко, В. Іванов, О. Мелешенко // Образ : наук. зб. ; [голова редкол. В. Різун ; голов. ред. Н. Сидоренко] / Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2010. – Вип. 11. – С. 14–23.

4. Гаврилюк І. Л. Образні мікросистеми в системі жанрів публіцистичного мислення // Ученые записки Таврического национального университета В. И. Вернадского. – 2006. – Т. 19 (58). – № 5. – С. 24–30. – (Сер. «Журналистика»).

5. Косвінцев О. 60 російських «злочинців у законі» рвуться в Україну [Електронний ресурс] / Олександр Косвінцев // Zaxid.net. – URL : <http://zaxid.net/home/>



showSingleNews.do?60_rosiyskih_zlodiyiv_u_zakoni_rvu_tsyu_v_ukrayinu&objectId=1293602.

6. Мокрик Д. Михальчишин і «автономи»: батько заміняє батька [Електронний ресурс] / Данило Мокрик // Zaxid.net. – URL : http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?mihalchishin_i_avtonomi_batko_zaminuaye_batka&objectId=1293672.

7. Стекольщикова В. Емоційно-оцінне сприйняття дійсності аудиторією через порівняльні засоби образності сучасного друкованого медіатексту (на прикладі регіональних видань) // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2012. – Т. 47. – С. 155–158.

8. Расевич В. Пропоную розстріляти [Електронний ресурс] / Василь Расевич // Zaxid.net. – URL : http://zaxid.net/blogs/showBlog.do?proponuyu_rozstrilyati&objectId=1293550.

9. Тертычный А. А. Познание и характер знания в журналистике [Електронний ресурс] // Вопросы теории и практики журналистики. Байкальский гос. ун-т экономики и права. – Иркутск, 2013. – № 3. – С. 80–87. – URL : <http://jq.isea.ru/reader/article.aspx?id=16848>.

10. Расевич В. Церковний наступ [Електронний ресурс] / Василь Расевич // Zaxid.net. – URL : http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?tserkovniy_nastup&objectId=1293380.

Подано до редакції 06. 12. 2013 р.

Chabanenko M.V. Imagery in online journalism by the example of materials of Lviv online edition Zaxid.net».

The application of imagery in online journalism by the example of publications of the online edition Zaxid.net is revealed. It was found, that on the verbal level they can apply the same techniques as in the traditional press, but the original features are the addition of hypertext, the interactive co-creation of users. Theoretically the potential of imagery can be expanding with multimedia.

Keywords: image, imagery, publicism, online journalism.

Чабаненко М. В. Образность в интернет-журналистике на примере материалов львовского интернет-издания Zaxid.net.

Рассмотрено применение образности в интернет-журналистике на примере публикаций интернет-издания Zaxid.net. Выяснено, что на вербальном уровне могут применяться те же приемы, что и в традиционной прессе, однако своеобразными признаками выступают гипертекстовые дополнения, интерактивное сотворчество посетителей. Теоретически изобразительный потенциал расширяет мультимедийность.

Ключевые слова: образ, образность, публицистика, интернет-журналистика.