

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 81'23

ОСОБЛИВОСТІ МОВИ САЙТІВ НОВИН: ПОГЛЯД ПСИХОЛІНГВІСТА

Наталія Акімова
(*Кіровоград, Україна*)

У статті розглядаються деякі особливості сприйняття і розуміння мови сайтів новин. Визначені переваги та недоліки інтернет-ресурсів порівняно з друкованими ЗМІ. Проаналізована специфіка реценції та інтерпретації текстів новинних анонсів на прикладі домашньої сторінки найбільш популярних російського, українського й білоруського сайтів новин.

Ключові слова: *реценція, інтерпретація, сайт, новини, дефектні мовленнєві одиниці, розуміння.*

В статье рассматриваются некоторые особенности восприятия и понимания языка сайтов новостей. Определены преимущества и недостатки интернет-ресурсов в сравнении с печатными СМИ. Проанализирована специфика реценции и интерпретации текстов новостных анонсов на примере домашней страницы наиболее популярных российского, украинского и белорусского сайтов новостей.

Ключевые слова: *реценция, интерпретация, сайт, новости, дефектные речевые единицы, понимание.*

Some peculiarities of perception and understanding of language of news sites are examined in the article. Advantages and lacks of internet-resources are determined in comparison with printed MASS-MEDIA. The specificity of reception and interpretation of texts of news announcements is analyzed on the example of home page of the most popular Russian, Ukrainian and Byelorussian sites of news.

Key words: *reception, interpretation, site, news, imperfect speech units, understanding.*

Постановка проблеми. Новинний інтернет-дискурс сьогодні активно вивчається лінгвістами, проте у психолінгвістичному аспекті він майже не розглядався. Предметом лінгвістичного дослідження інтернет-ресурсів, як правило, стають певні елементи новинних порталів, такі як анонс новинного повідомлення (Л.Ю. Щипіцина), заголовки новин (В.В. Кіхтан, К.В. Двойніна), веб-видавництва та веб-версії ЗМІ (О.А. Калмиков) тощо.

При цьому під анонсом новинного повідомлення розуміють заголовок, початок повідомлення, відповідне фото і гіперпосилання на повний текст повідомлення. Перелік анонсів дає читачу більшу свободу в процесі комунікативної діяльності: він може тільки проглянути анонси актуальних подій або подій за темами, що цікавлять його, або прочитати повну інформацію про конкретну подію, перейшовши за наявним в кожному анонсі гіперпосиланням [18, с. 34]. Схоже визначення використовується й щодо заголовків новин [4, с. 6]. На наш погляд, термін «анонс новинного повідомлення» ближче до суті досліджуваного явища, оскільки поняття «заголовок» передбачає передачу ключового змісту статті, що не відповідає реаліям інтернету і не відображає маніпулятивного призначення такого тексту.

