

7. Попова З. Д. Семантико-когнитивный анализ языка / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2006. – 226 с.
8. Толочин И. В. Метафора и интертекст в англоязычной поэзии: лингвостилистический аспект / И. В. Толочин. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 1996. – 96 с.

Зеленьська Ю. А. Метафорична репрезентація та концептуалізація світу в поезії З. Гіппіус.

Статтю присвячено актуальним проблемам лінгвометафорології – метафоричній репрезентації та концептуалізації світу в художньому тексті. Описано особливості метафоричної картини світу та метафоричної концептосфери поезії З. Гіппіус, які були виявлені у процесі семантико-когнитивного аналізу метафорики її віршованих текстів.

Ключові слова: метафора, метафорика, метафорична картина світу, метафорична репрезентація, метафорична концептуалізація, метафоричний концепт, метафорична концептосфера.

Zelenska Y. A. Metaphorical representation and conceptualization of the world in the poetry of Z. Gippius.

The article deals with topical issues of linguistic metaphorology – metaphorical representation and conceptualization of the world in the literary text. The features of metaphorical picture of the world and metaphorical conceptual sphere of the poetry of Z. Gippius, identified in the process of semantic and cognitive analysis of the metaphors of her poetic texts, are described.

Keywords: metaphor, metaphorical picture of the world, metaphorical representation, metaphorical conceptualization, metaphorical concept, metaphorical conceptual sphere.

С. А. Матвєєва
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова

**ДВОМОВНІ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ:
КОНТЕНТНИЙ ТА СТРУКТУРНИЙ АСПЕКТИ**

У статті представлений аналіз структурної та контентної складових сайтів двомовних інтернет-видань України. Проведено дослідження комунікативно-лінгвістичних трансформацій та відмінних рис будови творів інтернет-журналістики в умовах білінгвізму. Запропоновано класифікацію мовної представленості існуючих інтернет-видань України та розпочато лінгвістичний аналіз сучасної української інтернет-публіцистики. Приділено увагу таким складовим сайтів інтернет-видань, як назва, коментар до публікації, новина.

Ключові слова: інтернет-видання, сайт, двомовний, контент, переклад.

Поява нового комунікативно-інформаційного середовища – Інтернету, а разом з ним і нових засобів збору, обробки, накопичення, зберігання та передачі інформації зробили переворот у багатьох галузях життя суспільства, у тому числі і в журналістиці. З'явився новий різновид журналістики –

інтернет-журналістика, що викликало численні трансформації всередині самого жанру та в підходах до його вивчення.

Інтернет-видання України характеризуються розмаїттям форм і змісту, а ситуація білінгвізму дає підстави для виникнення та розвитку лінгвістично ускладнених жанрових утворень.

Нові соціальні феномени та мовні явища, пов'язані з ними, викликають інтерес дослідників різних галузей гуманітарного знання. В останні роки з'явилися роботи, присвячені теоретичному осмисленню проблем інтернет-журналістики та питанням функціонування мови в її межах. Ці питання стали об'єктами дослідження таких українських та зарубіжних дослідників, як О. І. Акопов, В. Ф. Іванов, О. А. Калмиков, М. М. Колеснікова, К. М. Короткова, Л. О. Коханова, С. Г. Машков, О. К. Мелещенко, Б. В. Потятиник, В. В. Різун, М. В. Чабаненко, М. Г. Яцимірська та інші.

Мета нашої роботи – дослідити контентну та структурну складові двомовних інтернет-видань України.

На сьогодні “в українському медійному інтернет-просторі можна виокремити три види інтернет-видань:

- 1) інтернет-версії друкованих чи електронних ЗМІ;
- 2) сайти інформаційних агентств;
- 3) власне інтернет-видання” [2, с. 475].

У цій роботі ми розглянемо такі видання, які не мають паперових версій і матеріали яких розміщуються виключно в Інтернеті, тобто власне інтернет-видання.

Мова, якою спілкується спільнота (особливо, коли йдеться про багатомовне середовище), є не тільки виразником мовного стану такої спільноти, а й фіксатором стану суспільства на конкретному етапі його розвитку взагалі. Спостереження за домінуючими мовами спілкування в багатомовному суспільстві дає підстави для висновків стосовно будь-якого суспільного процесу або зміни стану та ситуації в динаміці.