Актуальність дослідження. Існує думка, що новини в Мережі поступово витісняють друковані видання. На доказ цього О.І. Горошко наводить цифри американської статистики: «У США 24 з 25 газет зафіксували падіння тиражу» [3, с. 114]. У Російській Федерації, за даними Міндруку, на березень 2003 р. в Мережі було зареєстровано 933 мережеві видання [1, с. 7]. Кількість українських новинних порталів у інтернеті також постійно збільшується. Крім того, важко не помітити, що сайти новин стабільно посідають місця у перших десятках найбільш рейтингових інтернет-ресурсів. Все це є тими факторами, що зумовлюють зростання інтересу вчених до новинних сайтів і актуальність даної теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Домінування інтернет-новин над друкованими виданнями більшість учених (С.Г. Батманова, О.В. Двойніна, І.Є. Дубчак, І.Р. Ільїна, О.А. Калмиков, Р. Карамішева, В.В. Кіхтан, В.В. Кулакова, С.А. Матвеева, О.Г. Філатова та ін.) пояснюють перевагами віртуального простору, такими як відсутність цензури, жорсткої залежності від формату видання [6]; гіпертекстовість [1, с.4; 2, с.7; 8, с.168; 9, с.8; 11, с.21; 12, с.4]; електронна форма, що дозволяє спростити процес друку, зекономити час [11, с.15]; інтерактивність [1, с.4; 4, с.7; 8, с.168; 9, с.8; 11, с.21; 15, с.233]; можливість архівування [1, с.4; 4, с.7; 8, с.168; 9, с.8]; можливість електронного пошуку [1, с.4; 9, с.8]; можливість постійного доступу з будь-якої точки світу [1, с.8; 4, с.7; 7, с.15; 8, с.169; 9, с.8; 11, с.15]; мультимедійність [1, с.8; 8, с.168; 9, с.8; 11, с.21; 15, с.233]; необмежений тираж [11, с.15]; низька собівартість [8, с.169; 11, с.15]; оперативність [1, с.8; 4, с.7; 8, с.168, 11, с.18]; персоналізація, тобто здатність інтернету забезпечувати необхідною інформацією згідно з уподобаннями користувачів [15, с.233].

До мінусів новин у мережі зараховують: нехтування мовними нормами [6]; спрощення мови [6; 9, с.11]; уривчастість (не можна відкрити декілька сторінок в одному вікні), широке використання жаргону, інвективів, термінів [6] тощо.

Мета статті – проаналізувати мову сайтів новин з позицій психолінгвістики.

Виклад основного матеріалу. Мові інтернет-новин, як і друкованих, властиві такі особливості жанру, як стислість, звернення до масової аудиторії, неозначено-узагальнена референтність, деперсоналізація автора, особлива

графічна організація тексту, наявність візуального супроводу, колегіальність [17, с.213; 5, с.30; 9, с.3]. Між тим процес сприйняття новин у Мережі дещо відрізняється від розуміння друкованих видань і підпорядковується принципу гіпертекстового ланцюжка – чим довше гіпертекстовий ланцюжок, тим складніше запам'ятовується весь гіпертекст і тим менш цілісною структурою він сприймається. Ідеальна довжина гіпертекстового ланцюжка повинна становити 8-14 інформаційних одиниць [6]. Специфіка сприйняття гіпертексту визначається принципом «перевернутої піраміди» – з основною інформацією спочатку і спадом важливості до кінця тексту. В інших випадках повідомлення побудовані за хронологією або містять найважливішу інформацію в кінці. [8, с.171]. Особливі умови рецепції тексту Мережі безумовно впливають на поведінку користувачів, більшість яких віддають перевагу побіжному ознайомленню з текстом. Причиною цього, на думку вчених, служить, по-перше, гіпертекстовий характер представлення інформації. Люди хочуть брати активну участь у процесі проглядання матеріалу. По-друге, це проблеми візуального сприйняття інформації з інтернет-видання. А також проблеми матеріального характеру. Тому користувач за мінімальний час прагне отримати максимум інформації [1, с.12].

Проілюструємо описані закономірності на прикладах з найбільш популярних новинних сайтів (статистику досліджували С.Г. Батманова, А. Носик, О.А. Калмиков, В.В. Кіхтан, М. Кузнецов та ін.). Сьогодні на вершині рейтингів російських сайтів знаходиться РБК – РосБизнесКонсалтинг – новості, курси валют, погода (13,5 млн. відвідувачів за квітень 2012 р. [13]). З українських – найбільше відвідувачів у Корреспондент.net (4,2 млн. користувачів за аналогічний період [13]). Топ білоруських новинних сайтів очолює Хартия'97: Новости из Беларуси (708,8 тис. користувачів за аналогічний період [13]). На першій сторінці цих сайтів у блоці головних новин дня 24 квітня 2012 р. першими представлені такі анонси новинних повідомлень:

РБК [14]:

1. Генштаб РФ обнаружил ядерную угрозу в Иране и КНДР
2. В. Матвиенко верит: "Единой России" рано на свалку истории
3. У Росавиации появились претензии к авиакомпании Red Wings
4. Эксперты о тезисах Д. Медведева: Он не будет техническим премьером
5. Торги на фондовом рынке РФ завершились без определенной динамики
6. Детям упростят процедуру получения гражданства РФ

Розглянемо особливості сприйняття цих текстів з позицій психолінгвістичного аналізу. Рецепція першого анонсу ускладнена через нагромадження аббревіатур, які, хоча й добре відомі, все ж потребують інтелектуальних зусиль для декодування.

Метафоричний вираз «свалка истории» ускладнює сприйняття другого анонсу, внаслідок цього виникають дві можливі моделі інтерпретації: некритичне, несвідоме сприйняття за відсутності бажання проникати у зміст метафори та, навпаки, множинність варіантів розуміння при залученні образного мислення.

У третьому анонсі присутнє англомовне запозичення, інтерпретація якого

можлива за умови знання іноземної мови та бажання перекладати, що притаманне далеко не кожному відвідувачу сайту. Слово «претензии» зумовлює варіативність розуміння цього тексту, бо має кілька значень: «1. Предъявление своих прав на получение чего-либо. 2. Жалоба, выражение недовольства. 3. Настойчивое стремление получить признание другими каких-либо свойств, качеств, достоинств, приписываемых себе» [2, с.968]. Тому у наведеному контексті воно потребує конкретизації значення: які саме претензії, у зв'язку з чим вони виникли? (на право власності, до технічного стану, якості обслуговування, цін тощо).

Варіації сприйняття четвертого анонсу виникають через використання слова «эксперты» (у якій галузі?) та експресивного виразу «технический премьер» (залежно від ступеня емоційної ідентифікації автора та реципієнта).

Розуміння п'ятого анонсу не становить складнощів.

Варіативність розуміння шостого фрагменту виникає внаслідок порушення логіки синтаксичної структури речення. Автор, керуючись принципом «перевернутої піраміди», знехтував законами граматики (пор: «процедура получения гражданства РФ детям» і «процедура получения гражданства РФ для детей»).

КОРРЕСПОНДЕНТ.NET [10]:

1. МИД России отреагировал на события вокруг Тимошенко
2. Голландская антиреклама Евро-2012 вызвала возмущение украинских властей
3. Батьківщина: Власть распространила фальшивое видео о Тимошенко
4. Янукович признал, что Украина теряет конкурентные преимущества в традиционном экспорте
5. Топливо из разрушенного реактора ЧАЭС начнут извлекать через 30 лет
6. Президент Южного Судана заявил, что Хартум объявил его стране войну

Варіації розуміння першого анонсу виникають внаслідок тлумачення лексеми «отреагировал», яке припускає можливість як позитивної, так і негативної реакції, залежно від цього виникають варіанти інтерпретації та емоційної ідентифікації.

У третьому анонсі слово «власть» використовується як евфемізму, тим самим провокуючи кожного реципієнта вкладати у нього власний сенс.

Рецептивні девіації розуміння шостого анонсу виникають через використання маловідомого слова «Хартум» (столиця Судану). Тлумачення значення призводить до необхідності інтерпретувати Хартум як метонімію з невизначеним змістом (уряд, народ чи якась окрема група людей), відповідно виникають і різні варіації розуміння.

ХАРТИЯ'97 : НОВОСТИ ИЗ БЕЛАРУСИ [16]:

1. Freedom House: Давление на Лукашенко не должно ослабевать
2. Чиж и литовская компания строят гипермаркет в Минске?
3. Дмитрий Бондаренко: «Беларусь может стать примером христианского примирения»
4. Санников на НТВ: Прежде всего необходимо освободить людей

Рецепція першого анонсу ускладнена через англomовне запозичення та вживання слова «давление», яке в зазначеному контексті потребує конкретизації, визначення суб'єкта. Інакше кожен читач змушений заповнювати цю інформаційну лаку на власний розсуд.