Сьогодні за кількістю мов, якими представлені матеріали на сайтах інтернет-видань, можна розрізнити одномовні, двомовні та багатомовні видання. Одномовні інтернет-видання України створюються або українською (*Zaxid.net* (<http://zaxid.net>), *Інфо Online* (<http://cenzoriv.net>), *Доба* (<http://doba.te.ua>), *Інтернет-журнал для молодих і кльових* (<http://molodi.in.ua>), або російською мовами (*Експерт-Центр* (<http://expert.org.ua>), *Новости N* (<http://novostin.mk.ua>), *Думская* (<http://dumskaya.net>), *Українські Новини* (<http://for-ua.com>)). Серед двомовних є видання українською та російською мовами (*Газета.ua* (<http://gazeta.ua>), *Українська правда* (<http://www.pravda.com.ua>), *Велика епоха* (<http://www.epochtimes.com.ua>), *Українські національні новини* (<http://www.unn.com.ua>), українською та англійською мовами (*Новини*

Полтавщини (<http://np.pl.ua>), Тиждень.ua (<http://tyzhden.ua>), російською та кримськотатарською мовами (Къырым адеми (<http://kr-alemi.com>)). Щодо багатомовних сайтів, то до таких належить більшість сайтів типу інформаційних агенцій (Крымские новости (<http://qha.com.ua>) – українською, російською, англійською, турецькою та румунською мовами, Західна інформаційна корпорація (<http://zik.ua>) – українською, польською, російською та англійською мовами, Інформаційне Агентство 112.ua (<http://112.ua>), Інтерфакс-Україна (<http://interfax.com.ua>) – українською, російською та англійською мовами.

Як правило, інтернет-видання має основну мову представлення інформації на сайті та додаткову. Основною мовою, зрозуміло, буде та, якою подається інформація на головній сторінці сайту. Всі інші мови, які можна обрати з запропонованого на сайті переліку, є додатковими. Дуже частою є ситуація, коли не весь контент сайту такого видання представлений додатковими мовами. Це досить природно, оскільки, по-перше, переклад будь-якого обсягу інформації потребує певного часу, а для сайту, що позиціонує себе як такий, що оперативно реагує на новини, час є часто вирішальним фактором. По-друге, кожне інтернет-видання має свого прогнозованого адресата, для якого такий сайт і існує. Через це основні зусилля направлені на задоволення інтересів саме такого адресата. Інші мови на сайтах інтернет-видань, як правило, існують або с метою підняття рейтингу відвідування сайту і залучення будь-якої іншої культурно-орієнтованої аудиторії, або задля декларування толерантного ставлення до тієї частини населення країни, що спілкується іншою мовою, або для зручності та більшої оперативності оновлення новин: новини подаються тією мовою, якою їх отримано з інформаційних агенцій. Так, деякі невеликі інтернет-видання розміщують на своїх сайтах інформацію саме тією мовою, якою вона до них надійшла. На таких сайтах відсутня можливість обирати мову, а всі новини та статті подаються упереміш. Наприклад, інтернет-проект “Політика і культура” (<http://www.pic.com.ua>), Ямпільська інтернет-газета (<http://yampil.info>), інтернет-видання “Світловодськ” (<http://svetlovodsk.com.ua>), Тижневик “ЕХО” (<http://exo.in.ua>), Громадсько-політичний Інтернет-портал “Рупор Житомира” (<http://ruporzt.com.ua>) та інші. Така ситуація частіше спостерігається у невеликих інтернет-виданнях, здебільшого місцевого рівня.

Інколи різномовний контент того ж самого двомовного видання відрізняється: наприклад, інтернет-видання „Велика епоха” (<http://www.epochtimes.com.ua>). При першому знайомстві з ресурсом вже на головній сторінці розміщено підзаголовок: “Видається в 35 країнах 21-ю мовою”, а на сторінці “Про нас” читач знаходить пояснення вибору мов презентації матеріалів: “Велика Епоха – багатомовне ЗМІ в друкованій та

електронній версіїх.... У 2005 році заснована українська редакція Великої Епохи. Веб-сайт доступний у двох мовних версіях – українській і російській” (<http://www.epochtimes.com.ua/aboutus>). При цьому україно- та російськомовний контент української редакції, яку заявлено як двомовну, суттєво відрізняється: останні публікації в розділі “Культура” українською датуються такими числами: 20.07.2015, 16.05.2015, 07.05.2015; російською: 25.04.2015, 30.12.2013, 15.10.2013. Через таку ситуацію ми безпомилково можемо зробити висновок про основну – українську – та додаткову – російську – мови цього інтернет-видання.

Також відрізняються й одиниці, що використовуються для позначення мов, якими представлені матеріали на сайтах таких видань. Так, трапляються такі вербальні одиниці та їхні форми: *українською/по-русски* (<http://www.epravda.com.ua>, <http://gazeta.ua>), *по-русски/українською* (<http://zn.ua>), *українська/русский* (<http://7dniv.info>), *українською/русский* (<http://lb.ua>), *укр/рус* (<http://www.pravda.com.ua>, <http://ipress.ua>, <http://www.rbc.ua>, <http://www.myvin.com.ua>), *укр./рус.* (<http://www.epochtimes.com.ua>), *рус/укр* (<http://comments.ua>), *укр/eng* (<http://np.pl.ua>, <http://tyzhden.ua>), *ua/ru* (<http://www.depo.ua>), *en/ua* (<http://www.chasipodii.net>), *ru/en* (<http://censor.net.ua>), *укр/рус/eng* (<http://www.unian.ua>, <http://replyua.net>), *рус/укр/eng* (<http://uzhgorod.in>), *укр/pol/рус/eng* (<http://zik.ua>) тощо. Деякі видання для позначення мови використовують невербальні засоби – зображення прапора країни, у якій така мова є офіційною (<http://www.unn.com.ua>, <http://rep-ua.com>). Іноді створюється креолізований мікротекст – комплекс вербального й невербального елементів (<http://ukr.segodnya.ua>, <http://h.ua>). Однак, на нашу думку, зображення прапора додає зайві смислові відтінки, оскільки прапори використовуються не тільки як позначення країни (а відтак і мови цієї країни), але й як потужний символічний елемент суспільно-політичного життя країни, що викликає асоціації більші за згадування мови.

Оскільки головною відмінною рисою інтернет-видання від паперового є можливість інтерактивної взаємодії, спілкування з адресатом, важливим фактором у двомовних інтернет-виданнях є представлення адресату повідомлень у режимі реального часу, тобто оперативність надання повідомлень. Контент інтернет-видання може оновлюватися з будь-якою періодичністю: від лічених хвилин до декількох тижнів. Спостереження доводять, що частіше за все на одному сайті періодичність оновлення інформації різними мовами неоднакова і у більшості своїй залежить від екстралінгвістичних чинників.

Показовими з точки зору аналізу цільового адресату є відгуки на новини або статті, які (відгуки) відвідувачі сайту можуть залишати будь-якою мовою. Сьогодні коментування матеріалів інтернет-видань вже сприймається

як невід'ємний компонент інтернет-журналістики. Але якщо раніше терміном “коментар” називали тільки один з жанрів авторської журналістики, то зараз з'явився новий феномен публіцистичної системи, який з перших днів свого існування отримав назву коментарю: відгуки читачів на оприлюднений в Інтернеті матеріал. Можна без перебільшення стверджувати, що активність коментування відбиває важливість конкретної інформації для суспільстві в конкретний момент часу.

Згідно із статистичним аналізом мови подання коментаря, можна дійти висновку про цільову аудиторію кожного видання. Наприклад, на сайті видання “Газета.ua” на статтю (оприлюднено на сайті двома мовами: українською та російською) на суспільно-гостру тематику (а саме такі статті та новини частіше стають об'єктами коментарів) за 2 години відгукнулося 7 користувачів: 2 залишили коментарі українською мовою, 5 – російською. Стаття подібної тематики на сайті інтернет-видання “Українська правда” (надрукована так само двома мовами) викликала більш активну дискусію: 24 коментаря за 12 годин, з яких 18 – російською мовою, решта – українською. Тобто існування цих інтернет-видань двома мовами цілком виправдано через високу активність користувачів-носіїв обох мов. Щодо видань одномовних, то на новину на україномовному сайті “Zaxid.net” протягом 9 годин відгукнулося 18 користувачів – всі коментарі залишені російською мовою, що свідчить на користь необхідності запровадження, як мінімум, двох мов викладення матеріалу через багатомовність користувачів цього ресурсу зокрема й всієї країни взагалі.

Особливої уваги потребує питання нормативності мови інтернет-публіцистики. Публіцистика має чи не найпотужніший вплив на формування суспільної думки, “своєрідним каталізатором мовних змін під впливом Інтернету є онлайніві ЗМІ та мережева журналістика, які “експортують” традиції інтернет-спілкування в інші сфери вживання мови” [1, с. 15]. Тому мова, якою цей вплив реалізується, має відповідати найвищим стандартам. Проте на сьогодні, як показує аналіз, у більшості випадків мова українського Інтернету взагалі і мова інтернет-газет зокрема не відповідає вимогам норм літературної мови, так само як і текстам інтернет-коментарів притаманне зниження рівня грамотності, що в певній мірі пояснюється особливостями інтернет-середовища, яке часто-густо вимагає швидкої реалізації мовленнєвого наміру, а звідси, спонтанності та ситуативної імпровізації.

Сьогодні в мові інтернет-видань спостерігається велика кількість англійських термінів, запозичених, але при цьому часто не адаптованих до вимог української та російської мов ні фонографічно, ні граматично. Так, вже у самих назвах таких видань трапляються запозичені одиниці (*Інтернет-холдінг “Українська правда”*), часто використовуються елементи або цілі лексичні одиниці англійської мови (*Zaxid.net, Інфо Online, Newsmax, Kyiv*

Post). З таких назв адресату інформації не завжди зрозуміло, з яким ресурсом він має справу. Тому назвам видань часто передують пояснювальні визначення: *аналітичне інтернет-видання, інформаційно-аналітичне видання, інтернет-газета, інтернет-журнал, інформаційне агентство, інтернет-видання, щотижневик, агенція новин, ЗМІ в електронній версії* тощо.