Випадковому відвідувачу сайту білоруських новин навряд зрозуміло, хто ж буде гіпермаркет у Мінську, тому що «Чиж» за словником – це «небольшая лесная певчая птичка семейства вьюрковых» [2, с.1479]. Також контекстуально необґрунтованим виглядає акцентування національної приналежності компанії-забудовника.

Складнощі розуміння четвертого анонсу виникають через пафосний вираз «освободить людей», де поєднанні два багатозначних слова. У вказаному контексті «освободить» може мати п'ять значень: «1. Сделать свободным кого-, что-л., предоставит свободу. 2. Избавить от угнетения, от власти, владычества кого-, чего-л. 3. Устранить что-л. связывающее, стесняющее; высвободить. 4. Дать возможность кому-л. избежать чего-л. нежелательного, неприятного; избавить. 5. Отстранить от исполнения каких-л. служебных обязанностей» [2, с.728]. До того ж незрозуміло, про яких людей йдеться. Отже, чому, від чого і кому їх потрібно звільнити? Залежно від відповідей на ці питання можливі різні варіанти тлумачення цього тексту.

Представлений аналіз новинних анонсів засвідчує, що варіативність їх сприйняття зумовлена вживанням лексем та виразів, що викликають певні девіації розуміння розглянутих текстів. Йдеться про нормальні з погляду системи мови лексичні одиниці, їх девіантність провокуються контекстом. Тому ми пропонуємо називати їх девіантними мовленнєвими одиницями.

Висновки. Таким чином, сайти новин – одні з найбільш популярних інформаційних інтернет-ресурсів. Вони мають низку переваг порівняно з друкованими ЗМІ: відсутність цензури, гіпертекстовість, інтерактивність, можливість архівування, електронного пошуку, постійного доступу з будь-якої точки світу та ін. Однак сайти новин мають і недоліки, серед яких частіше називають нехтування мовними нормами, уривчастість, широке використання жаргону, інвективів, термінів тощо. Зазначені властивості новинних інтернет-ресурсів зумовлюють особливості їх рецепції, що підпорядковуються трьом принципам: гіпертекстового ланцюжка, «перевернутої піраміди» та побіжного ознайомлення з текстом. Аналізуючи новинні анонси в Мережі, важко не помітити значну кількість девіантних мовленнєвих одиниць, які здебільшого нагромаджені навмисно, з метою зацікавити якомога більше користувачів. Автори новинних блоків не зважають, що такі лексеми та вирази, розширюючи межі інтерпретації, не тільки заохочують більше читачів, але й ускладнюють розуміння запропонованих текстів. Можливо тому більшість користувачів не читають далі домашньої сторінки. Проте звичка читати лише заголовки формує певний стиль мовної поведінки і свідомості, в основі якого лежить поверхнєве примітивне сприйняття.

Перспективами подальших розвідок є поглиблення дослідження девіантних мовленнєвих одиниць та їх класифікація.