Часто на сайтах інтернет-видань використовують системи автоматичного перекладу різними мовами. Такий переклад ніби то дає змогу зрозуміти зміст інформації, яку викладено незнайомою мовою, і є однією з найпоширеніших функцій серед користувачів. Так, на приватному інформаційному сайті “*Политическая кухня*” (<http://politkuhnya.info>) матеріали представлені російською мовою, при цьому інтегровано систему автоматичного перекладу контенту дев'яноста мовами. На нашу думку, використання систем автоматичного перекладу завдає таким інформаційним ресурсам великої шкоди, оскільки спотворений текст часто-густо спотворює і зміст, і модальність, і прагматичну складову, і лінгвокультурний аспект тексту.

Таким чином, ситуація сьогодення доводить, що останнім часом українська журналістика зазнала значних змін. Поява нової галузі – інтернет-журналістики – суттєво трансформувала зміст цього різновиду масової комунікації. Очевидно, що новий феномен потребує всебічного аналізу із застосуванням нових підходів. Одним із таких підходів має стати аналіз структурно-контекстної будови сайтів інтернет-видань.

Оскільки мовна ситуація функціонування засобів масової інформації в Україні ускладнена явищем багатомовності, аналіз та розробка рекомендацій щодо співфункціонування різних мов у межах єдиного медіа-дискурсу в такій ситуації є вкрай актуальним завданням сучасної вітчизняної лінгвістики та потребує подальшого розв'язання.

Л і т е р а т у р а :

1. *Горошко Е. И.* Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете : попытка рефлексии / Е. И. Горошко // *Жанры речи*. – Саратов : Изд. центр “Наука”, 2009. – Вып. 6. “Жанр и язык”. – С. 11-27.
2. *Кашуба Г.* Українські інтернет-видання: комунікативно-лінгвістичні та правові аспекти / Г. Кашуба // *Вісник Львівського університету. Серія журналістики*. – 2004. – Вип. 25. – С. 474– 480.

***Матвеева С. А.* Двухязычные интернет-издания: контентный и структурный аспекты.**

В статье представлен анализ структурной и контентной составляющих сайтов двухязычных интернет-изданий Украины. Проведено исследование коммуникативно-лингвистических трансформаций и строения произведений интернет-журналистики в условиях билингвизма. Предложена классификация языковой представленности

существующих интернет-изданий Украины и попытка лингвистического анализа современной украинской интернет-публицистики. Уделено внимание таким составляющим сайтов интернет-изданий, как название, комментарий к публикации, новость.

Ключевые слова: интернет-издание, сайт, двуязычный, контент, перевод.

Matvieieva S. A. Bilingual online media: content and structural aspects.

The article deals with the analysis of structural components and content of sites of bilingual online newspapers in Ukraine. Communicative and linguistic transformations and different structural features of bilingual online journalistic sites are studied. Classification of language representation of existing Ukrainian online newspapers is given. Linguistic analysis of modern Ukrainian online newspapers is begun. Special attention is paid to such components of online media sites as title, comments on publication, news.

Keywords: online newspaper, site, bilingual, content, translation.

В. А. Панченко
Дніпропетровський національний університет
імені Олеся Гончара

ИССЛЕДОВАНИЕ ПЕСЕННОГО ТЕКСТА: ЖАНРОВО-ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье представлен обзор истории исследования русского песенного текста и современное состояние этой проблемы. Определены песенные жанры, которые становились предметом исследования в тот или иной период развития русистики. Анализируются основные особенности лирической песни.

Ключевые слова: песенный текст, жанр, диахрония, лирическая песня.

В данной статье в общем виде ставится **проблема** анализа процесса изучения песни, которая, как известно, является одним из древнейших видов творчества человека. **Актуальность** исследования песни объясняется важностью данного вида текстов для человеческого общества и возможностью использовать экспрессивные средства, типичные для песни, для оптимизации общения в других ситуациях. Неудивительно, что исследованию различных видов песен посвящено множество работ лингвистов. Значительный интерес к тексту современной песни проявляется **в ряде работ** последних десятилетий. Исследование Е. В. Нагибиной посвящено содержательным и языковым особенностям текстов современной эстрадной песни [7]; Е. А. Карапетян сосредоточивает внимание на экспрессивно-семантической структуре русской лирической песни [5]; стереотипность шлягера как текста массовой культуры является предметом исследования в работе Т. А. Григорьевой [4]. Но в целом длительная история изучения песенных текстов остается **неисследованной**.