ЛІТЕРАТУРА

1. Батманова С. Г. Сетевые СМИ: факторы эффективности : автореф. на соискание уч. степени кандидата филологических наук: спец. 10.01.10 – «Журналистика» / С.Г. Батманова. – Воронеж, 2004. – 14 с.
2. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 2009. – 1536 с.
3. Горошко Е.И. Влияние социальных медиа на коммуникативные процессы / Е.И. Горошко // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Философия. Социология». – Симферополь, 2010. – Том 23 (62). – №3. – С. 111–117.
4. Двойнина Е.В. Речевая манипуляция в интернет-дискурсе (на материале русско- и англоязычных новостных сайтов): автореф. на соискание уч. степени кандидата филологических наук: спец. 10.02.19 – «Теория языка» / Е.В. Двойнина. – Саратов, 2010. – 22 с.
5. Добросклонская Т.Г. Медиатекст: теория и методы изучения / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского национального университета. Серия "Журналистика". – М., 2005. – № 2. – С. 28–35.
6. Ильина И.А. Проблемы изучения и восприятия гипертекста в мультимедийной среде интернет: автореф. на соискание уч. степени кандидата филологических наук: спец. 10.01.10 «Журналистика» [Электронный ресурс] / И.А. Ильина. – Режим доступа: www.ipk.ru
7. Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация: автореф. на соискание уч. степени кандидата филологических наук: спец. 10. 01. 10 – «Журналистика» / А.А. Калмыков. – Москва, 2009. – 41 с.
8. Карамішева Р. Регістрово-жанрові характеристики повідомлень про стихійні лиха на україномовних та англійськомовних інтернет-сайтах / Р. Карамішева // Лінгвістичні студії: Зб. наук. праць. – Донецьк, 2009. – Випуск 18. – С.167–173.
9. Ковальчукова М.А. Новостной анонс в сети интернет как речевой жанр дискурса СМИ: автореф. на соискание уч. степени кандидата филологических наук: спец. 10.02.19 – «Теория языка» / М.А. Ковальчукова. – Ижевск, 2009. – 26 с.
10. Корреспондент.net [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://korrespondent.net/>
11. Кулакова В.В. Интернет в системе средств массовой информации Таджикистана: автореф. на соискание уч. степени кандидата филологических наук: спец. 10.01.10 – «Журналистика» / В.В. Кулакова. – Душанбе, 2007. – 28 с
12. Матвеева С.А. Сайт як жанр Інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених): автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / С.А. Матвеева. – Донецьк, 2006. – 21 с.
13. Новости и СМИ [Россия]. Рейтинг сайтов [Электронный ресурс] // LiveInternet. – Режим доступа: <http://www.liveinternet.ru/rating.html>
14. РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://www.rbc.ru/>

15. Филатова О.Г. Интернет как масс-медиа / О.Г. Филатова // Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации". – СПб., 2004. – С. 232-240.
16. Хартия'97 : Новости из Беларуси [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.charter97.org/>
17. Шевченко М.Ю. Специфіка адресанта дискурсу преси / М.Ю. Шевченко // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені П. Драгоманова. Серія № 9. Сучасні тенденції розвитку мов: збірник наукових праць за ред. проф. В.І. Гончарова. – К., 2011. Випуск 6. – С. 213-215.
18. Щипицина Л.Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка): автореф. на соискание уч. степени доктора филологических наук: спец. 10.02.04 – «Германские языки» / Л.Ю. Щипицина. – Воронеж, 2011. – 40 с.

УДК 070

**ДО ПИТАННЯ ПРО ОСОБЛИВОСТІ ВИРАЖЕННЯ АВТОРСЬКОГО „Я”
У РІЗНИХ ВИДАХ НАРИСІВ
(на матеріалі українських газетних видань початку ХХІ ст.)**

**Світлана Белькова
(Запоріжжя, Україна)**

У статті досліджуються особливості вираження авторського „я” в різних видах нарисів, з’ясовуються його функції та можливості виявлення в текстах.

Ключові слова: *нарис, подорожній нарис, портретний нарис, проблемний нарис, авторське „я”.*

В статье исследуются особенности выражения авторского «я» в различных видах очерков, определяются его функции и возможности определения в текстах.

Ключевые слова: *очерк, путевой очерк, портретный очерк, проблемный очерк, авторское «я».*

The article explores the features of the author’s self-expression in various types of essays, defines its functions and capabilities of the definition in the text.

Key words: *essay, travel essay, portrait essay, problematic essay, author’s self.*

Актуальність дослідження. Незважаючи на визнання активності авторського „я” як інваріантної характеристики жанру нарису, способи його